

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland (1985) — Medienbericht '85 —

Inhaltsübersicht	Seite
Kurzfassung	9 bis 31
A. Einleitung	33 bis 35
B. Ziele, Grundsätze und Kompetenzen des Bundes für die Weiterentwicklung der Medienordnung	35 bis 39
I. Zielvorstellungen und Grundsätze	35
II. Verhältnis Bund/Länder	38
C. Entwicklung, Maßnahmen und Perspektiven im Bereich der Fernmeldeinfrastruktur	39 bis 50
I. Fernmeldepolitik	39
1. Verkabelungspolitik der Bundesregierungen von 1979 bis 1985	39
2. Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit Gemeinden und Privaten	40
3. Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit den Ländern im Rahmen der Kabelpilotprojekte	41

Zugeleitet mit Schreiben des Bundeskanzlers — 121 (32) — 26000 — Me 15/86 — vom 13. Juni 1986.

Dieser Bericht knüpft zeitlich an den Bericht vom 9. November 1978 (Drucksache 8/2264) an und ist vom Bundesminister des Innern, vom Bundesminister für Wirtschaft und vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung gemeinsam erstellt worden.

	Seite
3.1 Ziel, wissenschaftliche Begleitung und Finanzierung der Kabelpilotprojekte	41
3.2 Technischer Ausbau und Erprobung der Netze durch die Deutsche Bundespost	42
4 Entwicklung und Ausbau moderner Fernmeldenetze und -dienste	42
4.1 Einsatz der optischen Nachrichtentechnik	42
4.2 BIGFON-Versuche der Deutschen Bundespost	43
4.3 ISDN (Integrated Services Digital Network = Dienste integrierendes digitales Fernmeldenetz)	43
4.3.1 Das digitale Fernsprechnet als Voraussetzung für das ISDN	44
4.3.2 Die ISDN-Absichtserklärung der Deutschen Bundespost	44
4.3.3 ISDN-Normierung	44
4.3.4 Das ISDN-Pilotprojekt der Deutschen Bundespost	44
4.3.5 ISDN-Serienbetrieb	44
4.4 Rundfunksatelliten	44
4.5 Fernmeldesatelliten	45
4.5.1 Intelsat	46
4.5.2 ECS (European Communication Satellite)	46
4.5.3 Deutsches Fernmeldesatelliten-System „Kopernikus“	46
II. Perspektiven	47
1 Ausbau der Breitbandverteilstetze und Programmvermehrung	47
2 Glasfasereinsatz von Teilnehmer zu Teilnehmer	47
3 Entwicklungsziel 1988: Übergang auf das Dienste integrierende digitale Fernmeldenetz (ISDN)	48
4 Entwicklungsziel 1990: Integration von Schmal- und Breitbanddiensten der Individualkommunikation im Breitband-ISDN	48
5 Entwicklungsziel 1992: Übergang zum Breitbanduniversalnetz (IBFN = Integriertes Breitbandiges Fernmeldenetz) ..	48
III. Förderung technischer Innovationen	49
D. Gesamtwirtschaftliche Einordnung und Einzeldarstellung der Medien 50 bis 89	
I. Presse	50
1 Überblick	50
1.1 Zeitungen	51
1.1.1 Tageszeitungen	51
1.1.2 Sonntagszeitungen	52
1.2 Zeitschriften	53
1.2.1 Anzeigenblätter	53
1.2.2 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug	54
1.2.3 Unterhaltende Publikumszeitschriften	54
1.2.4 Fachzeitschriften	56
2 Kooperationen in der periodischen Presse	56
3 Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften	57
3.1 Einzelhandel	57
3.2 Großhandel	57

	Seite	
3.2.1	Strukturmerkmale	57
3.2.2	Bedeutung für die Informationsvielfalt	58
3.2.3	Verfahren vor dem Europäischen Gerichtshof	58
3.3	Verlagseigene Vertriebssysteme	58
3.3.1	Entwicklung im Berichtszeitraum	58
3.3.2	Vertriebsfreiheit und Güterkraftverkehrsgesetz	59
3.4	Postzeitungsdienst	59
4	Buchhandel	60
5	Nachrichtenagenturen	61
5.1	Nachrichtendienste in deutscher Sprache	61
5.2	Nachrichtendienste in fremder Sprache	62
5.3	Bild- und Filmberichterstattung	62
5.4	Entwicklung und Struktur der deutschsprachigen Nachrichtenagenturdienste	62
5.5	Medienpolitische Aspekte der Wettbewerbssituation	62
6	Wirtschaftliche Hilfen	62
6.1	ERP-Darlehen	62
6.2	KW-Kredite	63
6.3	Zinszuschüsse	63
6.4	Gebührenvergünstigungen	63
7	Pressefreiheit	64
7.1	Pressevielfalt in der Bundesrepublik Deutschland	64
7.2	Innere Pressefreiheit	65
7.2.1	Verzicht auf gesetzliche Regelungen	65
7.2.2	Redaktionsstatuten	65
7.3	Selbstkontrolle der Presse	66
7.3.1	Pressefreiheit und Sorgfaltspflicht der Presse	66
7.3.2	Selbstkontrollorgan Deutscher Presserat	66
7.4	Pressefreiheit und Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe	67
7.4.1	Gerichtsentscheidungen zum Druckerstreik 1978	67
7.4.2	Druckerstreik 1984	67
8	Gesetzgebung im Pressebereich	68
8.1	Strafrechtliche Vorschriften	68
8.1.1	Aufhebung der §§ 88 a und 130 a StGB	68
8.1.2	Einundzwanzigstes Strafrechtsänderungsgesetz (21. StrÄndG) vom 13. Juni 1985	68
8.2	Änderung der Gewerbeordnung	69
9	Beschluß der Ständigen Konferenz der Innenminister der Länder zu den Verhaltensgrundsätzen zwischen Presse und Polizei	69
II.	Film	69
1	Überblick	69
2	Staatliche Filmförderung	69
2.1	Filmförderung des Bundes	69
2.1.1	Kulturell betonte Filmförderung	69
2.1.2	Wirtschaftlich betonte Filmförderung	70
2.1.3	Novellierung des Filmförderungsgesetzes	70
2.2	Filmförderung der Länder	70
2.3	Ergebnis der Filmförderung	70

	Seite
3	Perspektiven der deutschen Filmproduktion 70
4	Entwicklung der Filmtheater 71
5	Entwicklung der anderen filmwirtschaftlichen Sparten 71
6	Zusammenarbeit von Film und Fernsehen/Filmförderungs- abkommen 71
7	Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft 72
8	Ausblick 72
III.	Audiovisuelle Medien 72
1	Abgrenzung 72
2	Bisherige wirtschaftliche Entwicklung 72
2.1	Videorekordersysteme 73
2.1.1	Videorekorder 73
2.1.2	Videokameras 73
2.1.3	Video-Leerkassetten 73
2.1.4	Bespielte Videokassetten 73
2.1.5	Gesamtumsatz 73
2.2	Bildplattensysteme 73
3	Auswirkungen auf Filmwirtschaft und Rundfunk 74
4	„Stadtfernsehen“ 74
5	Technische und wirtschaftliche Perspektiven 74
IV.	Tonträger 75
1	Abgrenzung 75
2	Bisherige wirtschaftliche Entwicklung 75
2.1	Langfristige Entwicklung 75
2.2	Verhältnis Schallplatte/Tonband 75
2.3	Tonträgerumsätze 76
2.3.1	Schallplatten 76
2.3.2	Tonbänder 76
2.4	Inländische Anbieterstruktur 76
3	Perspektiven 76
V.	Rundfunk 77
1	Wirtschaftliche Entwicklung 77
1.1	Rundfunkgebühren 77
1.2	Aufwands- und Ertragsentwicklung 77
1.3	Finanzierung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle und Deutschlandfunk 78
2	Schwerpunkte der rundfunkpolitischen Entwicklung seit 1978 78
2.1	Infrastrukturelle Verbesserung der Rundfunkversorgung ... 78
2.2	Der Zugang privater Anbieter zum Rundfunk 79
2.2.1	FRAG-Urteil 80
2.2.2	Private Rundfunkveranstalter 80
3	Fortentwicklung des Rundfunkrechts 80
3.1	Mediengesetzgebung der Länder 80
3.1.1	Überblick 80
3.1.2	Rundfunkgesetze im engeren Sinne 80

	Seite
3.1.3 Mediengesetze	81
3.1.4 Kabelpilotprojektgesetze	81
3.1.5 Vorschaltgesetze	81
3.2 Zur „inneren Rundfunkfreiheit“	81
3.2.1 Festanstellung sog. ständiger freier Mitarbeiter	81
3.2.2 Zur Funktionsbindung des Redakteurs	82
3.2.3 Neue Redakteurstaturen	82
4 Deutschlandpolitische Aspekte	83
VI. Elektronische Textkommunikationsdienste	83
1 Die neuen Textkommunikationsformen	83
2 Bildschirmtext	83
2.1 Das Bildschirmtextsystem und die Bedeutung seiner Anwendungsmöglichkeiten	83
2.2 Die Bildschirmtext-Feldversuche in Berlin und Düsseldorf/Neuss	84
2.3 Medienrechtliche Einordnung	84
2.4 Staatsvertrag der Länder über Bildschirmtext	85
2.5 Die Nutzung von Bildschirmtext	85
2.6 Die Anwendung von Bildschirmtext in der Bundesverwaltung	86
3 Videotext	86
3.1 Das Videotextsystem	86
3.2 Medienrechtliche Einordnung	86
3.3 Videotext-Feldversuch	87
3.4 Entwicklung und inhaltliche Ausgestaltung des Videotextes	88
4 Kabeltext	88
5 Sonstige Kommunikationsdienste	88
5.1 Telefaxdienst	88
5.2 Telexdienst	88
5.3 Teletexdienst	88
6 Elektronische Fachinformation	89
E. Journalisten und freie Mitarbeiter	89 bis 96
I. Angestellte Journalisten	90
1 Arbeitsmarkt	90
1.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	90
1.2 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten	90
1.3 Arbeitslosigkeit	90
2 Aus- und Weiterbildung	91
2.1 Freier Zugang zum Journalistenberuf	91
2.2 Grundsätze und Empfehlungen von Arbeitgeber-, Arbeitnehmerorganisationen und Kirchen	91
2.3 Von Bund und Ländern (mit-)getragene Förderungsmaßnahmen	91
2.4 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	92
3 Soziale Sicherung	92
3.1 Grundsatzregelung	92

	Seite
3.2 Einrichtungen zu einer ergänzenden sozialen Sicherung	92
3.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes	92
3.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanwartschaften	92
3.5 Regelung zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	92
3.6 Auswirkung von Befreiungsmöglichkeiten zur gesetzlichen Rentenversicherung	93
3.7 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen	93
3.8 Einfluß der Regelungen über die Altersversorgung auf die Arbeitsplatzmobilität	93
3.9 Harmonisierung der Versorgungssysteme	93
II. Freie Mitarbeiter	94
1 Begriffsbestimmung	94
2 Tätigkeitsarten und Größenordnungen	94
3 Rechtsstellung	94
4 Wirtschaftliche und soziale Lage	94
4.1 Tarifvertragliche Regelungen	94
4.1.1 Pressebereich	94
4.1.2 Rundfunkbereich	94
4.2 Soziale Sicherung	95
4.2.1 Unständig Beschäftigte	95
4.2.2 Künstlersozialversicherung	95
F. Mediennutzung/Medienforschung	96 bis 99
I. Mediennutzung	96
II. Medienforschung	98
G. Einzelfragen aus dem nationalen Medienbereich	99 bis 108
I. Urheberrecht	99
1 Kopierwesen (Vervielfältigung)	100
2 Raubdrucke, Raubkopien	100
II. Datenschutz im Medienbereich	100
III. Persönlichkeitsschutz und Freiheit der Berichterstattung	101
IV. Arbeitnehmermitbestimmung und Tendenzschutz in den Medien	102
V. Verbraucherschutz bei neuen Medien	103
VI. Jugendschutz im Medienbereich	103
1 Regelungen zum Jugendschutz in den Medien	103
1.1 Strafgesetzbuch	103
1.2 Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften	104
1.3 Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit	104
1.4 Rundfunkrechtlicher Jugendschutz	104

	Seite
2 Gesetz zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985	105
VII. Anwendung des Kartellrechts in den Medien	105
1 Pressefusionskontrolle nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	105
1.1 Zeitungen	105
1.2 Unterhaltende Publikumszeitschriften	106
1.3 Fachzeitschriften	106
2 Pressevertrieb	106
3 Neue Medien	107
4 Buchverlage	108
H. Internationale Zusammenarbeit im medienpolitischen Bereich	108 bis 117
I. Schwerpunkte europäischer und internationaler Medienpolitik ...	108
1 Europa	108
2 Nord-Süd-Verhältnis	109
3 Ost-West-Verhältnis	109
II. Entwicklungen im einzelnen	109
1 Vereinte Nationen	109
2 UNESCO/IPDC	110
3 KSZE	110
4 Europarat	111
5 EG	112
III. Medien in der Dritten Welt	112
1 Medieninfrastrukturen	112
2 Förderungsziele der Bundesregierung	113
IV. Internationales Urheberrecht, Musik-, Video- und Filmpiraterie ..	113
1 Grundlagen des Internationalen Urheberrechts	113
2 Senderecht	114
2.1 Revidierte Berner Übereinkunft	114
2.2 Rom-Abkommen	114
2.3 Brüsseler Abkommen	114
3 Musik-, Video- und Filmpiraterie	114
V. Technische Entwicklungen, Frequenzplanungen	115
1 WARC/Internationale Kurzwellenkonferenz (1984)	115
2 WARC/Internationale Ultrakurzwellenkonferenz (1984)	115
3 Weltweite Funkverwaltungskonferenz der Internationalen Fernmeldeunion (ITU) über die Nutzung des geostationären Orbits für den Satellitenfunk (WARC-ORB-85)	116
4 Intelsat, Eutelsat	116
5 Farbfernseh-Übertragungsnorm für Rundfunksatelliten	116

	Seite
J. Ausblick	117
Kommentierte Materialien	119 bis 244

Kurzfassung

Bericht /Seite

A. Einleitung

33 bis 35

Der Bericht knüpft zeitlich an den Bericht vom 9. November 1978 (Drucksache 8/2264) an. Durch die Einbeziehung weiterer medienpolitisch wichtiger Bereiche entfernt sich dieser Bericht wie schon der Vorbericht mehr und mehr von dem ursprünglichen Auftrag, den Fortgang der Pressekonzentration darzustellen. Der Inhalt der Berichterstattung hat sich der medienpolitischen Entwicklung angepaßt. Gegenwärtig stehen nicht so sehr Probleme der Pressekonzentration im Vordergrund, sondern solche, die sich aus den Veränderungen des Mediensystems durch die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechniken ergeben.

Nach dem Regierungswechsel im Herbst 1982 hat die Bundesregierung durch den Beginn einer großflächigen Verkabelung neue medienpolitische Akzente beim Ausbau der kommunikationstechnischen Infrastruktur gesetzt. Parallel hierzu sind von den meisten Ländern neue Mediengesetze verabschiedet oder vorbereitet worden. Der Schwerpunkt des medienpolitischen Regelungsbedarfs liegt wegen der grundgesetzlichen Zuständigkeitsverteilung bei den Ländern, weshalb dieser Bericht grundsätzlich davon absieht, die den Ländern vorbehaltenen Materien darzustellen und politisch zu bewerten. Soweit der Bund durch die Einführung und Nutzung neuer Medien in seinen Kompetenzen berührt ist, hat die Bundesregierung die sich daraus ergebenden Schlußfolgerungen u. a. in den „Vorstellungen des Bundes für eine Medienordnung der Zukunft“ vom 13. März 1985 gezogen. Der Handlungsbedarf wird das angekündigte medienpolitische Konzept der Bundesregierung darlegen.

B. Ziele, Grundsätze und Kompetenzen des Bundes für die Weiterentwicklung der Medienordnung

35 bis 39

I. Zielvorstellungen und Grundsätze

35

Der Fortschritt bei den neuen Informations- und Kommunikationstechniken erfordert eine Weiterentwicklung der bestehenden Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland.

Die Bundesregierung hat in ihren Regierungserklärungen vom 13. Oktober 1982 und 4. Mai 1983 die besondere wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken hervorgehoben und auf die Chancen hingewiesen, die damit für unsere Volkswirtschaft, aber auch für die freie Entfaltung des Bürgers verbunden sind.

Sie hat am 14. März 1984 eine umfassende Konzeption zur Förderung der Entwicklung der Mikroelektronik, der Informations- und Kommunikationstechniken („Regierungsbericht Informationstechnik“) verabschiedet.

Mit ihren medienpolitischen Zielen und Grundsätzen, wie sie im einzelnen im Kabinettsbeschuß vom 13. März 1985 zusammengefaßt sind, umreißt die Bundesregierung ihre Vorstellungen für die notwendige Weiterentwicklung der Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland.

Sie läßt sich darin u. a. von folgenden Zielvorstellungen und Grundsätzen leiten:

- Für eine freiheitliche demokratische Staatsordnung sind Meinungs- und Informationsfreiheit, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit von grundlegender Bedeutung. Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken sollen

und werden die Meinungsvielfalt in unserer Gesellschaft erweitern und die Informations- und Meinungsfreiheit stärken.

- Der Zutritt zu den neuen Medienmärkten sollte allen Anbietern unter gleichen Bedingungen offenstehen. Das gilt gerade auch für die regionale und kommunale Ebene. Die Presse darf durch die neuen Medien nicht in ihrer Existenz bedroht werden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll erhalten und auch an der Nutzung der neuen Techniken beteiligt werden. Sein durch die Knappheit der Sendefrequenzen und den hohen finanziellen Aufwand für die Veranstaltung von Rundfunkdarbietungen bedingtes Monopol hat allerdings seine Berechtigung verloren.
- Der zukunftsorientierte Ausbau der Kommunikationsinfrastruktur ist von herausragender Bedeutung für moderne Industriegesellschaften und für die Bürger. Soweit Angebote und Dienste durch die neuen Techniken im Rahmen staatlicher Daseinsvorsorge ermöglicht werden, ist der gleichmäßige Zugang für Stadt und Land sowie für die einzelnen Regionen entsprechend den technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten der Deutschen Bundespost zu gewährleisten.
- Dem Schutz der Jugend, der Familie und Gesundheit ist bei der Weiterentwicklung der neuen Medien besondere Aufmerksamkeit zu widmen.
- Mit den neuen Informations- und Kommunikationstechniken eröffnen sich neue Chancen, Kultur an breite Bevölkerungsschichten heranzutragen.
- Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken sind auch unter deutschlandpolitischen Aspekten von Bedeutung. Die Medien müssen ihren Beitrag dazu leisten, die Einheit der Nation zu wahren und das Gefühl der Verbundenheit wachzuhalten.
- Die Bundesregierung wird bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts auf ein gemeinsames Konzept zur Satellitennutzung hinwirken und dieses mit den Ländern abstimmen.
- Die Bundesregierung prüft die Möglichkeiten der Bereitstellung eines weltweiten Fernsehprogrammangebots deutscher Herkunft mittels Satellit.
- Im internationalen Bereich geht die Bundesregierung vom Prinzip des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses aus, das sie stets mit Nachdruck gegen einschränkende, dirigistische Konzepte vertreten hat. Direkt empfangbare Rundfunksatelliten stellen die technisch heute mögliche Materialisierung dieses Prinzips dar. Die Chancen, die die neuen Informations- und Kommunikationstechniken für Industrie und Wirtschaft, aber auch in integrations- und kulturpolitischer Hinsicht in und für Europa bieten, müssen voll ausgeschöpft werden.
- Die Bundesregierung ist bereit und bestrebt, in enger Zusammenarbeit mit den Ländern sich dafür einzusetzen, daß zur Weiterentwicklung der europäischen Kommunikation ein verstärkter Abstimmungsprozeß sowohl im Rahmen der Europäischen Gemeinschaft als auch im Rahmen des Europarates in Gang gesetzt wird.
- Die deutsche Volkswirtschaft braucht für ihre weitere Entwicklung und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit eine moderne leistungsfähige Kommunikationsinfrastruktur. Sie legt daher großes Gewicht auf den Ausbau des heutigen Fernmeldenetzes zu einem vermittelnden Breitbandnetz mit optischer Übertragungstechnik.
- Die Bundesrepublik Deutschland wird das Innovationspotential der Informationstechnik nutzen. Wer durch innovative Nutzung der Informationstechnik an Wachstumsmärkten teilnehmen kann, hat im internationalen Wettbewerb gute Chancen, neue Arbeitsplätze zu schaffen, wegfallende Arbeitsplätze durch neue zu ersetzen und bestehende Arbeitsplätze durch Modernisierung zukunftssicherer zu machen.

II. Verhältnis Bund/Länder

38

Nach der Kompetenzaufteilung des Grundgesetzes liegt der Schwerpunkt der medienpolitischen Zuständigkeiten zwar bei den Ländern; dies gilt insbesondere

für die Zuständigkeiten bei der Organisation und Nutzung des Rundfunks und neuer elektronischer Massenmedien, nicht jedoch für alle neuen Medien schlechthin.

Daneben gewinnen aber auch die dem Bund zustehenden Kompetenzen, die für den Medienbereich relevant sind, gerade im Hinblick auf die mit der Satellitentechnik einhergehende Internationalisierung der Programmdarbietungen immer mehr an Bedeutung.

Bedingt durch den technischen Wandel werden ferner zahlreiche Bundesinteressen berührt, die weit über die medienrechtlichen Zuständigkeiten der Länder hinausreichen und die enge Verflechtung aufzeigen, mit denen Bundes- und Länderzuständigkeiten politisch verwoben sind.

Die Bundesregierung hält es für unerlässlich, daß sich die Länder zur Verbesserung der Entwicklungschancen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken weiterhin bemühen, einheitliche Rahmenbedingungen zu schaffen. Wegen der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung von Information und Kommunikation sollten insoweit möglichst gleichwertige Lebensverhältnisse in der ganzen Bundesrepublik Deutschland angestrebt werden.

Um zu sachgerechten Lösungen bei der Entwicklung und Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zu gelangen, wird die Bundesregierung — unbeschadet möglicher unterschiedlicher Kompetenzauffassungen — verstärkt die Zusammenarbeit mit den Ländern suchen. Sie appelliert dabei an deren Kooperationsbereitschaft.

C. Entwicklung, Maßnahmen und Perspektiven im Bereich der Fernmeldeinfrastruktur 39 bis 50

I. Fernmeldepolitik 39

1 Verkabelungspolitik der Bundesregierungen von 1979 bis 1985 39

Die Verkabelungspolitik des Bundes änderte sich nach dem Regierungswechsel im Oktober 1982 in wesentlichen Punkten. Waren für die sozial-liberale Koalition eine grundsätzliche Zurückhaltung und der Verkabelungsstopp von 11 Großstädten kennzeichnend, so setzt die jetzige Bundesregierung auf den Aufbau möglichst vieler Netze, wozu eine erhebliche Aufstockung der Haushaltsmittel (1985: 1,3 Mrd. DM) erforderlich war.

Der Deutschen Bundespost geht es um eine großflächige Verkabelung. Eine wesentliche Rolle spielt hierbei die Bebauungsdichte. Dies bedeutet allerdings keine einseitige Bevorzugung von Ballungsräumen. Die Deutsche Bundespost unternimmt alle Anstrengungen, auch die locker bebauten Gebiete zu berücksichtigen. Sie achtet darauf, daß auch hier die geforderte Rentabilität eintritt.

2 Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit Gemeinden und Privaten 40

Mit den kommunalen Spitzenverbänden hat der Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen ein Informations- und Konsultationsverfahren vereinbart, das die kommunalen Interessen beim Auf- und Ausbau von Breitbandteilnetzen berücksichtigt.

Ferner wurde die Beteiligung von privaten Unternehmen am Ausbau und Betrieb von Breitbandverteilsnetzen eingeleitet, um das unternehmerische Risiko der Breitbandverkabelung auf viele Schultern zu verteilen. In diesem Zusammenhang hat die Deutsche Bundespost ihre Genehmigungsbestimmungen für Gemeinschaftsantennenanlagen weiter liberalisiert, um etwaige Hemmnisse für entsprechende private Initiativen zu beseitigen.

Als Akzeptanztest hat die Deutsche Bundespost in einem Betriebsversuch „mittlere und größere Wohnanlagen“ neue Anschlußbedingungen auf vertraglicher Grundlage mit pauschalierten Entgelten eingeführt.

Mit der 28. Änderungsverordnung zur Fernmeldeordnung hat die Deutsche Bundespost ab 1. Januar 1986 eine neue Gebührenstruktur und eine Modifizierung der Benutzungsbedingungen für Breitbandanschlüsse in Kraft gesetzt. Damit setzt sie insbesondere auf Gebührendegression und Pauschaltarife, die wiederum mittleren und größeren Mietshäusern zugute kommen. Sinn dieser Maßnahme ist, eine möglichst hohe Anschlußdichte zu erzielen, um die Wirtschaftlichkeit der von der Deutschen Bundespost getätigten Investitionen zu verbessern und gleichzeitig günstige Voraussetzungen für die Entwicklung des privat-rechtlich organisierten Rundfunks zu schaffen.

3 Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit den Ländern im Rahmen der Kabelpilotprojekte 41

In Erklärungen von 1980 und 1982 über ihre Grundhaltung zu den Kabelpilotprojekten der Länder hat die Deutsche Bundespost ihr besonderes Interesse an der technischen Erprobung der Netze und den Ergebnissen der Akzeptanz-Untersuchungen begründet. Sie erklärte sich bereit, die Gesamtkonzeption zu gestalten und zu betreuen. Gleichzeitig übernahm die Deutsche Bundespost die Finanzierung der von ihr zu erbringenden Leistungen. Die netztechnischen Voraussetzungen sind von ihr inzwischen in allen Pilotprojektgebieten geschaffen worden.

4 Entwicklung und Ausbau moderner Fernmeldenetze und -dienste 42

4.1 Einsatz der optischen Nachrichtentechnik 42

Aufgrund ihrer zukunftsweisenden Bedeutung befaßt sich die Deutsche Bundespost seit mehreren Jahren mit der Entwicklung und dem Ausbau moderner Fernmeldenetze (Glasfasertechnologie) und -dienste. Ziel ist hierbei die wirtschaftlichere Bereitstellung bestehender Fernmeldedienste durch Kostensenkungen und die Aufnahme neuer Fernmeldedienste der Breitbandindividualkommunikation auf ökonomischer Grundlage.

4.2 BIGFON-Versuche der Deutschen Bundespost 43

Um für den ökonomischen Einsatz der optischen Nachrichtentechnik im Teilnehmeranschlußbereich die notwendige Erfahrung zu gewinnen und um Anstöße für entsprechende technische Entwicklungen zu geben, führt die Deutsche Bundespost den Systemversuch BIGFON (Breitbandiges Integriertes Glasfaser-Fernmeldeortnetz) durch. Für den Systemversuch, für den vom Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen insgesamt 150 Mio. DM aus dem Forschungsprogramm „Technische Kommunikation“ der Bundesregierung bereitgestellt worden sind, wurden 7 Städte ausgewählt.

4.3 ISDN 43

Mit einer ISDN-Absichtserklärung hat die Deutsche Bundespost der deutschen Fernmeldeindustrie bereits Anfang 1982 ihre positive Haltung zum Dienste integrierenden digitalen Fernmeldenetz (ISDN) zum Ausdruck gebracht. Es wird darin deutlich gemacht, daß die Deutsche Bundespost die technischen, betrieblichen und wirtschaftlichen Vorteile eines einheitlichen digitalen Netzes für die verschiedenen Dienste (Sprache, Daten, Text, Faksimile, Telemetrie, Bildübertragung usw.) erkannt hat und das digitale Fernsprechnet beschleunigt auf ein ISDN erweitern möchte. Im Frühjahr 1987 beginnt ein etwa zwei Jahre dauerndes ISDN-Pilotprojekt in Mannheim und Stuttgart. Ab Ende 1988 sollen die ersten ISDN-fähigen digitalen Ortsvermittlungsstellen in den Serienbetrieb gehen.

4.4 Rundfunksatelliten 44

Der Start des deutschen Rundfunksatelliten TV-SAT ist für die zweite Hälfte des Jahres 1986 vorgesehen. Nach einer kurzen Testphase wird er danach in Betrieb

genommen werden. Ein operationeller Betrieb mit fünf Kanälen ist allerdings erst mit der Verfügbarkeit eines Reservesatelliten im Orbit möglich. Der Auftrag des Bundesministers für das Post- und Fernmeldewesen zum Bau des Reservesatelliten wurde noch nicht vollständig erteilt, weil die Bundesländer bisher weder die rundfunkrechtlichen Voraussetzungen geschaffen noch die Nutzer benannt haben.

4.5 Fernmeldesatelliten

45

Fernmeldesatelliten haben sich für die Zuführung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen bewährt; sie können örtliche Breitbandnetze im Punkt-zu-Punkt-Verkehr versorgen. Zur Zeit sind der Intelsat V und der European Communication Satellite (ECS) im Einsatz; der deutsche Fernmeldesatellit Kopernikus soll Mitte 1987 gestartet werden.

II. Perspektiven

47

Folgende Perspektiven im Bereich der Fernmeldeinfrastruktur sind hervorzuheben:

- Fortsetzung des aktiven Ausbaus der Breitbandverteilnetze und der Herstellung technischer Voraussetzungen für die Programmvermehrung,
- Vorbereitung und Schaffung wesentlicher Voraussetzungen für einen Markt breitbandiger Individualkommunikation,
- Übergang auf das digitale Dienste integrierende Fernmeldenetz (ISDN) etwa ab Ende 1988,
- Integration von Schmal- und Breitbanddiensten der Individualkommunikation im Breitband-ISDN ab 1990,
- Entwicklungsziel ab 1992: Übergang zum Breitbanduniversalnetz (Integriertes Breitbandiges Fernmeldenetz, IBFN).

III. Förderung technischer Innovationen

49

Die Bundesregierung hat in ihrem „Regierungsbericht Informationstechnik“ ein auf fünf Jahre angelegtes ressortübergreifendes Maßnahmenbündel zur Förderung von Innovationen vorgestellt. Eine zentrale Aufgabe hierbei ist die Belebung des Wettbewerbs. Die Förderung des Bundesministers für Forschung und Technologie konzentriert sich auf die Basistechnologie für künftige Netze (Optische Nachrichtentechnik) und auf die Entwicklung und Erprobung neuer Endgeräte und Dienste für diese künftigen Netze. Um eine möglichst rechtzeitige und sinnvolle Nutzung der neuen Kommunikationssysteme zu gestalten, ist der Bundesminister für Forschung und Technologie insbesondere an der Entwicklung eines Großbildfernsehens beteiligt (Förderkonzept „Hochauflösendes Fernsehen (HDTV)“ 1984 bis 1988: 60 Mio. DM).

Die Deutsche Bundespost fördert vorrangig Systeme und ihre Erprobung in den öffentlichen Fernmeldenetzen. Hieran sind praktisch alle lieferfähigen deutschen Hersteller optischer Nachrichtentechnik beteiligt.

D. Gesamtwirtschaftliche Einordnung und Einzeldarstellung der Medien

50 bis 89

Der Umsatz der Massenmedien erreichte 1983 etwa 40 Mrd. DM oder 2,4% des Bruttosozialprodukts. Über 30 Mrd. DM, gut drei Viertel des Gesamtumsatzes, entfielen auf die Druckmedien.

I. Presse 50**1 Überblick** 50

Der Bericht unterteilt die Presse in die Bereiche Zeitungen, Zeitschriften und Bücher.

1.1 Zeitungen 51

Die Landschaft der Tagespresse ist nach wie vor von Zeitungen lokaler/regionaler Verbreitung sehr unterschiedlicher Betriebsgröße geprägt; nur sechs deutschsprachige Tageszeitungen, darunter eine Straßenverkaufszeitung („Bild“), vertrieben 1985 den überwiegenden Teil ihrer Auflage außerhalb der Region ihres Erscheinensortes. Das seit mehreren Jahren zu beobachtende Nachlassen der Konzentrationsbewegungen ging einher mit einem prozentualen Anstieg der marktbeherrschenden Blätter, mit deren weiterer Positionsfestigung und mit einem abgeschwächten Trend zu größeren Betrieben. 1985 verkauften von den insgesamt 367 Abonnementtageszeitungen primär lokaler/regionaler Verbreitung 319 (86,9%) den überwiegenden Teil ihrer Auflage in der wettbewerblich vorteilhaften Position des örtlich marktanteilsstärksten (51,2%) oder sogar des alleinigen (35,7%) Anbieters zeitungsvermittelter Lokalinformation. Mit dem Wettbewerbserschwernis, die gesamte oder doch den größten Teil der Auflage aus örtlich nachrangiger Position heraus absetzen zu müssen, hatten 48 (13,1%) der solcherart verbreiteten Abonnementtageszeitungen zu leben; ihr Auflagenanteil betrug 10,4%, und viele davon waren dem örtlich führenden Wettbewerber durch Kapitalbeteiligung oder auch Kooperationsvereinbarung verbunden.

Die Anzahl der Vollredaktionen in der Tagespresse, der sog. Publizistischen Einheiten mit selbständig redigiertem Zeitungsmantel, die 1978 mit 119 Einheiten einen Tiefpunkt erreicht hatte, erhöhte sich — begünstigt durch kostensenkende herstellungstechnische Neuerungen — bis 1985 wieder auf 126.

Die Verkaufsauflage der Tageszeitungen stieg von 1976 bis 1983 um +8,7% von 19,5 Millionen auf 21,2 Millionen und die Vertriebs Erlöse um +66% von 2 Mrd. DM auf 3,32 Mrd. DM. Das (weitgehend konjunkturunempfindliche) Vertriebsgeschäft hatte 1984 bei noch wachsendem Umsatzwert (+2,1%) einen leichten Rückgang des Mengenabsatzes auf rund 21 Mio. Stück hinzunehmen. Im (konjunktursensiblen) Anzeigengeschäft ergab sich bis 1983 gegenüber 1976 eine Umsatzerhöhung um +60% von 3,77 Mrd. DM auf 6,04 Mrd. DM und im Streikjahr 1984 — nach hochgerechneten Verbandserhebungen — eine Steigerung des Umsatzwertes zum Vorjahr um +5,6%.

1.2 Zeitschriften 53

Insgesamt genommen läßt der Vergleich der Feststellungen dieses Medienberichts mit denen des vorigen — trotz eines teilweise sehr lebhaften Marktgeschehens — weder eine Trendumkehr noch dramatische Zuspitzungen der strukturellen Entwicklungen im Zeitschriftenwesen erkennen. Die bei Großverlagen zu beobachtenden Marktanteilerweiterungen beeinflussten vor allem den Wettbewerb zwischen Branchenführern, dagegen meist nicht unmittelbar die Position kleiner und mittlerer Verlage.

Die verbreitete Gesamtauflage der von der Pressestatistik 1983 erfaßten 6 702 Zeitschriften betrug im Jahresdurchschnitt rund 256 Millionen. Der Gesamtumsatz von 9,38 Mrd. DM wurde zu annähernd gleichen Teilen mit dem Verkauf der Exemplare (4,58 Mrd. DM) und mit Anzeigen (4,80 Mrd. DM) erzielt.

Im einzelnen ist — beginnend mit den lokalen Zeitschriften aus den medienpolitisch bedeutsameren Sparten — folgendes hervorzuheben: Die wirtschaftliche Entwicklung der Anzeigenblätter als Gruppe war durch weitere Expansion und Festigung der Marktstellung gekennzeichnet. Dazu dürfte die Verstärkung des Engagements der örtlichen Tagespresse, das 1984 mehr als die Hälfte der Gesamtauflage einschloß, den Hauptbeitrag geleistet haben. Der Anzeigenumsatz der von der Pressestatistik 1983 erfaßten 669 Anzeigenblätter mit einer jahresdurchschnittlichen Auflage von zusammen 39 Millionen betrug in jenem Jahr 818 Mio. DM. Eine verlageigene Redaktion hatten 598 (89%) dieser Blätter.

Unter den sonstigen lokalen Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug sind für das Erhebungsjahr 1983 als wirtschaftlich wichtigste der statistisch gesondert erfaßten Sparten dieser Gruppe zu nennen: Politische Wochenblätter mit insgesamt 105 Titeln, fast 470 000 Verkaufsauflage und einem Umsatz von 56 Mio. DM sowie Amtliche Blätter mit insgesamt 921 wöchentlich erscheinenden Titeln, die 1983 (zusammen mit drei weiteren überregional verbreiteten Blättern) 1,7 Millionen Verkaufsauflage hatten und 89 Mio. DM Umsatz erzielten.

Die lokale Alternativpresse wird größtenteils nicht gewerblich verlegt und geht deshalb mindestens insoweit nicht in die amtliche Pressestatistik ein; ihre Gesamtauflage im Jahr 1985 wurde auf über eine Million geschätzt. Die Entwicklung dieses Pressezeiges, der in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre rasch wuchs, schien gegen Ende des Berichtszeitraums in eine Phase überzugehen, in der — vor allem bei den auflagestärkeren Blättern — die Bemühungen um Konsolidierung im Vordergrund standen.

Auf dem (überregionalen) Markt der unterhaltenden Publikumszeitschriften war das Geschehen primär dadurch geprägt, daß von fast allen Marktführern Unterhaltungszeitschriften neuartigen Typs gegründet wurden: Zeitschriften, die sich gegenüber den „benachbarten“ bisherigen Blättern durch erheblich niedrigere Verkaufspreise, deutlich verbesserte Aktualität und durch einen spartenübergreifenden Themenkreis auszeichnen. Die Aufлагengewinne der Neuerscheinungen waren in den traditionellen Sparten von Auflagenverlusten schon länger bestehender Titel begleitet, insbesondere bei den Rundfunkprogrammzeitschriften, aktuellen Illustrierten, Frauenzeitschriften und den unterhaltenden Wochenblättern. Insgesamt hat sich jedoch die Verkaufsauflage des Sektors beträchtlich erhöht.

Der Auflagenrückgang der wöchentlich erscheinenden überregional verbreiteten vier aktuellen Illustrierten hielt an, ohne daß sich die Anteile der drei hier allein konkurrierenden Großverlage an diesem Markt entscheidend änderten. Die insgesamt verkaufte Auflage, die 1964 (bei damals fünf Titeln) 6,5 Mio. und 1977 noch 5,4 Mio. betragen hatte, sank bis Ende 1984 auf 4,6 Mio. Gleichwohl stiegen die Mengenumsätze des Anzeigengeschäftes von 1976 bis 1980 überwiegend an, gingen dann allerdings deutlich zurück und stabilisierten bzw. verbesserten sich 1983 und 1984.

Die sechs wöchentlich erscheinenden, von vier Wettbewerbern verlegten klassischen Rundfunkprogrammzeitschriften haben als Gruppe ihren Mengenumsatz bis zum Jahr 1983 sowohl im Vertriebs- als auch im Anzeigengeschäft etwas erhöhen können: Ihre Verkaufsauflage wuchs seit 1977 von 13,0 Mio. — nicht ohne Schwankungen — bis Ende 1982 auf 14,0 Mio., um dann jedoch erheblich zu sinken; im IV. Quartal 1984 betrug sie noch 12,5 Mio. Die Anzeigenseitenzahl stieg von 1977 bis 1984 um 12,5%. Vom Wettbewerb der neuen besonders niedrigpreisigen spartenübergreifenden Blätter mit Rundfunkprogramminformation waren 1984 unter den traditionellen Programmzeitschriften die beiden Niedrigpreisobjekte („Funkuhr“ und „Fernsehwoche“), die nun nicht mehr am Ende der wettbewerbserheblichen Vertriebspreisskala standen, ausweislich hoher Auflagenverluste besonders betroffen. Andererseits partizipierten diejenigen führenden Großverlage, die diese zwei Periodika je zusammen mit einer Rundfunkprogrammzeitschrift höherer Preisgruppe herausgaben, in starkem Maße an den Aufлагengewinnen der neuen spartenübergreifenden Niedrigpreisblätter.

Die verkaufte Gesamtauflage der Frauenzeitschriften nahm im Berichtszeitraum aufgrund neu auf den Markt gebrachter Titel kräftig zu. Da mangels eindeutiger Abgrenzbarkeit gegen „benachbarte“ Sparten, z. B. gegen Bunte Wochenblätter, Frauenzeitschriften von den verschiedenen Marktbeobachtern nicht in einheitlicher Weise als solche eingestuft wurden, schwankten die Angaben über ihre verkaufte Gesamtauflage; die Untergrenze lag 1984 bei rund 20 Millionen, die Obergrenze bei 26 Millionen. An der Verkaufsauflage der Frauenzeitschriften waren die neuen Titel, je nach Spartenzuordnung, mit 7 bis 10 Millionen beteiligt. Die 68 von der Pressestatistik 1983 erfaßten Publikumszeitschriften der (statistischen) Kategorie „Frauen, Familie, Mode, Wohnen“ hatten im IV. Quartal eine Verkaufsauflage von 24,1 Mio. und erzielten einen Jahresumsatz von 1,24 Mrd. DM, davon 566 Mio. aus Anzeigen.

Die Fachzeitschriften überstanden, insgesamt genommen, die gesamtwirtschaftlich schwierige Phase in der ersten Hälfte der achtziger Jahre gut. Trotz eines

partiell rückläufigen Anzeigengeschäftes und Nichtanhebungen der Etats öffentlicher Bibliotheken erzielten beide Hauptgruppen der Fachzeitschriften, die wissenschaftlichen und die anderen, auch von 1981 bis 1983 ansteigende Umsätze. Die von der Pressestatistik 1983 erfaßten 2 862 Fachzeitschriften erreichten einen Jahresumsatz von 2,14 Mrd. DM, davon 1,21 Mrd. DM aus Anzeigen. Der Anteil der darin enthaltenen 1 254 wissenschaftlichen Fachzeitschriften am Gesamtumsatz betrug 0,73 Mrd. DM.

2 Kooperationen in der periodischen Presse

56

Der Grad der zwischenbetrieblichen Kooperation in der Abonnementtagespresse änderte sich, wie der Bericht mit Zahlen belegt, gegenüber 1975 nicht wesentlich.

3 Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften

57

3.1 Einzelhandel

57

Die Anzahl der vom Presse-Großhandel belieferten Einzelhändler erhöhte sich von 1978 bis 1983 von 84 366 auf 90 916. Der Einzelhandel hatte es in der Regel mit nur einem Grossisten als Lieferanten zu tun (Gebietsstrennung), lediglich 8,1% der Einzelhändler waren Kunden von je zwei Pressegrossisten, von denen jedoch jeder für bestimmte Titel die ausschließliche Zuständigkeit besaß (Objekttrennung).

3.2 Großhandel

57

Im Großhandel mit Zeitungen und Zeitschriften (Pressegrosso) waren 1983 insgesamt 83 Betriebe tätig, von denen fünf (6%) Kapitalbindungen zu Großverlagen hatten. Der Jahresumsatz belief sich 1983 und 1984 je auf 4,1 Mrd. DM, das Pressesortiment bundesweit auf etwa 2 000 Titel. Auf ihrer Handelsstufe waren die Grossbetriebe infolge des mit den Verlagen vereinbarten Gebietsschutzes keinem Wettbewerb ausgesetzt. Diesem Schutz und dem Recht, unverkaufte Exemplare innerhalb bestimmter Fristen zurückzugeben (Remissionsrecht), stand die Verpflichtung gegenüber, zur Sicherung einer möglichst marktgerechten Belieferung bestimmten Dispositionen des Verlages nachzukommen. Entsprechende Regelungen prägten auch das Verhältnis von Grossist und Einzelhändler. Nach Auffassung der Bundesregierung hat sich das bestehende System des Pressevertriebs bewährt. Es trägt wesentlich dazu bei, die Vielfalt des Angebots zu sichern und auch den kleineren Verlagen und auflageschwächeren Presseprodukten bessere Marktzutrittschancen zu eröffnen. Die Praxis des Pressevertriebs in der Bundesrepublik Deutschland entspricht nach Auffassung der Bundesregierung auch den Wettbewerbsregeln des EWG-Vertrages.

3.3 Verlagselgene Vertriebssysteme

58

Grundlegende Veränderungen waren im Berichtszeitraum insbesondere bei der Abonnementtagespresse nicht zu verzeichnen. Bei den Zeitschriften spielten verlagseigene Systeme zum Vertrieb (Zustellung) der Abonnentenexemplare vor allem in der konfessionellen Presse, daneben bei unterhaltenden Publikumszeitschriften und Amtlichen Blättern eine größere Rolle.

3.4 Postzeitungsdienst

59

Mit Hilfe des Postzeitungsdienstes wurden 1984 insgesamt 1,58 Mrd. Vertriebsstücke (Zeitschriften und Zeitungen) an den Leser herangebracht. Die Verkehrszunahme betrug von 1977 bis 1981 jährlich durchschnittlich +4%, ist seitdem aber zurückgegangen (1984: noch +0,6%). Die Bundesregierung erachtet den Postzeitungsdienst auch für die Zukunft als ein unverzichtbares Instrument zur Gewährleistung des Pressevertriebs. Das mit den drei großen Verlegerverbänden 1977 vereinbarte Ziel, den damals bestehenden Kostendeckungsgrad des Postzeitungsdienstes von 34,7% bis 1985 durch regelmäßige Gebührenanhebungen auf 50% zu verbessern, wurde vorfristig erreicht; der Kostendeckungsgrad lag schon 1984 bei 54,7%, und es gelang, die Kostenunterdeckung auf etwa

500 Mio. DM zu begrenzen. Für 1984 und 1985 konnte auf Gebührenerhöhungen verzichtet werden. Die Deutsche Bundespost und die drei Verbände stimmen jedoch darin überein, daß der Kostendeckungsgrad bis 1995 weiter deutlich verbessert werden soll.

4 Buchhandel

60

Der Zahl nach bildeten Klein- und Mittelbetriebe den Schwerpunkt des herstellenden Buchhandels (Verlage). Die Unternehmen dieser Größenklasse konnten sich relativ gut behaupten, wenn auch weiterhin Konzentrationsvorgänge zu verzeichnen waren. Die amtliche Umsatzsteuerstatistik 1982 zählte 2 095 Unternehmen, die (überwiegend) durch Verlegen von Büchern bzw. Fachzeitschriften in jenem Jahr insgesamt rund 7,2 Mrd. DM umsetzten. Die Titelproduktion schwankte im Berichtszeitraum zwischen jährlich 43 600 (1975) und 67 200 (1980); sie ist nach wie vor die drittgrößte der Welt.

Im verbreitenden Buchhandel waren 1985 rund 3 900 Einzelhandelsunternehmen tätig. Den wirtschaftlichen Schwerpunkt der Einzelhandelsstufe bildete der Sortimentsbuchhandel mit über 2 600 Unternehmen und einem Jahresumsatz, der sich 1984 — je nach Abgrenzung dieser vielfältig verflochtenen Sparte — zwischen vier und fünfeinhalb Milliarden DM bewegte. Die sechs größeren Buchgemeinschaften hatten 1984 einen Mitgliederbestand von zusammen rund 6,5 Millionen und erzielten nach Schätzungen aus der Branche einen Gesamtumsatz von über 570 Mio. DM. Der 1984 über alle Vertriebswege erzielte Gesamtumsatz mit Büchern wurde auf 7,9 Mrd. DM geschätzt und die Jahreszuwachsrate auf +2,0%. Der grenzüberschreitende Austausch von „Gegenständen des Buchhandels“ erreichte 1984 ein Gesamtvolumen von 2,60 Mrd. DM (+ 11,1%), wovon 1,85 Mrd. DM auf die Ausfuhr und davon wiederum 0,94 Mrd. DM auf Zeitungen und Zeitschriften entfielen.

In der europäischen Diskussion über die Preisbindung von Verlagserzeugnissen hat die Bundesregierung ihre Auffassung bekräftigt, daß der feste Ladenpreis für Verlagserzeugnisse zur Erhaltung der Literaturvielfalt unabdingbar ist. Auf nationaler Ebene haben sich die Fraktionen des Deutschen Bundestages — ebenfalls aus kulturpolitischen Gründen — dafür ausgesprochen, am System der Preisbindung für Verlagserzeugnisse festzuhalten.

Es ist ein Anliegen der Bundesregierung, daß auch das Buch in einer durch neue Medien veränderten Kommunikationslandschaft seinen Stellenwert als Kulturmedium behält. Die neuen Medien bieten Ansätze zur Kooperation.

5 Nachrichtenagenturen

61

Die Darstellung aktualisiert die eingehenderen Angaben des vorigen Medienberichtes. Hier ist die Aussage zu unterstreichen, daß die im internationalen Vergleich hohe Intensität des Wettbewerbs zwischen den Nachrichtenagenturen in der Bundesrepublik Deutschland auch die weiterhin gewachsene Bereitschaft von Medienunternehmen, insbesondere von Tageszeitungsverlagen, spiegelt, sich mehrerer Agenturdienste zu bedienen. Der Anteil der Publizistischen Einheiten der Tagespresse, die sich auf das Abonnement nur einer Nachrichtenagentur beschränkt, sank von 30,6% im Jahr 1975 auf 27,8% im Jahr 1983.

6 Wirtschaftliche Hilfen

62

Das ERP-Presseprogramm für kleine und mittlere Verlage der periodischen Presse wurde auch in diesem Berichtszeitraum fortgesetzt, ebenfalls die Gewährung von Krediten an diese Unternehmen aus Mittelstandsprogrammen der Kreditanstalt für Wiederaufbau. Die am 9. Juli 1975 als Sofortmaßnahme von der Bundesregierung für eine Übergangszeit beschlossene Verbilligung von Krediten an Tageszeitungsverlage lief 1982 aus. Neben den Gebührenvergünstigungen im Postzeitungsdienst gelten für Presseunternehmen weiterhin auch im Fernmeldewesen kostensenkende Vorzugsregelungen.

7 Pressefreiheit

64

7.1 Pressevielfalt in der Bundesrepublik Deutschland

64

Das Pressewesen in der Bundesrepublik Deutschland bietet im wesentlichen durch die Vielfalt seiner Presseerzeugnisse die Fülle von Auswahlmöglichkeiten, wie es angesichts der verfassungsrechtlich garantierten Meinungs- und Pressefreiheit erwartet werden darf.

Die Zahl der Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) von Tageszeitungen hat sich von 119 im Jahre 1978 auf 126 im Jahre 1985 erhöht. Neugründungen von Tageszeitungen, Wochenblättern und Publikumszeitschriften sind hinzugekommen. Der Markt der Anzeigenblätter ist weiter gewachsen und kann als inzwischen gefestigter Bestandteil der Presse betrachtet werden. Die Alternativpresse scheint sich derzeit eher rückläufig zu entwickeln.

Im Ganzen haben sich die Konzentrationsbewegungen in der Presse stark verlangsamt. Die externe Pluralität des Pressewesens ist gewährleistet.

Meinungen über Themen von großregionaler/nationaler Bedeutung werden im Zusammenwirken von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern regelmäßig in einem breiten Spektrum dargeboten. Als mit Abstand wichtigste Foren für Meinungsäußerungen über lokale Angelegenheiten fungieren unverändert die örtlichen Tageszeitungen.

7.2 Innere Pressefreiheit

65

Die Bundesregierung hat in der Regierungserklärung von 1980 auf eine erneute Ankündigung einer gesetzlichen Regelung der „inneren Pressefreiheit“ verzichtet. Neben politischen Erwägungen lag diesem Verzicht auch die Einsicht zugrunde, daß die in Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG garantierte Pressefreiheit nur eine stark eingeschränkte gesetzliche Regelung zulassen würde. Alle weitergehenden Lösungsvorschläge wären mit einem verfassungsrechtlichen Risiko behaftet gewesen. Die Bundesregierung hält an dieser Auffassung fest. Sie ist außerdem der Meinung, daß die Eigenverantwortlichkeit von Verlegern und Redakteuren jeder staatlichen Regelung im Pressebereich vorzuziehen ist.

Die auf vertraglicher Grundlage beruhende Statutenbewegung innerhalb der Presse ist gegenüber der Darstellung im Bericht von 1978 nicht wesentlich verändert. Es wurden zwar zahlreiche Neufassungen von Statuten vereinbart, jedoch überwiegend ohne wesentliche Inhaltsänderungen.

7.3 Selbstkontrolle der Presse

66

Die Bundesrepublik Deutschland besitzt unter der Geltung des Grundgesetzes die in der deutschen Geschichte freiheitlichsten Regelungen im Pressewesen. Das Bundesverfassungsgericht hat schon frühzeitig darauf hingewiesen, daß mit der Pressefreiheit auch Pflichten einhergehen. Dies sind vor allem die journalistischen Sorgfaltspflichten, die in den Landespressegesetzen zur Rechtsnorm erhoben worden sind, aber wegen ihres der rechtlichen Sanktion weitgehend enthobenen Charakters der Selbstkontrolle der Presse bedürfen. Die Bundesregierung hat es daher begrüßt, daß die langwierigen Reformverhandlungen der Trägerverbände des Deutschen Presserates zu einem Ergebnis geführt haben und der Beschwerdeausschuß des Deutschen Presserates seine Arbeit nach einer vierjährigen Pause wieder aufnehmen kann.

Eine stärkere Effektivität der Selbstkontrolle der Presse hält die Bundesregierung für wünschenswert, weil es nicht Sache des Gesetzgebers sein kann, notwendige Korrekturen bei der Verletzung journalistischer Fairneß und Sorgfalt in dem der Rechtsordnung vorgelagerten berufsethischen Bereich selbst herbeizuführen. Die Bundesregierung hält überdies eine gesetzliche Fundierung der Kontrolltätigkeit des Deutschen Presserates mit der gleichzeitigen Verleihung von Zwangsbefugnissen, wie sie wiederholt öffentlich gefordert worden sind, für unvereinbar mit dem Wesen der Pressefreiheit. Eine solche mit staatlichen Machtbefugnissen ausgestattete Standesgerichtsbarkeit verbietet sich nach dem Grundgesetz im Pressebereich.

7.4 Pressefreiheit und Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe

67

Die Frage, ob durch Arbeitskämpfe im Druckerei- und Presseverlagsgewerbe die Presse- und Informationsfreiheit (Art. 5 GG) verletzt werde, ist schon im Medienbericht 1978 erörtert worden. In der Zwischenzeit hat das Bundesarbeitsgericht in mehreren Entscheidungen zu Arbeitskämpfen Stellung genommen, die in der Druckindustrie im Jahr 1978 stattgefunden haben. Hiernach stellt der Arbeitskampf als ultima ratio auch im Pressebereich eine notwendige Hilfseinrichtung der Tarifautonomie dar und ist damit zulässig.

Der 1984 über 13 Wochen andauernde Arbeitskampf im Druckereigewerbe mit schwerpunktmäßig geführten Streiks hatte die Einführung der 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich zum Ziel. Die Kampfmaßnahmen führten zeitweise zu Betriebsstillegungen bestimmter Zeitungsverlage mit der Folge, daß Presseerzeugnisse nicht oder nicht im vollständigen Umfang gedruckt oder ausgeliefert werden konnten.

Die außergewöhnlichen Begleiterscheinungen des Druckerstreiks 1984 spielten sich im wesentlichen auf polizei- und strafrechtlichem Gebiet ab. Die Bundesregierung stellt hierzu mit Nachdruck fest, daß sich auch vom Kampfziel her rechtmäßige Streiks im Rahmen der geltenden Rechtsordnung halten müssen, deren Gewährleistungsbestandteil sie selbst sind. Hiermit unvereinbar ist jeglicher Akt von Gewalt gegen Personen oder Sachen.

8 Gesetzgebung im Pressebereich

68

Die im Jahre 1976 in das Strafgesetzbuch eingeführten §§ 88 a und 130 a StGB sind im Jahre 1981 wieder aufgehoben worden, da sich beide Vorschriften in der Praxis als weitgehend bedeutungslos erwiesen hatten.

Die Vorschriften des Einundzwanzigsten Strafrechtsänderungsgesetzes (21. StrÄndG) vom 13. Juni 1985 verfolgen das Ziel, propagandistische Aktivitäten extremistischer — insbesondere neonazistischer — Art auch mit strafrechtlichen Mitteln intensiver zu bekämpfen. Auch wenn solchen Aktivitäten zu begegnen zunächst Aufgabe vorbeugender Gegenwehr im Raume der geistig-politischen Auseinandersetzung ist, wird doch eine Abwehr mit Hilfe des Strafrechts dort erforderlich, wo die demokratische Staatsordnung angegriffen oder der öffentliche Friede berührt werden.

II. Film

69

1 Überblick

69

Auch wenn die Zahl der Filmtheaterbesucher seit dem Höhepunkt des deutschen Nachkriegsfilms in den 50er Jahren bedingt durch das Hinzutreten audiovisueller Konkurrenzmedien wesentlich zurückgegangen ist, weisen 112,1 Millionen Kinobesucher im Jahre 1984 den Film immer noch als eines der Massenmedien unserer Zeit aus. Nimmt man die Betrachter von Filmen im Fernsehen und auf Video hinzu, so erhöht sich die Zuschauerzahl um ein Vielfaches. Die im Verhältnis zu anderen kulturellen Veranstaltungen sehr hohe Zahl der Filmkonsumenten kann allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, daß sich der deutsche Film seit Jahren in einer wirtschaftlich und strukturell schwierigen Lage befindet.

2 Staatliche Filmförderung

69

Auf diese Entwicklung reagierte der Staat (Bund und Länder) mit einer verstärkten Förderung des Films.

Die Filmförderung des Bundesministers des Innern erfolgt seit 1951 im Rahmen der vom Gesetzgeber zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel (1985: 7,6 Mio. DM). Maßgeblich für die im wesentlichen unter kulturellen Gesichtspunkten stehende Vergabe der Mittel sind (1985) die Richtlinien zur Förderung des deutschen Films vom 27. Februar 1984 i. d. F. der Änderung vom 4. Februar 1986.

Die mehr unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten stehende Filmförderung des Bundes (Gesamtvolumen 1984: ca. 32 Mio. DM) erfolgt vor allem auf der Grundlage des Filmförderungsgesetzes (FFG) in seiner Fassung vom 25. Juni 1979. Die der Rechtsaufsicht des Bundesministers für Wirtschaft unterstehende Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin vergibt diese Fördermittel im wesentlichen an die Filmproduktion, den Filmverleih und die Filmtheaterwirtschaft. Das bis zum 31. Dezember 1986 geltende FFG wird z. Z. in Reaktion auf die veränderten Rahmenbedingungen der deutschen Filmwirtschaft novelliert.

Filmförderungssysteme, die nach kulturellen und/oder wirtschaftlichen Gesichtspunkten strukturiert sind, haben Bayern, Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und neuerdings auch Hessen. Hinzu tritt das ausschließlich von den Ländern finanzierte Kuratorium Junger Deutscher Film, das seinen Schwerpunkt auf die Nachwuchsförderung legt. Als Filmförderung im weiteren Sinne ist auf Länderseite auch die Tätigkeit der Filmbewertungsstelle in Wiesbaden anzusehen.

Die Förderung des Bundes, ergänzt durch die Fördersysteme der Länder, hat erheblich dazu beigetragen, daß sich trotz verstärkter ausländischer Konkurrenz und einer radikalen Veränderung des Medienspektrums ein nationales deutsches Filmschaffen erhalten hat und sich deutsche Filme im internationalen Qualitätsvergleich relativ gut behaupten konnten.

3 Perspektiven der deutschen Filmproduktion

70

Die Erfolge einzelner Produktionen haben den deutschen Film allerdings insgesamt nicht von öffentlicher Förderung unabhängig machen können. Es fehlt dem deutschen (Kino-)Film trotz bedeutender internationaler Auszeichnungen einzelner Produktionen immer noch weitgehend der Zugang zum breiten inländischen und ausländischen Publikum.

4 Entwicklung der Filmtheater

71

Die Filmtheaterbranche sieht sich neben einer durch den Besucherrückgang bedingten Verringerung des Bruttoumsatzes einem weiter wachsenden Konkurrenzdruck des Fernsehens (im Vergleich zu 1974 hat sich die Anzahl der im Fernsehen zur Ausstrahlung gelangten Kinofilme im Jahr 1984 verdoppelt) und einer in ihrer Auswirkung auf die Filmtheater noch gar nicht abschätzbaren künftigen Ausweitung des Medienangebots durch Kabelrundfunk, Satellitenfernsehen, Video und Pay-TV ausgesetzt. Es wird in den kommenden Jahren darauf ankommen, den Filmtheatern als originärer Abspielstätte des Mediums Film den ihnen zukommenden Platz unter den miteinander im Wettbewerb stehenden Massenmedien zu sichern.

5 Entwicklung der anderen filmwirtschaftlichen Sparten

71

Im Vergleich zu der vom intermediären Wettbewerb besonders betroffenen Sparte der Filmtheater haben sich die anderen filmwirtschaftlichen Sparten seit 1973 noch günstig entwickelt.

6 Zusammenarbeit von Film und Fernsehen/Filmförderungsabkommen

71

Seit 1974 haben die Filmförderungsanstalt des Bundes (FFA) und die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von ARD und ZDF in bislang drei Abkommen Vereinbarungen über die Förderung der Zusammenarbeit von Film und Fernsehen bis 1986 geschlossen. Im Rahmen dieser Abkommen wurden bis zum 31. Dezember 1984 von der ARD 112 und vom ZDF 93 Spielfilme mit dem Fernsehen koproduziert.

7 Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft

72

Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) erfüllt seit 1948 eine wichtige Funktion hinsichtlich der gewerblichen Auswertung von Filmen. Die

FSK trägt zur Rechtssicherheit bei der gewerblichen Filmauswertung bei und besitzt zugleich eine wichtige Funktion im Bereich des Jugend- und Feiertagschutzes.

8 Ausblick

72

Festzuhalten für die Situation des deutschen Films bleibt, daß er trotz internationaler Erfolge einzelner Filme in der Produktion wie im Abspiel weiterhin öffentlicher Unterstützung bedarf. Hierbei wird es auch in Zukunft das Ziel öffentlicher Filmförderung sein, dem deutschen Film zu mehr Qualität und größerer Publikumsresonanz und damit zu wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit zu verhelfen. Die Neufassung der Filmförderungsrichtlinien des Bundesministers des Innern Anfang 1986 und die bevorstehende Novellierung des Filmförderungsgesetzes durch den Bundesminister für Wirtschaft sind Schritte auf diesem Wege.

III. Audiovisuelle Medien

72

1 Abgrenzung

72

Unter audiovisuellen Medien (AV-Medien) werden elektronische Medien zur Speicherung und Wiedergabe schneller Bild- und Tonfolgen verstanden.

2 Bisherige wirtschaftliche Entwicklung

72

Der Absatz des in der Bundesrepublik Deutschland 1977 eingeführten Videokassettenrekorders scheint sich in den letzten Jahren ‚eingeschwungen‘ zu haben; 1983 und 1984 lag der jährliche Mengenabsatz in der Größenordnung von 1,5 Mio. Stück und der Umsatzwert sank von 2,7 Mrd. DM auf 2,6 Mrd. DM. Der Gesamtumsatz aus dem Verkauf von Videorekordern, Videokameras und Videoleerkassetten erhöhte sich dagegen 1984 um rund 2,7 % auf 3,5 Mrd. DM; die Stückzahl der an den Handel abgesetzten bespielten Videoprogrammträger (die zu über 90% durch Vermietung weiterverbreitet wurden) betrug rund zwei Millionen und der Verleihumsatz nach grober Schätzung 600 bis 700 Mio. DM.

Bildplattensysteme vermochten im Berichtszeitraum noch keinen breiteren Marktdurchbruch zu erzielen. Mit der Einführung multifunktionaler Versionen, die dem Käufer eigene Mehrfachspeicherungen (Aufzeichnungs-Lösch-Zyklen) ermöglichen, wurde für die nahe Zukunft nicht gerechnet.

3 Auswirkungen auf Filmwirtschaft und Rundfunk

74

Von der Expansion der AV-Medien sind die Sparten der Filmwirtschaft sehr unterschiedlich betroffen: Während sich die Filmtheater erhöhtem Wettbewerb ausgesetzt sehen, eröffnen sich für Produzenten und filmtechnische Betriebe sowie — mit Einschränkungen — auch für Verleih und Vertrieb neue Betätigungsmöglichkeiten. Rückwirkungen auf den Rundfunk konzentrierten sich auf dessen Märkte für Filmverwertungsrechte.

4 „Stadtfernsehen“

74

Von über vierzig Unternehmen, die sich mit der Darbietung auf Videokassette gespeicherter audiovisueller Informationen (primär über das Lokalgeschehen) auf Monitorwänden an verkehrsreichen Plätzen befaßt hatten, waren 1984 nur noch zwölf auf diesem Felde tätig, und auch darunter befand sich kein Unternehmen, das hier kostendeckende Erträge erzielte. Aufgrund der tatsächlichen Entwicklung des sog. Stadtfernsehens wird ein dringlicher Handlungsbedarf für den Gesetzgeber nicht erkennbar.

5 Technische und wirtschaftliche Perspektiven

74

Der auf weitere Sicht zu erwartende Entwicklungssprung einer breiteren Einführung des Hochauflösenden Fernsehens sowie der sich aus technisch-wirtschaftlichen Gründen verstärkende Trend zur Verwendung von multifunktionalen Instrumenten in der Telekommunikation dürften auch die AV-Medien folgenreich beeinflussen. Meist in Verbindung mit anderen Kommunikations- und Informationstechniken gelangen AV-Medien insbesondere für Bildungszwecke zunehmend zur Anwendung; sie werden in vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft geförderten Pilotprojekten erprobt bzw. bereits planmäßig benutzt.

IV. Tonträger

75

1 Abgrenzung

75

Es handelt sich um Träger von Aufzeichnungen ausschließlich schallwiedergebender Schwingungsfolgen, um Schallplatten und Tonbänder.

2 Bisherige wirtschaftliche Entwicklung

75

Gemessen an den Stückumsätzen, zählte die Bundesrepublik Deutschland 1983 nach den Vereinigten Staaten, aber noch vor Japan, zu den drei umsatzstärksten Tonträgermärkten der westlichen Welt.

Der Stückabsatz an Schallplatten ging nach einem bis 1978 währenden, sich zunehmend abflachenden Anstieg zunächst auf breiter Front zurück; 1982 wandelte sich der Rückgang, allerdings mit der gewichtigen Ausnahme der Langspielplatten, in einen Wiederanstieg, der auch 1983 anhielt, 1984 jedoch wieder in eine Abschwächung umschlug. Der Inlandsabsatz über alle Vertriebswege umfaßte 1984 nach Verbandserhebung 81,1 Mio. Langspielplatten und 55,5 Mio. andere Schallplatten sowie 3,0 Mio. der neuen (erst 1983 auf den Markt gebrachten) Kompaktschallplatten.

Die in den sechziger Jahren beginnende Absatzexpansion bespielter Tonbänder (Musikkassetten) verlangsamte sich im folgenden Jahrzehnt und pendelte sich von 1982 bis 1984 zwischen jährlich rund 51 und 53 Mio. Stück ein. Der Jahresumsatz an unbespielten Tonbändern, an sog. Leerkassetten, wurde für 1983 (von betroffenen Wettbewerbern) auf über 100 Mio. Stück geschätzt; ein wesentlicher Teil davon soll zu Lasten der Verkäuflichkeit vor allem hochpreisiger Tonträger gegangen sein.

Der Gesamtumsatz 1984 auf dem — weitgehend oligopolistisch strukturierten und von internationalen Großunternehmen dominierten — Inlandsmarkt der bespielten Tonträger wurde auf über 2 Mrd. DM veranschlagt. Der Marktanteil des größten Anbieters in deutschem Alleinbesitz lag bei 15 %.

3 Perspektiven

76

Die Internationalisierung des Angebots auf dem inländischen Tonträgermarkt wird auch künftig eher wachsen.

V. Rundfunk

77

1 Wirtschaftliche Entwicklung

77

Die Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung des Rundfunks beschränkt sich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die privaten Rundfunkanbieter befanden sich noch in der Anfangsphase.

Die Aufwands- und Ertragsentwicklung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten war durch zwei Rundfunkgebührenerhöhungen und durch eine Reduzierung der Personalkostensteigerungsraten gekennzeichnet.

2 Schwerpunkte der rundfunkpolitischen Entwicklung seit 1978 78**2.1 Infrastrukturelle Verbesserung der Rundfunkversorgung** 78

Für die Verbreitung von Rundfunkprogrammen stehen in der Bundesrepublik Deutschland terrestrische Sendernetze, Breitbandverteilnetze, Fernmelde- und künftig Rundfunksatelliten zur Verfügung. Die neuen Verbreitungstechniken ermöglichen ein Mehr an Meinungs- und Informationsvielfalt.

Verfassungs-, medien-, außen- und industriepolitische Gründe sprechen für den direktempfangbaren Rundfunksatelliten als eine wichtige Ergänzung im System der Rundfunkversorgung.

2.2 Der Zugang privater Anbieter zum Rundfunk 79

Die Möglichkeiten der Satellitentechnik, der Breitbandverkabelung und weiterer terrestrischer Frequenzen stellen die öffentlich-rechtliche Organisation des Rundfunks als alleinige Organisationsform in Frage, da sie auch privaten Rundfunkanbietern die Verbreitung ihrer Programme eröffnen.

Seit Anfang 1984 bieten in der Bundesrepublik Deutschland auch private Veranstalter Fernseh- und Hörfunkprogramme an. Die Bundesregierung begrüßt im Interesse der Meinungs- und Informationsvielfalt diese Öffnung für private Veranstalter. Die bisher vorherrschende öffentlich-rechtliche Organisation des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland ist kein Verfassungsgrundsatz des Grundgesetzes, sondern rechtfertigt sich historisch aus dem Frequenzmangel und dem außergewöhnlichen finanziellen Aufwand, der für die Veranstaltung von Rundfunk in der Vergangenheit betrieben werden mußte. Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit, das in Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG als Individualrecht gewährleistet ist, kann auch von Privaten ausgeübt werden.

Dies setzt jedoch voraus, daß privater Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland — und zwar überall — faire Startbedingungen und Verbreitungsmöglichkeiten erhält, Planungssicherheit für die erfolgreiche Gründung und den Betrieb der Unternehmen gegeben ist und auch die wirtschaftlichen und finanziellen Grundlagen nicht eingeschränkt werden, derer die privaten Unternehmen — namentlich bei der Ausstrahlung von Werbung — zu ihrer Existenzsicherung bedürfen. Die Bundesregierung weist darauf hin, daß prinzipiell zum Bestandteil einer wirksamen Garantie der Rundfunkfreiheit gehört, daß der Gesetzgeber eine funktionsgerechte Finanzierungsmöglichkeit eröffnet und private Anbieter nicht gezwungen werden, zur Ausübung ihres Grundrechts Programme im Ausland zu veranstalten, weil im Inland keine geeigneten Voraussetzungen geschaffen werden.

Das Bundesverfassungsgericht hat im sog. FRAG-Urteil vom 16. Juni 1981 Grundsätze zur Zulassung privater Rundfunkveranstalter aufgestellt. Die tatsächlichen und technischen Voraussetzungen haben sich seit 1981 freilich stark verändert; der Bundesregierung erscheint es daher nicht zweifelsfrei, ob sämtliche Aussagen des FRAG-Urteils heute noch ohne weiteres in die rundfunkrechtliche Gesetzgebung übernommen werden können.

3 Fortentwicklung des Rundfunkrechts 80**3.1 Mediengesetzgebung der Länder** 80

Die Zulassung privaten Rundfunks hat in allen Bundesländern medienpolitische Diskussionen ausgelöst. Fast alle Länder haben gesetzliche Regelungen zur Zulassung privater Rundfunkanbieter getroffen.

3.2 Zur „inneren Rundfunkfreiheit“ 81

Das Bundesverfassungsgericht hat mit Beschluß vom 13. Januar 1982 zur Festanstellung sogenannter ständiger freier Mitarbeiter klarstellende Abgrenzungskriterien festgelegt, die für die Rundfunkanstalten von erheblicher personalwirtschaftlicher Bedeutung sind.

Das OVG Münster hat mit Urteil vom 16. April 1981 zur Funktionsbindung des Redakteurs festgestellt, daß ihm seine Ermessensbefugnis nur zur funktionsbedingten Wahrnehmung des öffentlichen Programmauftrags der Rundfunkanstalt und nicht zur Entfaltung seiner Persönlichkeit überantwortet ist.

4 Deutschlandpolitische Aspekte

83

Angesichts der fortbestehenden Teilung Deutschlands leisten die Medien Hörfunk und Fernsehen einen wichtigen Beitrag zur Wahrung der Einheit der Nation. Durch Programmgestaltung und Berichterstattung tragen sie in der Bundesrepublik Deutschland einen Teil der Verantwortung bei der Aufrechterhaltung der Bindungen zwischen den Menschen in beiden Staaten in Deutschland.

VI. Elektronische Textkommunikationsdienste

83

Im Berichtszeitraum sind alle neuen elektronischen Textkommunikationsdienste, mit Ausnahme des Kabeltextes, in die praktische Anwendung gegangen. Besondere Beachtung hat hierbei der Bildschirmtext (Btx) gefunden, der nach Btx-Feldversuchen in Berlin und Düsseldorf/Neuss ab 1983 stufenweise eingeführt worden ist. Die Länder haben durch Staatsvertrag vom 18. März 1983 den gesamten Nutzungsbereich landesrechtlich geregelt; die fernmeldebenutzungsrechtlichen Regelungen hat der Bund in der Fernmeldeordnung getroffen. Die Nutzung von Btx ist noch nicht in dem erwarteten Umfang erfolgt, da er bislang überwiegend im kommerziellen Bereich genutzt wird. Die erhoffte größere Akzeptanz dürfte erst durch eine größere Zahl privater Nutzer erreicht werden. Dies ist vor allem auch deshalb zu erwarten, da die Bundesrepublik Deutschland hinsichtlich der Möglichkeit, über Btx die EDV-Anlagen verschiedenster Betreiber zu nutzen (Rechnerverbund), weltweit eine Spitzenstellung einnimmt.

Der Videotext, der seit dem 1. Juni 1980 bundesweit als Feldversuch der ARD und des ZDF unter Beteiligung des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger betrieben wird, hat sich zum aktuellen und attraktiven Informationsdienst entwickelt, der allerdings, im Gegensatz zu den nahezu unbegrenzten Speichermöglichkeiten beim Btx, systembedingt sehr enge Grenzen aufweist. Es ist zu erwarten, daß die Zahl von über einer Million Videotext-Teilnehmern in den nächsten Jahren kontinuierlich anwachsen wird.

Die Deutsche Bundespost hat 1979 den Telefax- und 1981 den Teletextdienst eingeführt. Beide Dienste dienen fast ausschließlich der geschäftlichen Kommunikation und können eine stetig steigende Benutzerzahl verzeichnen. Besondere Bedeutung erlangen diese Dienste auch durch ihre grenzüberschreitenden Nutzungsmöglichkeiten, die von der Deutschen Bundespost durch entsprechende Vereinbarungen mit ausländischen Fernmeldeverwaltungen vorangetrieben werden.

E. Journalisten und freie Mitarbeiter

89 bis 96

Hinsichtlich der Journalisten und freien Mitarbeiter haben sich im Berichtszeitraum wiederum Lage und Aussichten in den Bereichen Arbeitsmarkt, Aus- und Weiterbildung sowie Alterssicherung hauptsächlich als erörterungsbedürftig erwiesen.

I. Angestellte Journalisten

90

1 Arbeitsmarkt

90

Exakte Daten zur Arbeitsmarktsituation der Journalisten sind nicht verfügbar. Nach der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gab es Ende Juni 1985 in der Bundesrepublik Deutschland 27 087 beschäftigte Publizisten.

Eine von der Bundesregierung in Auftrag gegebene Studie schätzt die Gesamtzahl aller Journalisten für 1983 auf ca. 23 000. Nach der Bestandsstrukturerhebung der Bundesanstalt für Arbeit (Stand: September 1985) befanden sich unter den insgesamt 2 151 577 Arbeitslosen 2 046 arbeitslose Publizisten. Demnach lag 1985 die Arbeitslosenquote bei Publizisten wesentlich unter dem Gesamtdurchschnitt der allgemeinen Arbeitslosigkeit. Wegen der Vielfältigkeit der journalistischen Arbeitsplätze ist die Aussagefähigkeit der Arbeitslosenzahlen allerdings eingeschränkt.

2 Aus- und Weiterbildung

91

Die Bundesregierung hält daran fest, daß der Beruf des Journalisten ein „offener Begabungsberuf“ bleiben muß. Sie tritt dafür ein, daß alle für die Aus- und Weiterbildung von Journalisten Verantwortlichen für eine qualifizierte fachliche wie berufsethische Ausbildung Sorge tragen und dabei die besondere journalistische Verantwortung für die Meinungs- und Willensbildung der Bevölkerung bewußt machen. Arbeitgeber-, Arbeitnehmerorganisationen und Kirchen haben im Berichtszeitraum Leitvorstellungen für die Journalistenausbildung vorgelegt bzw. verabschiedet. Bund, Länder und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten fördern Maßnahmen zur Aus- und Fortbildung.

3 Soziale Sicherung

92

Die Alterssicherung erfolgt für alle angestellten Journalisten wie für alle Arbeitnehmer in der gesetzlichen Rentenversicherung. Darauf aufbauend bestehen bei Presse und Rundfunk zusätzliche Versorgungseinrichtungen unterschiedlicher Art, wobei für Journalisten an Rundfunkanstalten eine Besserstellung in der Alterssicherung festzustellen ist. Ziel müßte sein, in allen Bereichen zu einer Gesamtversorgung zu gelangen, die einen sozialpolitisch angemessenen Abstand zwischen dem letzten Aktiv-Nettoeinkommen und der Altersversorgung wahrht.

II. Freie Mitarbeiter

94

Die Gesamtzahl der bei den Massenmedien beschäftigten freien Mitarbeiter ist nicht bekannt. Insgesamt dürfte die Zahl der freien Mitarbeiter je nach engerer oder weiterer Abgrenzung zwischen 30 000 bis 100 000 liegen. Die wirtschaftliche, soziale und rechtliche Lage der Zielgruppen des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes konnte im Berichtszeitraum im Rahmen und mit den Mitteln der Tarifautonomie verbessert werden. Die unständig Beschäftigten wurden 1979 hinsichtlich der Kranken- und Rentenversicherung mit allen anderen abhängig Beschäftigten weitgehend gleichgestellt. Das zum 1. Januar 1983 in Kraft getretene Künstlersozialversicherungsgesetz hat die soziale Sicherung selbständiger Publizisten erheblich verbessert.

F. Mediennutzung/Medienforschung

96 bis 99

I. Mediennutzung

96

Fragen und Ergebnisse der Mediennutzung sind im Zusammenhang mit den verstärkt konkurrierenden Angeboten und der allgemeinen Freizeitgestaltung von besonderem Interesse. Die Daten zeigen die bedeutende Rolle des Medienkonsums für fast alle Bundesbürger. Das belegen im einzelnen die nahezu erreichte Vollversorgung mit Radio- und Fernsehgeräten, die hohen Reichweitenquoten bei Funk- und Druckmedien sowie das beträchtliche, aber bei den verschiedenen Bevölkerungsgruppen nicht einheitliche Zeitbudget zugunsten der Massenkommunikation. Der Erforschung und dem Verlauf der Mediennutzung kommt auch in Zukunft erhebliche Bedeutung zu.

II. Medienforschung

98

Die Bundesregierung hat im Berichtszeitraum insgesamt 72 Gutachten in Auftrag gegeben, um aktuelle, medienpolitisch relevante Themen wissenschaftlich näher untersuchen zu lassen. Die Bundesregierung verfolgt dabei die Absicht, rechtzeitig die Probleme untersuchen zu lassen, die durch den zu erwartenden Wandel in der Kommunikationstechnologie und im Medienangebot entstehen können.

G. Einzelfragen aus dem nationalen Medienbereich

99 bis 108

I. Urheberrecht

99

Im Berichtszeitraum haben sich auf dem Gebiet des Fotokopierens von Druckwerken und hinsichtlich des rechtswidrigen Kopierens vor allem von Spielfilmen, Videogrammen oder Tonträgern durch das seit dem 1. Juli 1985 geltende Gesetz zur Änderung von Vorschriften auf dem Gebiet des Urheberrechts wichtige Verbesserungen zugunsten des Urhebers ergeben. Für das Fotokopieren urheberrechtlich geschützter Werke ist eine Vergütung vorgesehen, die Gerätehersteller, Importeure sowie Großbetreiber an Verwertungsgesellschaften zahlen müssen. Die Vergütung für das private Aufzeichnen von Bild- und Tonwerken, die bislang nur als sogenannte Geräteabgabe erhoben wurde, wird jetzt durch die zusätzliche Heranziehung der Leerkassetten (Kombination von Geräte- und Leerkassettenvergütung) aufgebracht.

Die unter Strafe gestellten Verletzungen des Urheberrechts sind nun nicht mehr nur auf Antrag, sondern auch dann zu verfolgen, wenn die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält (§ 109 UrhG). Die gewerbsmäßige unerlaubte Verwertung ist als Officialdelikt ausgestaltet. In diesem Fall ist die Höchststrafe deutlich erhöht (§ 108 a UrhG).

II. Datenschutz im Medienbereich

100

Die gesetzgeberischen Bemühungen um die Ausgestaltung des Datenschutzes im Medienbereich standen von Anfang an vor dem Zielkonflikt zwischen der grundrechtlich geschützten Freiheit des einzelnen und der ebenfalls im Grundgesetz garantierten Pressefreiheit bzw. freien Berichterstattung durch Rundfunk und Film. Es hat sich im Berichtszeitraum gezeigt, daß der Persönlichkeitsschutz im Bereich der Medien verbesserungsbedürftig ist.

Deshalb schlägt die Bundesregierung in dem von ihr vorgelegten Entwurf einer Novelle zum Bundesdatenschutzgesetz vor, zwar das Medienprivileg in seinem Kernbereich, nämlich der journalistisch-redaktionellen Verwendung personenbezogener Daten durch Medienunternehmen, aus verfassungsrechtlichen Gründen materiell unverändert zu lassen, es jedoch durch bereichsspezifische Regelungen zugunsten der Betroffenen zu ergänzen.

III. Persönlichkeitsschutz und Freiheit der Berichterstattung

101

Die Freiheit der Medien kommt immer wieder in Konflikt mit den ebenfalls verfassungsrechtlich gewährleisteten Persönlichkeitsrechten, insbesondere dem Recht der Ehre. Hier für den notwendigen Ausgleich zu sorgen, ist eine schwierige Aufgabe, der sich die Zivil- und Strafgerichte, aber auch das Bundesverfassungsgericht zu unterziehen haben. Die Grenze von Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz ist namentlich in der jüngeren verfassungsgerichtlichen Judikatur aktualisiert worden.

IV. Arbeitnehmermitbestimmung und Tendenzschutz in den Medien

102

Im Berichtszeitraum hat das Bundesverfassungsgericht die verfassungsrechtliche Grundlegung des Tendenzschutzes und damit auch dessen grundsätzliche Unantastbarkeit für den einfachen Gesetzgeber hervorgehoben. In seiner Entscheidung vom 6. November 1979 hat das Gericht festgestellt, daß das Grundrecht der Pressefreiheit dem Staat eine unmittelbare Einflußnahme auf die Tendenz von Presseerzeugnissen verwehrt. Das gilt auch für Regelungen, die das Verhältnis zwischen Verleger und Betriebsrat eines Tendenzbetriebes zum Gegenstand haben. Soweit allerdings eine Interpretation der Tendenzschutzvorschrift einen mit Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG unvereinbaren Einfluß auf die Tendenz eines Druckwerkes nicht eröffnet, begegnet sie auch keinen verfassungsrechtlichen Bedenken.

Die Bundesregierung begrüßt diese Klarstellung der Rechtslage beim Tendenzschutz und hält sie für eine auch sozial ausgewogene Lösung, die den Interessen sowohl der Verleger als auch der Arbeitnehmer gerecht zu werden vermag.

V. Verbraucherschutz bei neuen Medien

103

Anläßlich der Ratifizierung des Staatsvertrages der Länder über Bildschirmtext vom 18. März 1983 haben einzelne Landesparlamente den Bund aufgefordert zu prüfen, wie ein angemessener Schutz des Verbrauchers bei der Teilnahme am Bildschirmtext sichergestellt werden könne. Die Bundesregierung sieht nach sorgfältiger Prüfung der hiermit zusammenhängenden vielfältigen Fragen augenblicklich keinen gesetzlichen Handlungsbedarf, wird aber auch künftig die im Wirkbetrieb des Bildschirmtextes gesammelten praktischen Erfahrungen sorgfältig beobachten. Die Diskussion über die Thematik des Verbraucherschutzes bei den neuen Medien muß nach Auffassung der Bundesregierung die gesamte Reichweite des Begriffes Verbraucherschutz stärker berücksichtigen.

VI. Jugendschutz im Medienbereich

103

Einen weitgehenden Schutz von Kindern und Jugendlichen vor gewaltverherrlichenden, pornographischen und anderen jugendgefährdenden Schriften sieht das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) vor. Die Bundesprüfstelle wird nur auf Antrag tätig. Bis Dezember 1985 hat die Bundesprüfstelle allein 934 Titel von Videokassetten indiziert. Die Frage, ob das GjS auch auf die Indizierung von jugendgefährdenden Fernsehsendungen anwendbar ist, wird aufgrund einer vom Zweiten Deutschen Fernsehen eingereichten Klage geklärt werden. Dagegen ist die bisher umstrittene Frage, ob Kinospielefilme nach den Vorschriften des GjS indiziert werden können, inzwischen vom Gesetzgeber durch Artikel 1 § 6 Abs. 7 des Gesetzes zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985 dahingehend geklärt, daß auf Kinospielefilme, die unter Verantwortung der obersten Landesjugendbehörden von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) geprüft worden sind, die §§ 1 und 11 des GjS keine Anwendung finden, und zwar auch dann, wenn sie als nicht freigegeben unter 18 Jahren eingestuft wurden.

Für den Bereich der Rundfunkanstalten enthalten die Rundfunkgesetze und die Staatsverträge der Länder sowie die Programmgrundsätze durchweg Bestimmungen, nach denen Sendungen zu unterbleiben haben, die das sittliche und religiöse Empfinden der Rundfunk- und Fernsehteilnehmer verletzen, und nach denen jugendungeeignete Sendungen einer zeitlichen Beschränkung unterliegen.

Die Bundesregierung appelliert deshalb im Interesse des Schutzes unserer Jugend an die Länder, um eine bundesweit einheitliche medienrechtliche Lösung bemüht zu sein. Die Bundesregierung wird sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten, insbesondere im europäischen und internationalen Bereich, dafür einsetzen, daß der rundfunkrechtliche Jugendschutz verbessert und durch medienpädagogische Maßnahmen ergänzt wird.

Ein zentraler Punkt des Gesetzes zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985 ist die Verbesserung des Jugendschutzes und des strafrechtlichen Schutzes gegen exzessive Gewaltdarstellungen auf Videokassetten, Bildplatten und vergleichbaren Bildträgern. Im Vorfeld des Strafrechts und des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften ist eine der Filmprüfung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft vergleichbare Kontrollmöglichkeit eingeführt worden.

VII. Anwendung des Kartellrechts in den Medien 105

1 Pressefusionskontrolle nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) 105

1.1 Zeitungen 105

Die Pressefusionskontrolle hat, nicht zuletzt aufgrund der die besonderen Verhältnisse der Pressemärkte berücksichtigenden Vorschriften der Dritten GWB-Novelle (1976) und der Verbesserungen der generellen Fusionskontrolle durch die Vierte GWB-Novelle (1980), dazu beigetragen, daß die Konzentration, die allerdings insbesondere auf den Märkten der Tagespresse schon vor 1976 hoch war, nicht mehr wesentlich zugenommen hat. Die Pressefusionskontrolle hat den Zusammenschlüssen zwischen Zeitungsverlagen stärker entgegenwirken können als dem Erwerb von Anzeigenblättern durch Zeitungsverlage. Der mit der Vierten GWB-Novelle eingeführte Umgehungstatbestand (Erwerb der Position eines Schachtelinhabers ohne Erwerb von 25 % Kapital, sog. „24,9 %-Fälle“) hat auch bei der Pressefusion erhebliche Bedeutung erhalten.

1.2 Unterhaltende Publikumszeitschriften 106

Die Vertriebs- und Anzeigenmärkte dieser Periodika sind durch hohen Konzentrationsgrad und schwer zu überwindende Zutrittsschranken gekennzeichnet. Der bedeutendste Kontrollfall in diesem Bereich war das untersagte Zusammenschlußvorhaben Burda/Springer; eine Fusion hätte marktbeherrschende Stellungen verstärkt oder solche entstehen lassen.

1.3 Fachzeitschriften 106

Zahlreiche Zusammenschlüsse waren nicht zu untersagen, weil durch sie trotz recht hoher Marktanteile eine überragende Marktstellung nicht erreicht wurde. Maßgebend dafür sind relativ niedrige Marktzutrittsschranken. Wettbewerbliche Bedenken ergaben sich jedoch im Vorfeld einiger geplanter Zusammenschlüsse, bei denen ein maßgeblicher Verlag für ein ganzes Sachgebiet seine ohnehin schon sehr starke Marktstellung durch Erwerb von speziellen Fachzeitschriften aus dem wettbewerblichen Umfeld zusätzlich abgesichert hätte. Den Bedenken wurde durchweg Rechnung getragen, d. h., die Vorhaben wurden aufgegeben.

2 Pressevertrieb 106

Das Pressegrasso-System hat sich grundsätzlich bewährt. Teile des Einzelhandels sehen sich aber insbesondere wegen der Mengenvorgabe einzelner Verlage und Grossisten unangemessen behandelt. Kartellrechtliche Überprüfungen und Verbesserungen der Mengensteuerung haben einige Beanstandungen der Handhabung der Rechte und Pflichten bei der Disposition und Remission von Zeitungen und Zeitschriften ausgeräumt.

Zur Wahrung der kartellrechtlichen Erfordernisse hat der Großhandel beim Absatz von Presseerzeugnissen auf größtmögliche Neutralität zu achten. Diese wäre bei einer weiteren Vorwärtsintegration von Großverlagen in das Pressegrasso gefährdet.

3 Neue Medien 107

Die Bundesregierung hat mit ihrer Stellungnahme vom 24. Juli 1985 zum Fünften Hauptgutachten der Monopolkommission dargelegt, sie sei mit der Kommis-

sion im Ergebnis einig, daß die neuen Medien nicht zu einer Existenzgefährdung des Pressewesens führen werden, weil die Wettbewerbsbeziehungen zwischen alten und neuen Medien vor allem im publizistischen Bereich insgesamt eher komplementärer als substitutiver Art sind; Wettbewerbsverschiebungen könnten sich jedoch auf dem Werbemarkt ergeben, wenn die erweiterten Werbemöglichkeiten nicht zu einer Aufstockung der Werbeetats führen.

Die Bundesregierung hat ferner die Notwendigkeit unterstrichen, die in den neuen Medien liegende Chance zur Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen wahrzunehmen, insbesondere auch bundesweit sicherzustellen, daß die sich neu entwickelnden Märkte für alle Unternehmen offen stehen, die zu einem vielfältigen Angebot beitragen können. Wie die Monopolkommission sieht die Bundesregierung Risiken für den Wettbewerb, wenn etablierte Medienunternehmen marktbeherrschende Stellungen auf Leser- und Anzeigenmärkten absichern und ihre Beteiligungen an den neuen Medien zu Verdrängungsstrategien nutzen sollten.

Die Realisierung des Vorschlags der Monopolkommission, die Erteilung von Rundfunklizenzen kraft gesetzlicher Fiktion wie Unternehmenszusammenschlüsse zu behandeln und damit der Fusionskontrolle nach dem Kartellgesetz zu unterstellen, wäre nach Meinung der Bundesregierung mit einem hohen verfassungsrechtlichen Risiko behaftet. Eine solche Vorschrift könnte als besonderer pressebezogener Eingriff gewertet werden, der verfassungsrechtlich nur in sehr engen Grenzen auf eine bundesrechtliche Grundlage gestellt werden könnte. Sachgerechte Lösungen für die Wettbewerbsprobleme bei den neuen Medien lassen sich nach Überzeugung der Bundesregierung nur durch engere Abstimmung medien-, wirtschafts- wie wettbewerbspolitischer Zielsetzungen und Maßnahmen erreichen; eine engere Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern ist insoweit geboten.

4 Buchverlage

108

Auf dem Markt der Buchverlage, auf dem eine Vielzahl kleiner und mittlerer Unternehmen tätig ist, ist trotz seiner den kleineren Verlag begünstigenden Besonderheiten in Teilbereichen, z. B. bei Taschenbüchern, eine Tendenz zur Konzentration zu beobachten.

H. Internationale Zusammenarbeit im medienpolitischen Bereich

108 bis 117

I. Schwerpunkte europäischer und internationaler Medienpolitik

108

Der Grundsatz des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses bleibt nach wie vor Grundlage der Zusammenarbeit und unverzichtbares Ziel internationaler Medienpolitik.

Die Politik der Bundesregierung zur internationalen Zusammenarbeit im Medienbereich hat die drei Schwerpunkte: Europa, Nord-Süd-Verhältnis und Ost-West-Verhältnis.

II. Entwicklungen im einzelnen

109

1 Vereinte Nationen

109

Im Bereich der Vereinten Nationen hat die Bundesregierung zusammen mit den Regierungen der westlichen Industriestaaten ihre Politik der Sicherung des freien und grenzüberschreitenden Informationsflusses fortgesetzt. Diese Gruppe konnte allerdings die Verabschiedung eines Informationseinschränkungen ermöglichenden Prinzipienkatalogs für das Satellitendirektfernsehen durch die 37. Generalversammlung nicht verhindern.

2 UNESCO/IPDC

110

In der UNESCO/IPDC ist es gelungen, dirigistische Modelle einer Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung zugunsten einer pragmatischen Zusammenarbeit zurückzudrängen.

3 KSZE

110

Der Verbesserung des Informationsaustausches zwischen Ost und West mißt die Bundesregierung unvermindert große Bedeutung zu. Eine anhaltende nennenswerte Intensivierung dieses Informationsaustausches konnte jedoch nicht erreicht werden. Die Bundesregierung vertraut aber darauf, daß sich die Einsicht in die Zielsetzung der KSZE-Schlußakte letztendlich auch in den Staaten des Ostblocks durchsetzen wird. Die Bundesregierung wird deshalb zeitweilige Rückschläge in der Verbesserung des Informationsaustausches, wie sie z.B. durch eine politisch motivierte Störung von Rundfunksendungen eintreten können, zum Anlaß nehmen, um ihre Anstrengungen in diesem Bereich zu verstärken.

4 Europarat

111

Europaweite Ausbreitungsmöglichkeiten der neuen Medien mit einer größeren Zahl zunehmend in Wettbewerb geratener Fernsehprogramme erfordern mehr denn je eine zwischen den Mitgliedstaaten der EG und des Europarats abgestimmte europäische Medienpolitik.

Die Bundesregierung hat auch wegen der gesellschafts- und kulturpolitischen Bedeutung des Rundfunks auf die Möglichkeiten der Kooperation im Europarat hingewiesen, der bereits wichtige Empfehlungen für den Satellitenrundfunk und grenzüberschreitende Werbesendungen verabschiedet hat. Das Ministerkomitee des Europarats hat im Oktober 1985 beschlossen, daß im Rahmen der Aktivitäten des Europarats die europäischen Fachminister Ende 1986 zu einer ersten Konferenz zusammentreffen, um über die Möglichkeiten einer konzertierten europäischen Medienpolitik Beschlüsse zu fassen.

5 EG

112

Die EG-Kommission hat die Herausforderung durch die neuen Medien bereits mit einer gründlichen Analyse dieser Entwicklung angenommen (vgl. „Fernsehen ohne Grenzen“, Grünbuch über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel vom 14. Juni 1984). Anfang 1986 wird sie zu diesem Zweck Richtlinienentwürfe zur Beratung vorlegen. Die Bundesregierung hat unverzüglich mit der Vorbereitung auf diese Periode neuer europäischer Medienpolitik begonnen. Die Bund-Länder-Koordinierung wurde intensiviert. Als erstes Arbeitsergebnis nahmen die Länder mit Bundesratsbeschluß vom 1. März 1985 zu den aufgeworfenen Problemen Stellung. Die Bundesregierung hat am 13. März 1985 zum EG-Grünbuch gleichfalls erste Vorstellungen beschlossen. Dabei hat sie ihre Absicht bekräftigt, in enger Zusammenarbeit mit den Ländern sich dafür einzusetzen, daß zur Weiterentwicklung der europaweiten Kommunikation ein verstärkter Abstimmungsprozeß der Mitgliedstaaten in Europa in Gang gesetzt wird. Sie hat die Notwendigkeit dieser Zusammenarbeit zusätzlich damit begründet, es könne bei alledem nicht verkannt werden, daß Rundfunk zwar einerseits EG-wirtschaftspolitische, andererseits aber auch gesellschaftspolitische und kulturelle Funktionen hat.

III. Medien in der Dritten Welt

112

Ihre hervorragende Stellung bei der Hilfe zur Verbesserung der Kommunikationsstrukturen in Ländern der Dritten Welt hat die Bundesrepublik Deutschland ausgebaut. Förderungsschwerpunkt ist der Hörfunk.

Die Medienförderung insgesamt hat ein jährliches Volumen von fast 80 Mio. DM (Istausgaben 1984) erreicht. Damit hat die Bundesrepublik Deutschland einen Spitzenplatz unter den Geberländern.

Diesen Beitrag zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Landesentwicklung wie auch zum Abbau des Nord-Süd-Informationsgefälles und für mehr Pluralismus wird die Bundesregierung auch weiterhin leisten.

IV. Internationales Urheberrecht, Musik-, Video- und Filmpiraterie

113

Damit ein reibungsloser, grenzüberschreitender internationaler Austausch von urheberrechtlich geschützten Werken erfolgen kann, müssen die Rechte der Urheber gewahrt sein. Der Urheberrechtsschutz beruht auf dem Recht des Landes, in dem ein Urheber Schutz für seine Werke beansprucht, und auf internationalen Abkommen wie der Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst sowie dem Welturheberrechtsabkommen, beide zuletzt revidiert in Paris am 24. Juli 1971. Diese gewährleisten in allen Mitgliedstaaten einen urheberrechtlichen Mindestschutz.

Die in den letzten Jahren durch die Entwicklung neuer Technologien aufgetretene Urheberrechtskriminalität in großem Stil, wie Musik-, Video- und Filmpiraterie sowie das Raubdruckwesen, sind national und international nachdrücklich zu bekämpfen.

V. Technische Entwicklungen, Frequenzplanungen

115

Hinsichtlich der technischen Entwicklungen ist bemerkenswert, daß sich einerseits die Frequenzsituation bei der Rundfunkversorgung des Inlands und in Europa zunehmend bessert (UKW-, Kabel- und Satellitenrundfunk-Bereich), andererseits aber bei der grenzüberschreitenden Kurzwellen-Versorgung mit verstärkter Überbelegung durch Ansprüche der weniger entwickelten Länder und durch Kapazitätsausweitungen gerechnet werden muß. Da im Ost-West-Verhältnis das Problem der absichtlichen Störung (Jamming) weiterhin große Schwierigkeiten bereiten wird, muß ein am internationalen freien Informationsfluß dringend interessiertes Land wie die Bundesrepublik Deutschland künftig dem grenzüberschreitenden Rundfunk besondere Aufmerksamkeit zuwenden. Dies gilt um so mehr, als sich die Interessengegensätze auf den internationalen Funkverwaltungs-konferenzen im Ost-West-Verhältnis, z.B. bei der Frage einer weltweiten Jamming-Regelung, aber auch im Nord-Süd-Verhältnis bei der internationalen Frequenzverteilung nicht verringert haben. In einem Bericht der Bundesregierung, die die außenpolitische Verantwortung für den Rundfunk trägt, ist deshalb anzumerken, daß bei der Verteilung neuer Sendemöglichkeiten dem internationalen grenzüberschreitenden freien Informationsfluß im Verhältnis zu der Inlandsversorgung das nötige Gewicht gegeben werden muß; dies schließt ein, daß bei der künftigen Frequenzvergabe die Rundfunkanstalten des Bundesrechts stärker als bisher berücksichtigt werden.

I. Ausblick

117

Der vorgelegte Bericht macht deutlich, daß durch die neuen Informations- und Kommunikationstechniken Fakten geschaffen werden, denen sich auch im politischen Raum niemand entziehen kann. Diesen Wandel aber nicht nur der rasch fortschreitenden technischen Entwicklung zu überlassen, sondern ihm einen sinnvollen, auf den Menschen wie auf die Technik Bedacht nehmenden Ordnungsrahmen zu geben, erscheint dringlicher denn je.

Wenn ein sinnvoller medienrechtlicher Ordnungsrahmen geschaffen werden soll, kann dies nur in einer engen Kooperation von Bund und Ländern geschehen. Um eine solche Kooperation bemüht sich die Bundesregierung seit langem.

A. Einleitung

1. Die Bundesregierung hat ihren letzten Bericht über die Lage von Presse und Rundfunk im November 1978 vorgelegt¹⁾. Sie hat darin über die früheren Berichte von 1970²⁾ und 1974³⁾ hinaus u.a. auch erstmals zwei Bereiche in die Berichterstattung einbezogen, die damals bereits das Entstehen von Handlungsbedarf erkennen ließen: die Entwicklungen auf dem Gebiet der neuen elektronischen Textkommunikationsformen (Bildschirmtext, Videotext, Kabeltext) sowie medienpolitische Fragen im internationalen Bereich. Mit dieser Einbeziehung weiterer medienpolitisch wichtiger Bereiche hat sich allerdings die Berichterstattung von dem diesen Berichten ursprünglich zugrundeliegenden Auftrag mehr und mehr entfernen müssen.
2. Der Ursprung der Berichterstattung liegt in der seinerzeitigen Ankündigung der Bundesregierung, in Anknüpfung an den Schlußbericht der von der Bundesregierung im Jahre 1967 eingesetzten „Kommission zur Untersuchung der Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz von Presseunternehmen und der Folgen der Konzentration für die Meinungsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland (Pressekommission)“ — sog. „Günther-Kommission“ — regelmäßig über mögliche Fortgänge dieser Pressekonzentration zu berichten. Wegen der gleichartigen Funktionen von Presse und Rundfunk werde sie dabei auch auf die Probleme eingehen, die sich aus den wechselseitigen Beziehungen und der unterschiedlichen Organisation dieser beiden Medien ergeben⁴⁾.
3. Die Inhalte der Berichterstattung haben sich seither stetig der Entwicklung angepaßt. Gegenwärtig stehen nicht so sehr Probleme der Pressekonzentration im Vordergrund, sondern solche, die aus Veränderungen des Mediensystems entstehen. Ursache hierfür ist die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechniken. Staat und Gesellschaft sind aufgefordert, den dadurch ausgelösten Wandel, der auch vor staatlichen Grenzen nicht halt macht, aktiv mitzugestalten und ihn in eine system- und funktionsgerechte Ordnung einzubinden. Dies erfordert verstärkt eine politische Abstimmung zwischen den hiervon betroffenen Staaten vor allem im Europarat, aber auch in den Europäischen Gemeinschaften.
4. Die Einsetzung der Enquete-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ durch den Deutschen Bundestag am 9. April

1981 leitete eine umfassende Bestandsaufnahme der Probleme auf Bundesebene ein. Diese Kommission hat infolge der vorzeitigen Beendigung der Legislaturperiode des 9. Deutschen Bundestages im März 1983 ihre Arbeit nicht abschließen können. Sie hat mit ihrem am 28. März 1983 vorgelegten Zwischenbericht⁵⁾ zwar die umfassende Problematik darlegen, jedoch Lösungsansätze aus Zeitgründen nicht mehr konkretisieren können.

Nach dem Regierungswechsel im Herbst 1982 hat die Bundesregierung durch den Beginn einer großflächigen Verkabelung neue Akzente beim Ausbau der kommunikationstechnischen Infrastruktur gesetzt. Parallel hierzu sind von den meisten Ländern neue Mediengesetze verabschiedet oder vorbereitet worden. Die Bundesregierung hat die sich hieraus ergebenden Schlußfolgerungen in dem Kabinettsbeschuß „Vorstellungen des Bundes für eine Medienordnung der Zukunft“ vom 13. März 1985⁶⁾ gezogen.

5. Wegen der grundgesetzlichen Zuständigkeitsverteilung liegt der Schwerpunkt des medienpolitischen Regelungsbedarfs bei den Ländern. Dem wird auch im Bericht angemessen Rechnung getragen — dies um so mehr, als gerade die Länder anläßlich der Vorlage des Medienberichts 1978 bereits nachdrücklich auf ihre eigene Zuständigkeit für Teile der damaligen Berichterstattung hingewiesen haben und bei der Einsetzung der Enquete-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ übereingekommen waren, sich aus Kompetenzgründen nicht an der Arbeit dieser Kommission zu beteiligen. Die Staatskanzlei Rheinland-Pfalz hat darüber hinaus mit Schreiben vom 10. Februar 1982 gegenüber dem Bundesminister des Innern darauf hingewiesen, daß — soweit bestimmte Daten aus dem Bereich der Rundfunkanstalten der Länder staatlichem Einfluß überhaupt zugänglich wären — deren Beurteilung ausschließlich den Ländern obliege. Die Bundesregierung sieht deshalb grundsätzlich davon ab, Zahlen aus dem den Ländern vorbehaltenen Kompetenzbereich zusammenzutragen und politisch zu bewerten⁷⁾.
6. Soweit der Bund durch die Einführung und Nutzung neuer Medien in seinen Kompetenzen berührt ist, wird er dies in seinem medienpoli-

⁵⁾ Drucksache 9/2442.

⁶⁾ „Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung“ Nr. 29 vom 16. März 1985, S. 237 ff.

⁷⁾ Eine Ausnahme bildet etwa die Gewinnung notwendiger Vergleichsmaßstäbe für die Beurteilung von Entwicklungen im Zuständigkeitsbereich des Bundes (z. B. bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts).

¹⁾ Drucksache 8/2264.

²⁾ Drucksache VI/692.

³⁾ Drucksache 7/2104.

⁴⁾ Vgl. Drucksache V/3856, S. 10 (Ziffer 23).

schen Konzept verdeutlichen, dessen Erarbeitung vom Kabinett am 13. März 1985 beschlossen worden ist. In diesem Konzept wird die Bundesregierung sich zu den medienpolitischen Aufgaben des Bundes bei der künftigen Gestaltung des Ordnungsrahmens der Medien äußern.

7. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, daß dieser Bericht — soweit darin augenblickliche Entwicklungen im medienpolitischen Spektrum der Neuordnung des Medienrechts aufgezeigt werden —, mitten in eine Phase gerät, in der diese Neuordnung des Medienrechts in den Ländern in Bewegung ist und ein Abschluß noch nicht abgesehen werden kann. Deshalb können die sich darauf beziehenden Darstellungen sehr bald durch neue Fakten überholt sein.

8. Die medienrechtliche Entwicklung in den Ländern wird gegenwärtig zudem von einer Reihe bereits anhängiger oder öffentlich angekündigter verfassungsgerichtlicher Verfahren zu den neuen Landesrundfunk- oder -mediengesetzen bestimmt. Vom Ausgang dieser Verfahren werden voraussichtlich wichtige Erkenntnisse über den künftigen gesetzgeberischen Spielraum erwartet werden können. Dies gebietet, zu solchen Rechtsfragen, die durch die laufenden Gerichtsverfahren im Streit befangen sind, nur zurückhaltend Stellung zu nehmen.

Zum 31. Dezember 1985 waren — soweit bekannt — folgende verfassungsgerichtliche Streitverfahren anhängig:

- Normenkontrollantrag der Bundestagsfraktionen der SPD und der GRÜNEN sowie der hessischen Landesregierung beim Bundesverfassungsgericht gegen das Niedersächsische Landesrundfunkgesetz vom 23. Mai 1984⁸⁾;
- Normenkontrollantrag der CDU-Landtagsfraktion in Nordrhein-Westfalen beim Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen in Münster gegen das WDR-Gesetz vom 19. März 1985⁹⁾;
- Normenkontrollantrag der Bundestagsfraktionen der CDU/CSU und der FDP beim Bundesverfassungsgericht gegen das WDR-Gesetz vom 19. März 1985;
- Verfassungsbeschwerde (Popularklage) des Landesbezirks Bayern des Deutschen Gewerkschaftsbundes beim Bayerischen Verfassungsgerichtshof in München gegen das bayerische Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) vom 22. November 1984¹⁰⁾;
- Verfassungsbeschwerde (Popularklage) von drei Anbietern von Rundfunkprogrammen in Bayern beim Bayerischen Verfassungsgerichtshof in München gegen das bayerische Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) vom 22. November 1984;

- Normenkontrollklage der SPD-Fraktion des Bayerischen Landtags beim Bayerischen Verfassungsgerichtshof in München gegen das bayerische Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) vom 22. November 1984;
- Antrag des Süddeutschen Rundfunks auf Erlaß einer einstweiligen Anordnung betr. § 13 Abs. 2 Satz 2 des Landesmediengesetzes Baden-Württemberg vom 16. Dezember 1985¹¹⁾.

Eine Reihe weiterer Verfahren wurde öffentlich angekündigt.

9. Der Bericht muß im Kontext mit weiteren Darstellungen gesehen werden, die ebenfalls medienpolitisch von Bedeutung sind. Es handelt sich dabei insbesondere um

- die am 14. März 1984 vom Bundeskabinett verabschiedete „Konzeption der Bundesregierung zur Förderung der Entwicklung der Mikroelektronik, der Informations- und Kommunikationstechniken“ („Regierungsbericht Informationstechnik“)¹²⁾;
- den „1. Fortschrittsbericht 1985“ zum „Regierungsbericht Informationstechnik“¹³⁾;
- das Fachinformationsprogramm 1985—1988 der Bundesregierung¹⁴⁾;
- das Sondergutachten der Monopolkommission gemäß § 24 b Abs. 5 Satz 4 GWB „Wettbewerbsprobleme bei der Einführung von privatem Hörfunk und Fernsehen“ (November 1981)¹⁵⁾;
- das Fünfte Hauptgutachten der Monopolkommission 1982/1983¹⁶⁾, sowie die Stellungnahme der Bundesregierung hierzu vom 26. Juli 1985¹⁷⁾;
- die Berichte des Bundeskartellamtes über seine Tätigkeit¹⁸⁾ und die Stellungnahmen der Bundesregierung hierzu¹⁹⁾;
- das Grünbuch der EG über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel — Fernsehen ohne Grenzen — vom 14. Juni 1984 (EG-Dok. 8227/84)²⁰⁾.

¹¹⁾ GBl., S. 539. Dem Antrag wurde am 3. Januar 1986 stattgegeben.

¹²⁾ Drucksache 10/1281.

¹³⁾ Vgl. dazu: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Medienpolitik, Bonn 1985, S. 47.

¹⁴⁾ Bundesministerium für Forschung und Technologie (Hrsg.): Das Fachinformationsprogramm der Bundesregierung, Bonn 1985.

¹⁵⁾ Drucksache 9/1892, Anhang.

¹⁶⁾ Drucksache 10/1791, Kap.V und VI S. 161-194.

¹⁷⁾ Drucksache 10/3683, S. 7 ff.

¹⁸⁾ 1978: Drucksache 8/2980, S. 80 ff.; 1979/80: Drucksache 9/565, S. 93 ff.; 1981/82: Drucksache 10/243, S. III, S. 19 sowie S. 75 ff.; 1983/84: Drucksache 10/3550, S. 10 ff., S. 15 ff., S. 90 ff.

¹⁹⁾ Wiedergegeben in den in Anmerkung 18 bezeichneten Drucksachen.

²⁰⁾ Bundesrats-Drucksache 360/84. Vgl. hierzu Bundesratsbeschluß vom 1. März 1985 (Bundesrats-Drucksache 360/84 (Beschluß)).

⁸⁾ GVBl., S. 147.

⁹⁾ GV.NW., S. 237.

¹⁰⁾ BayGVBl., S. 445.

10. Außerdem hat der Bundesminister des Innern der Enquete-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ des Deutschen Bundestages am 18. März 1982 „Daten zur Information und Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland“ übersandt, die in begrenzter Auflage auch dem Innenausschuß des Deutschen Bundestages zugänglich gemacht wurden. Inhaltlich stellt dieser Bericht

eine auf das Jahr 1982 bezogene Materialsammlung dar und schließt insoweit die Lücke, bezogen auf den ursprünglich vierjährigen Erscheinungsrhythmus der Medienberichte der Bundesregierung.

11. Redaktionsschluß des Berichtes war der 1. September 1985. Einzelne Daten sind bis zur Drucklegung nachgetragen worden.

B. Ziele, Grundsätze und Kompetenzen des Bundes für die Weiterentwicklung der Medienordnung

I. Zielvorstellungen und Grundsätze

Der Fortschritt bei den neuen Informations- und Kommunikationstechniken erfordert eine Weiterentwicklung der bestehenden Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland. Auswirkungen dieses immer mehr Lebensbereiche berührenden technischen Wandels auf Wirtschaft und Gesellschaft, Politik und Kultur sind heute schon zu beobachten.

Die Bundesregierung hat in ihren Regierungserklärungen vom 13. Oktober 1982 und 4. Mai 1983 die besondere wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken hervorgehoben und auf die Chancen hingewiesen, die damit für unsere Volkswirtschaft, aber auch für die freie Entfaltung des Bürgers verbunden sind.

Sie wird im Rahmen ihrer Zuständigkeit dazu beitragen, daß diese Chancen voll ausgeschöpft werden und unerwünschten Nebenfolgen rechtzeitig entgegengewirkt wird.

Bereits am 14. März 1984 hat die Bundesregierung in Erfüllung der Regierungserklärung vom 4. Mai 1983 eine umfassende Konzeption zur Förderung der Entwicklung der Mikroelektronik, der Informations- und Kommunikationstechniken verabschiedet. Mit den darin enthaltenen Maßnahmen dokumentiert die Bundesregierung ihre Entschlossenheit, die Herausforderung der Informationstechnik aufzunehmen und die Wettbewerbsfähigkeit der Bundesrepublik Deutschland auf diesem Gebiet zu verbessern.

Mit ihren medienpolitischen Zielen und Grundsätzen, wie sie im einzelnen im Kabinettsbeschuß vom 13. März 1985 zusammengefaßt sind, umreißt die Bundesregierung ihre Vorstellungen für die notwendige Weiterentwicklung der Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland. Sie versteht dies als einen Beitrag in der laufenden medienpolitischen Diskussion, mit der die Bundesregierung ihrer Verantwortung nachkommt.

Bei der Fortentwicklung der Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland sowie in Europa wird

die Bundesregierung ihre Politik an folgenden Zielvorstellungen und Grundsätzen ausrichten:

— Für eine freiheitliche demokratische Staatsordnung sind Meinungs- und Informationsfreiheit, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit von grundlegender Bedeutung. Die Sicherung dieser in Artikel 5 GG geschützten Grundfreiheiten ist daher wesentliches Ziel der Politik der Bundesregierung.

Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken sollen und werden die Meinungsvielfalt in unserer Gesellschaft erweitern und die Informations- und Meinungsfreiheit stärken. Dabei reicht es allerdings nicht aus, nur staatliche Eingriffe auszuschließen und die Herstellung der Meinungsvielfalt dem freien Spiel der Kräfte zu überlassen. Insoweit liegt es in der Verantwortung des Gesetzgebers, dafür zu sorgen, daß ein Gesamtangebot besteht, in dem die für die freiheitliche Demokratie konstitutive Meinungsvielfalt zur Darstellung gelangt.

Insbesondere ist bei der Nutzung der neuen Techniken auch darauf zu achten, daß der Wettbewerb zwischen den Medien gestärkt und Machtkonzentrationen vermieden werden.

— Der Zutritt zu den neuen Medienmärkten sollte allen Anbietern unter gleichen Bedingungen offenstehen. Das gilt gerade auch für die regionale und kommunale Ebene. Neue Hemmnisse für die Entwicklung des Medienmarktes durch unterschiedliche Regelungen in den einzelnen Ländern dürfen nicht aufgebaut werden. So sind etwa im Rundfunk einheitliche Werbestandards anzustreben. An bewährten Grundsätzen wie Blockwerbung und dem Ausschluß der Unterbrecherwerbung sollte festgehalten werden.

Die Presse darf durch die neuen Medien nicht in ihrer Existenz bedroht werden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll erhalten und auch an der Nutzung der neuen Techniken beteiligt werden. Sein durch die Knappheit der Sendefrequenzen und den hohen finanziellen Aufwand für die Veranstaltung von Rundfunkdarbietungen bedingtes Monopol hat seine Berechtigung verloren. Die bestehenden terrestrischen Rund-

funksendernetze sind u. a. aus Gründen der Sicherheit, der regionalen Versorgung, des übernationalen sowie des mobilen Empfangs zu erhalten und nach dem Stand der Technik fortzuentwickeln.

- Der zukunftsorientierte Ausbau der Kommunikationsinfrastruktur ist von herausragender Bedeutung für moderne Industriegesellschaften und für die Bürger. Soweit Angebote und Dienste durch die neuen Techniken im Rahmen staatlicher Daseinsvorsorge ermöglicht werden, ist der gleichmäßige Zugang für Stadt und Land sowie für die einzelnen Regionen entsprechend den technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten der Deutschen Bundespost zu gewährleisten. Dabei wird der Ausbau nachfrage- und rentabilitätsorientiert erfolgen mit dem Ziel, möglichst bald eine Teilnehmerzahl zu erreichen, die notwendige Voraussetzung für ein wirtschaftlich tragfähiges und vielfältiges Programmangebot ist.

Die Bundesregierung wird darauf hinwirken, daß keine einseitige zeitliche Bevorzugung der Städte und Gemeinden in Verdichtungsräumen gegenüber denjenigen in ländlichen Räumen erfolgt. Mit diesem Konzept sind neue Entwicklungschancen im ländlichen Raum durchaus zu vereinbaren.

- Dem Recht des einzelnen und der Allgemeinheit auf ungehinderte Unterrichtung aus den unterschiedlichen, allgemein zugänglichen Informationsquellen steht das insbesondere durch Artikel 14 Abs. 1 GG verfassungsrechtlich geschützte Recht des Urhebers gegenüber. Der Schöpfer urheberrechtlich geschützter Werke hat grundsätzlich einen Anspruch auf Teilhabe am wirtschaftlichen Nutzen seiner Arbeit.

Diesen grundlegenden Gehalt der Eigentumsgarantie hat die Bundesregierung zu wahren. Sie sieht das Urheberrecht als eine wichtige Materie an, die bei der Gestaltung einer zukünftigen Medienordnung zu berücksichtigen ist. Sie prüft auch auf diesem Gebiet die Erfordernisse und Auswirkungen einer künftigen Medienordnung unter Wahrung der berechtigten Interessen der Urheber- und Leistungsschutzberechtigten, damit auch von dieser Seite aus die Nutzung der neuen Medien in angemessener Weise gewährleistet wird.

- Dem Schutz der Jugend, der Familie und Gesundheit, einem Schwerpunkt der Politik der Bundesregierung, ist bei der Weiterentwicklung der neuen Medien besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

Die Bundesregierung appelliert an die Bundesländer, im Interesse eines bundesweit einheitlichen effektiven Jugendschutzes für die Harmonisierung der Jugendschutzregelungen in den Ländermediengesetzen Sorge zu tragen.

- Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Rahmen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken ist den Anforderungen des Datenschutzes ausreichend Rechnung zu

tragen und das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Bürgers durch angemessene rechtliche, technische und organisatorische Vorkehrungen zu schützen.

- Mit den neuen Informations- und Kommunikationstechniken eröffnen sich neue Chancen, Kultur an breite Bevölkerungsschichten heranzutragen, das Interesse für die Nutzung kultureller Angebote verstärkt zu wecken und vermehrt zu eigenschöpferischem Tun anzuregen.

Die Bundesregierung wird sich dafür einsetzen, daß der Film zur Erfüllung auch seiner kulturellen Aufgaben eine tragfähige wirtschaftliche Basis behält. Die neuen Rundfunkprogramme sollen angemessene Anteile von Information, Bildung und Kultur sowie von Produktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten.

- Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken sind auch unter deutschlandpolitischen Aspekten von Bedeutung. Die Medien müssen ihren Beitrag dazu leisten, die Einheit der Nation zu wahren und das Gefühl der Verbundenheit wachzuhalten. Die Menschen in der DDR müssen weiterhin die Möglichkeit erhalten, sich über Hörfunk und Fernsehen aus der Bundesrepublik Deutschland zu informieren. Besondere Bedeutung haben die Sender, deren Programmauftrag sich auf Deutschland und Europa bezieht.

In diesem Zusammenhang weist die Bundesregierung besonders auf die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags des Deutschlandfunks hin.

Ebenso eröffnen die neuen Informations- und Kommunikationstechniken der Deutschen Welle erweiterte Möglichkeiten, den Rundfunkteilnehmern im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland zu vermitteln und ihnen die deutsche Auffassung zu wichtigen Fragen darzustellen und zu erläutern.

- Die Bundesregierung geht davon aus, daß Sender, deren Programmauftrag auf Deutschland, bzw. — wie beim Deutschlandfunk — auf Deutschland und Europa gerichtet ist, an der Nutzung eines direkt empfangbaren, operationellen Rundfunksatelliten zur digitalen Übertragung eines Hörfunkprogramms in Stereoqualität beteiligt werden.
- Der Bundesminister des Innern wird im Benehmen mit den zuständigen Ressorts bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts auf ein gemeinsames Konzept zur Satellitennutzung hinwirken und dieses mit den Ländern abstimmen.
- Der Verbreitung von Fernsehprogrammen deutscher Herkunft im Ausland, die bislang vorwiegend auf dem Wege der Transkription erfolgte, eröffnen die Übertragungstechniken von Rundfunk- und Verteilsatelliten neue Möglichkeiten auch für die Deutsche Welle. Die Bundesregierung prüft in diesem Zusammenhang die Möglichkeiten der Bereitstellung eines weltweiten

Fernsehprogrammangebots deutscher Herkunft mittels Satellit.

Sie ist der Auffassung, daß die Bundesrepublik Deutschland dieses für die Vermittlung eines umfassenden Bildes des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland zukunftssträchtige Feld nicht außer acht lassen darf.

- Im internationalen Bereich geht die Bundesregierung vom Prinzip des freien, grenzüberschreitenden Informationsflusses aus, das sie stets mit Nachdruck gegen einschränkende, dirigistische Konzepte vertreten hat. Direkt empfangbare Rundfunksatelliten stellen eine technisch heute mögliche Materialisierung dieses Prinzips dar: daher räumt die Bundesregierung ihnen eine besonders große Bedeutung ein. Sie ist aber auch der Auffassung, daß Rundfunksatelliten, Fernmeldesatelliten und Kabelfernsehen national wie international komplementär sind und entsprechend genutzt werden sollen.

Die Chancen, die die neuen Informations- und Kommunikationstechniken für Industrie und Wirtschaft, aber auch in integrations- und kulturpolitischer Hinsicht in und für Europa bieten, müssen voll ausgeschöpft werden.

Die Bundesregierung begrüßt in voller Übereinstimmung mit den von ihr beteiligten Staats- und Senatskanzleien der Länder deshalb das auf Anregung des Europäischen Parlaments von der EG-Kommission vorgelegte „Grünbuch über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel“ als einen wesentlichen Beitrag, die Rundfunkkommunikation der Mitgliedstaaten mit dem Ziel einer europäischen Integration zu intensivieren.

Sie ist bereit und bestrebt, in enger Zusammenarbeit mit den Ländern sich dafür einzusetzen, daß zur Weiterentwicklung dieser europaweiten Kommunikation ein verstärkter Abstimmungsprozeß der Mitgliedstaaten in Europa in Gang gesetzt wird. Diese Zusammenarbeit ist um so wichtiger als nicht verkannt werden kann, daß Rundfunk zwar einerseits wirtschaftspolitische, andererseits aber auch und vor allem rundfunkspezifische gesellschaftspolitische und kulturelle Funktionen hat.

Erste wichtige Schritte auf diesem Weg wurden bereits im Rahmen des Europarates durch Verabschiedung von Empfehlungen insbesondere für den Satellitenrundfunk unternommen. Gemeinsam mit diesen Institutionen und den europäischen Partnern wird die Bundesregierung Vorstellungen zur Vereinheitlichung technischer Standards sowie Rahmenbedingungen für die grenzüberschreitende Werbung, den Urheber-, Jugend- und Persönlichkeitsschutz entwickeln und für die Umsetzung Sorge tragen. Bei den anstehenden schwierigen europapolitischen Entscheidungen wird die Bundesregierung auch weiterhin größten Wert auf eine möglichst frühzeitige Beteiligung der Länder legen.

- Die deutsche Volkswirtschaft braucht für ihre weitere Entwicklung und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit eine moderne leistungsfähige Kommunikationsinfrastruktur. Die Entwicklung im Bereich der Telekommunikation hat sich beschleunigt und befindet sich derzeit im Umbruch: Von der Analogtechnik zur Digitaltechnik, von den Einzelnetzen zum integrierten Netz, vom Kupferkabel- zum Glasfasernetz.

Das Ziel der Bundesregierung ist daher der Ausbau des heutigen Fernmeldenetzes zu einem vermittelnden Breitbandnetz mit optischer Übertragungstechnik. Die Entwicklungen in diese Richtung müssen vorangetrieben werden. Dabei soll der Wirtschaft durch klare Zielvorstellungen Planungs- und Investitionssicherheit gegeben werden. Entwicklungshemmnisse müssen beseitigt werden.

- Der steigende Einsatz der Informationstechnik in der Fertigung und bei Dienstleistungen sowie die steigende Zahl von informationstechnischen Produkten führen zu Produktivitätszunahmen und Nachfrageverschiebungen. Volkswirtschaften, die diesen Strukturwandel aktiv aufgreifen, setzen starke Wachstumsimpulse frei.

Wer durch innovative Nutzung der Informationstechnik an Wachstumsmärkten teilnehmen kann, hat im internationalen Wettbewerb gute Chancen, neue Arbeitsplätze zu schaffen, wegfallende Arbeitsplätze durch neue zu ersetzen und bestehende Arbeitsplätze durch Modernisierung zukunftssicherer zu machen.

Wenn die Bundesrepublik Deutschland das Innovationspotential der Informationstechnik nicht nutzt, würden in diesem Land bestehende Arbeitsplätze wegfallen, neue Arbeitsplätze aber in anderen Industrieländern entstehen.

- Die Fähigkeit, mit den modernen Informations- und Kommunikationstechniken umzugehen, wird mit zunehmender Durchdringung fast aller Lebens- und Arbeitsbereiche durch diese Techniken immer wichtiger. Hierbei kommen der Bildung in Schule und Hochschule, der beruflichen Bildung und der Weiterbildung Schlüsselfunktionen zu; auch Bildungsmaßnahmen im Elementarbereich können schon hilfreich sein.

In Zusammenarbeit mit den Ländern und der Wirtschaft werden vielfältige Maßnahmen in allen Bildungsbereichen gefördert, damit rechtzeitig die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten zur Beherrschung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken vermittelt werden. Besonderes Gewicht wird auf die Entwicklung von Konzeptionen zur Medienerziehung mit dem Ziel der Befähigung zu verantwortungsbewußter Nutzung gelegt. Hierzu ist auch eine angemessene Ausstattung von Bildungseinrichtungen mit technischer Infrastruktur (hardware), vor allem aber die Einbeziehung der Anwendung neuer technischer Mittel in die Lehrinhalte erforderlich.

II. Verhältnis Bund/Länder

Nach der Kompetenzaufteilung des Grundgesetzes liegt der Schwerpunkt der medienpolitischen Zuständigkeiten zwar bei den Ländern; dies gilt insbesondere für die Zuständigkeiten bei der Organisation und Nutzung des Rundfunks und neuer elektronischer Massenmedien, nicht jedoch für alle neuen Medien schlechthin.

Daneben gewinnen aber auch die dem Bund zustehenden Kompetenzen, die für den Medienbereich relevant sind, gerade im Hinblick auf die mit der Satellitentechnik verbundene Internationalisierung der Programmdarbietungen immer mehr an Bedeutung.

Die Kompetenzen liegen vor allem auf folgenden Gebieten:

- der ausschließlichen Zuständigkeit des Bundes für das Fernmeldewesen nach Artikel 73 Nr. 7 und Artikel 87 Abs. 1 GG; diese umfaßt neben der Verteilung von Sendefrequenzen im terrestrischen und Satellitenbereich die Befugnis, Errichtung und Betrieb von Rundfunksendeanlagen — auch für die direktstrahlenden Rundfunksatelliten, die Fernmeldesatelliten für Rundfunkzwecke oder die Breitbandverkabelung — zu regeln;
 - der ausschließlichen Zuständigkeit für europäische und internationale Medienpolitik als Teil der allgemeinen auswärtigen Angelegenheiten (Artikel 73 Nr. 1 GG) und der Pflege der Beziehungen zu auswärtigen Staaten (Artikel 32 GG);
 - der ausschließlichen Zuständigkeit für die innerdeutschen Beziehungen als Teil der dem Bund vorbehaltenen gesamtstaatlichen Repräsentation;
 - der ausschließlichen Zuständigkeit für den Auslandsrundfunk einschließlich der Veranstaltung europäischer Rundfunkprogramme sowie der Zuständigkeit für die beiden Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutschlandfunk und Deutsche Welle;
 - der Rahmenkompetenz für das Presse- und Filmwesen nach Artikel 75 Nr. 2 GG;
 - des Rechts der Wirtschaft (Artikel 74 Nr. 11 GG) als Kompetenzgrundlage für die wirtschaftliche Filmförderung des Bundes und das medienübergreifende einheitliche Werberecht;
 - der die rechtliche Ordnung des Rundfunkwesens und der neuen elektronischen Medien begleitenden und ergänzenden Bundeskompetenzen wie z.B. Urheberrecht (Artikel 73 Nr. 9 GG), Jugendschutz (Artikel 74 Nr. 7 GG), Strafrecht (Artikel 74 Nr. 1 GG), Recht der Verhütung des Mißbrauchs wirtschaftlicher Machtstellung (Artikel 74 Nr. 16 GG), das Mietrecht (Artikel 74 Nr. 1 GG) und das Wohnungswesen (Artikel 74 Nr. 18 GG), die Raumordnung (Artikel 75 Nr. 4 GG), die soziale Sicherung der Künstler
- (Artikel 74 Nr. 12 GG) oder das Steuerrecht (Artikel 105 GG).
- Im Bereich der ausschließlichen Gesetzgebung des Bundes haben die Länder gemäß Artikel 71 GG die Befugnisse zur Gesetzgebung nur, wenn und soweit sie hierzu in einem Bundesgesetz ausdrücklich ermächtigt werden.
- Bedingt durch den technischen Wandel werden ferner zahlreiche Bundesinteressen berührt, die weit über die medienrechtlichen Zuständigkeiten der Länder hinausreichen und die enge Verflechtung aufzeigen, mit denen Bundes- und Länderzuständigkeiten politisch verwoben sind. Zu diesen Interessen zählen — auch unter dem Gesichtspunkt der Technologiefolgenabschätzung (Artikel 74 Nr. 13 GG) —:
- die gesellschaftlichen Auswirkungen der neuen Medienangebote, soweit sie über die besonderen Gesellschaftsstrukturen und -bedingungen des einzelnen Landes hinausgehen (Gesamtauswirkungen auf die Bundesrepublik Deutschland); dies betrifft insbesondere die Auswirkungen auf Familie, Jugend und Gesundheit;
 - Auswirkungen der zusätzlichen Informationsangebote auf den demokratischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozeß;
 - Fragen des Mißbrauchs neuer Techniken, insbesondere soweit sie die innere Sicherheit, den Persönlichkeits- und Eigentumsschutz betreffen;
 - Wirkungen der grenzüberschreitenden in- und ausländischen Programme in bezug auf die Völkerverständigung und die Integration Europas;
 - Auswirkungen auf die periodische Presse und das Buch; so etwa die Frage der Erforderlichkeit gesetzlicher Schutzmaßnahmen für die Presse;
 - Auswirkungen des größeren Angebots an Spielfilmen über das Fernsehen bzw. über Videokassette auf den Kinobesuch und die künftige Ausgestaltung der Filmförderung des Bundes;
 - Auswirkungen auf das Musikleben, das Theater, die Museen, die bildende Kunst, das Lesen unter dem Gesichtspunkt der gesamtstaatlichen Kulturförderung des Bundes;
 - Entwicklung der deutschen Sprache und deren Verbreitung im Ausland;
 - Aus- und Weiterbildung durch spezielle Bildungsprogramme (Artikel 91 b GG);
 - Wirksamkeit elektronisch übermittelter Arbeitsplatzangebote und Ausbildungsmöglichkeiten (Artikel 74 Nr. 12 GG);
 - Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt und Entstehung neuer Berufe und Berufsbilder;
 - Notwendigkeit medienübergreifender einheitlicher Werberegungen als Bestandteil des Wirtschaftsrechts des Bundes (Artikel 74 Nr. 11 GG);

- Auswirkungen auf den Wettbewerb in den Medien;
- Akzeptanz neuer Programme als Grundlage für die Verkabelungspläne der Deutschen Bundespost.

Die Bundesregierung hält es für unerlässlich, daß sich die Länder zur Verbesserung der Entwicklungschancen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken auch weiterhin bemühen, einheitliche Rahmenbedingungen zu schaffen. Wegen der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung von Information und Kommunikation sollten insoweit möglichst gleichwertige Lebensverhältnisse in der ganzen Bundesrepublik Deutschland angestrebt werden.

Die Bundesregierung hat im Hinblick auf den internationalen Bereich immer den Grundsatz des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses betont. Es sollte nach ihrer Auffassung selbstverständlich sein, daß grundsätzlich die Verbreitung von Rundfunkprogrammen von einem Bundesland in ein anderes nicht behindert wird.

Um zu sachgerechten Lösungen bei der Entwicklung und Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zu gelangen, wird die Bundesregierung — unbeschadet möglicher unterschiedlicher Kompetenzauffassungen — verstärkt die Zusammenarbeit mit den Ländern suchen. Sie appelliert dabei an deren Kooperationsbereitschaft.

Die Bundesregierung läßt sich bei ihrem angestrebten medienpolitischen Dialog mit den Ländern von dem ungeschriebenen Verfassungsgrundsatz eines bundesfreundlichen Verhaltens leiten. Dieser Grundsatz schließt eine wechselseitige Verpflichtung des Bundes und der Länder ein, sich über die Art und Weise der Ausübung der jeweiligen Kompetenzen zu verständigen. Dies erfordert mögliche Beschränkungen auf beiden Seiten sowie wechselseitige Mitwirkungspflichten bei der Wahrnehmung übergreifender politischer und rechtlicher Verantwortung in Rücksichtnahme auf das wohlverstandene Gesamtinteresse des Bundes und der Belange der Länder.

Der Bundesminister des Innern wird die notwendigen Gespräche mit den Ländern führen.

C. Entwicklung, Maßnahmen und Perspektiven im Bereich der Fernmeldeinfrastruktur

I. Fernmeldepolitik

1 Verkabelungspolitik der Bundesregierungen von 1979 bis 1985

Die Diskussion um die neuen Medientechnologien und insbesondere um die sog. Breitbandverkabelung, die bei Vorlage des Medienberichts der Bundesregierung 1978 noch in den Anfängen steckte¹⁾, hat in den vergangenen Jahren an Ausmaß und Bedeutung gewonnen. Gerade die Verkabelungspolitik entwickelte sich während des Berichtszeitraums nicht kontinuierlich, sondern änderte sich in wesentlichen Punkten nach dem Regierungswechsel im Oktober 1982. Die bis Oktober 1982 regierende sozial-liberale Koalition formulierte ihre restriktive Haltung gegenüber einem Ausbau der Fernmeldeinfrastruktur mittels breitbandiger Verteilnetze besonders deutlich in dem medienpolitischen Beschluß des Bundeskabinetts vom 26. September 1979. Danach sollte — neben anderen Zielen — sichergestellt werden, „daß die Entwicklung und Anwendung neuer Kommunikationstechniken nicht zu Zugzwängen, zur faktischen ... Präjudizierung medienpolitischer Grundentscheidungen“ führt. Die damals in ihrer Anlage noch nicht übersehbaren Kabelpilotprojekte bildeten den Hinter-

grund, vor dem folgende Aussage getroffen wurde: „... Die Deutsche Bundespost wird die Ergebnisse der Pilotprojekte nicht durch eigene Maßnahmen präjudizieren. Sie sieht insoweit keine Veranlassung, beim Aufbau ihres Breitbandverteilsnetzes Einrichtungen für den Empfang zusätzlicher Programme zu schaffen“²⁾.

Von dieser zurückhaltenden Grundeinstellung wurden die wesentlichen fernmeldepolitischen Entscheidungen, die einen Bezug zu dem Komplex der neuen Medien aufweisen, beeinflußt. So war kennzeichnend für die Verkabelungspolitik, daß von der geplanten Vollverkabelung von 11 Städten mit Breitbandverteilsnetzen Abstand genommen wurde. Zur Begründung wurde angeführt,

- daß erst aufgrund umfangreicher Arbeiten im Bereich der Medienwirkungsforschung ein angemessener Rahmen für die neuen Medien geschaffen werden könnte³⁾,
- daß nach dem Beschluß der Ministerpräsidenten der Länder vom 11. Mai 1978 — entsprechend

²⁾ Medienpolitischer Beschluß des Bundeskabinetts vom 26. September 1979, Ziffern 1 und 4; abgedruckt in: „Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung“ Nr. 121 vom 10. Oktober 1979, S. 1125.

³⁾ Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion der CDU/CSU vom 26. Februar 1980, Drucksache 8/3699, S. 3, Vorbemerkungen; S. 5 f. unter Frage 3.

¹⁾ Vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 97.

einer Empfehlung der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems — vor einer Entscheidung über die Einführung neuer Kommunikationssysteme deren Nutzungsmöglichkeiten, Akzeptanz und Auswirkungen usw. erprobt werden sollen⁴⁾.

Die zu diesem Zweck vorgesehene Durchführung von Kabelpilotprojekten in den Städten Berlin, Dortmund, Ludwigshafen und München wurde von der früheren Bundesregierung befürwortet, und sie beabsichtigte, die Projekte im Rahmen ihrer Möglichkeiten zu unterstützen⁵⁾.

Auch um eine Präjudizierung medienpolitischer Entscheidungen zu vermeiden, wurde die erwähnte geplante Vollverkabelung der 11 Städte bis zum Abschluß der Versuche zurückgestellt⁶⁾.

Statt dessen wurde ein Konzept der bedarfsorientierten Versorgung von kleineren Bereichen in Form von Inselnetzen entwickelt. Im Vordergrund standen dabei:

- Wiederversorgung bei Hochhausabschattung;
- Fernsehrestversorgung;
- Versorgung von Neubaugebieten bei gemeindlichem Antennenverbot oder bei einem entsprechenden Antrag des Bauträgers;
- Kabelversorgung auf Wunsch der Gemeinde unter deren finanzieller Beteiligung.

Mit diesen Maßnahmen sollten kurzfristig auch Innovationsanstöße für die Industrie gegeben werden⁷⁾.

Im Vergleich zu einigen Nachbarländern wurde in der Vergangenheit bis Ende 1982 in der Bundesrepublik Deutschland der Aufbau von Breitbandverteilnetzen nur in einem geringen Umfang vorgenommen. Die Bundesregierung hat daher nach ihrem Amtsantritt neben der technischen Unterstützung der Pilotprojekte dafür gesorgt, daß verstärkt Voraussetzungen für den Ausbau dieser neuen Netze geschaffen werden. Deshalb wurde der für 1983 vorgesehene Haushaltsansatz der Deutschen Bundespost (DBP) für Breitbandverteilnetze von 410 Mio. DM auf eine Mrd. DM aufgestockt und auch für 1984 eine Mrd. DM bereitgestellt. Der Haushaltsansatz 1985 mußte wegen verstärkter Nachfragen von einer Mrd. DM auf 1,3 Mrd. DM erhöht werden.

Dies hat dazu geführt, daß seit 1982 eine große Anzahl neuer Netze teilausgebaut oder fertiggestellt wurde. So betrug die Zahl der durch Breitbandverteilnetze anschließbaren Wohneinheiten im Dezember 1982 0,6 Mio., im Dezember 1983 1,8 Mio., im Dezember 1984 2,9 Mio. und im Dezember 1985 rd. 4,7 Mio. Wohneinheiten.

⁴⁾ Abgedruckt im Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264 S. 97 f.

⁵⁾ Drucksache 8/3699, S. 7 unter Frage 6.

⁶⁾ Vgl. auch Drucksache 8/3699, S. 10 unter Fragen 11, 12.

⁷⁾ Drucksache 8/3699, S. 8 unter Frage 7.

Der DBP ging und geht es um eine großflächige Verkabelung, wobei nach ihrer Zielvorstellung die obere Grenze für die Versorgung durch Kabelanschlüsse aus wirtschaftlicher Sicht bei 80 % der Wohneinheiten liegen dürfte. Hier spielt die Bebauungsdichte eine wesentliche Rolle. Auch die Verkabelung in den locker bebauten Gebieten erfolgt grundsätzlich nachfrage- und rentabilitätsorientiert. Dabei wird innerhalb des Bereichs eines Fernmeldeamtes die weniger kostenaufwendige Verkabelung in dichter bebauten Gebieten berücksichtigt.

Beim Ausbau kommt eine funktionale Einheitstechnik zum Einsatz, die die Übertragung von ca. 24 Fernseh- und 27 UKW-Hörfunk-Programmen ermöglicht. Die ab 1987 vorgesehene Weiterentwicklung des technischen Systems erlaubt eine Steigerung auf 35 TV-Kanäle.

2 Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit Gemeinden und Privaten

Im Juli 1983 wurde eine „Rahmenvereinbarung zwischen der Bundesvereinigung der Kommunalen Spitzenverbände und der Deutschen Bundespost über die Beteiligung an Planung und Aufbau von Breitbandverteilnetzen durch die Deutsche Bundespost“ getroffen. Die Deutsche Bundespost verpflichtet sich, über die von ihr geplanten Ausbauaktivitäten für einen Zeitraum von zwei Jahren (Bundespostminister gegenüber den kommunalen Spitzenverbänden) bzw. einem Jahr (Fernmeldeämter gegenüber den Gemeinden ihres Zuständigkeitsbereichs) Auskunft zu geben. Durch dieses Informations- und Konsultationsverfahren sollen die kommunalen Interessen beim Auf- und Ausbau von Breitbandverteilnetzen angemessen berücksichtigt werden.

Die Deutsche Bundespost hat darüber hinaus die Beteiligung von privaten Unternehmen am Ausbau und Betrieb von Breitbandverteilnetzen eingeleitet mit dem Ziel, dem starken Interesse an der Verbesserung und Erweiterung der Rundfunkversorgung schneller Rechnung zu tragen. Diese Beteiligungsmöglichkeit eröffnet der Privatwirtschaft neue Betätigungs- und Beschäftigungsfelder und ist geeignet, das unternehmerische Risiko auf viele Schultern zu verteilen.

Zu diesem Zweck hat die Deutsche Bundespost zwei Versuchsmodelle für eine Kooperation mit Privaten entwickelt:

- Beim Kooperationsmodell A („Höherwertige Übergabepunkte“) stellt die DBP höherwertige Übergabepunkte zur Verfügung. An diese Übergabepunkte können private Netzteile — auch im öffentlichen Weg — angeschlossen werden, über die Ton- und Fernsehprogramme an die Endverbraucher verteilt werden. Diese Netzteile werden von privaten Unternehmen errichtet und betrieben.
- Beim Kooperationsmodell B („Beteiligungsgesellschaften“) ist vorgesehen, daß die DBP, pri-

vate Unternehmen und eventuell die Kommunen privatwirtschaftliche Gesellschaften gründen. Diese akquirieren, vermarkten, finanzieren und ggf. errichten Breitbandverteilnetze auf örtlicher Ebene; der Betrieb der Netze wird von der DBP wahrgenommen.

Beide Kooperationsformen sind im einzelnen so ausgestaltet, daß die Netzverantwortung bei der Deutschen Bundespost verbleibt. Bei positivem Ausgang dieser auf Vertragsbasis durchgeführten Versuche soll eine benutzungsrechtliche Regelung in der Fernmeldeordnung erfolgen.

Um die Voraussetzungen für eine höhere Anschlußbereitschaft zu untersuchen, hatte die DBP in einem Betriebsversuch für mittlere und größere Wohnanlagen neue Anschlußbedingungen erprobt. Dabei überließ die DBP einem Vertragspartner (z. B. Hauseigentümer, Wohnungseigentümergeinschaft, Antennenfirma) eine Breitbandanschlußstelle zu pauschalierten Entgelten. Das Anschlußentgelt betrug 3 000 bis 5 000 DM je nach Anzahl der vorhandenen Wohneinheiten. Das monatliche Entgelt war pauschal für 80 % der vorhandenen Wohneinheiten fällig und betrug fünf bzw. bei Heranführung weiterer Rundfunkprogramme acht DM je Wohneinheit. Der Vertragspartner übernahm das Ausfallrisiko für die monatlichen Entgelte (bei einer nicht ausreichenden Zahl von Wohnungsanschlüssen während der Mindestlaufzeit von zehn Jahren) sowie die Verkabelung beim Zusammenschluß nebeneinanderliegender Grundstücke. Bis Ende 1985 waren 8 945 Anschlußverträge mit der Verkabelung von 208 657 Wohneinheiten abgeschlossen worden.

Wegen des positiven Verlaufs des Betriebsversuchs sind die Bedingungen 1985 in modifizierter Form in die Fernmeldeordnung aufgenommen worden. Bei den auf die Zahl der vorhandenen Wohneinheiten bezogenen Pauschalgebühren wird bei der monatlichen Gebühr ein Nachlaß von 25 % und bei der Anschlußgebühr ein Nachlaß von 30 % auf die Normalgebühr gewährt. Die zehnjährige Mindestlaufzeit ist weggefallen. Der Übergang von der Vertragsregelung des Betriebsversuchs in die verordnungsgemäße Regelung wird bei der überwiegenen Anzahl der Fälle zum Vorteil des Teilnehmers sein, da er nach der vorliegenden Gebührenstruktur geringere Beträge zu entrichten hat. Dadurch soll unter anderem auch für private Fachbetriebe ein Anreiz zur Vermarktung von Breitbandanschlüssen geschaffen werden.

Überdies wird die DBP auch ihre Genehmigungsbestimmungen für Gemeinschaftsantennenanlagen weiter liberalisieren, um damit Hemmnisse für entsprechende private Initiativen zu beseitigen. Mitte 1985 gab es in der Bundesrepublik Deutschland etwa 397 000 Gemeinschaftsantennenanlagen für über 7,7 Mio. Wohneinheiten; davon versorgten etwa 10 000 größere Anlagen (für jeweils mehr als 100 Wohneinheiten) 3,5 Mio. Wohneinheiten.

Ab 1. Januar 1986 bietet die DBP eine neue Dienstleistung für Antennenbetreiber an, und zwar die „Heranführung von Programmen“ an Gemein-

schaftsantennenanlagen. Betreiber dieser Anlagen können also künftig unter Beibehaltung ihres privaten Status und der Technik der Gemeinschaftsantennen über einen Breitbandanschluß mit Filter die Teilleistung der besonders herangeführten Rundfunkprogramme (insbesondere Satellitenprogramme) erhalten.

Ohne Inanspruchnahme der Teilleistung über einen Breitbandanschluß mit Filter können private Antennenbetreiber zu einer geringfügigen Genehmigungsgebühr unter bestimmten Bedingungen auch eigene Satellitenantennen zum Empfang der über Fernmeldesatelliten abgestrahlten Signale (ECS- und Intelsat-Programme) errichten. Dadurch kann auch in Gemeinschaftsantennenanlagen, die nicht über einen Breitbandanschluß verfügen, das Programmangebot erheblich erweitert werden.

Über zusätzliche, durch allgemeine Genehmigung der DBP zugelassene, private Antennen können in Gemeinschaftsantennenanlagen auch die über direkt empfangbare Satelliten (Rundfunksatelliten) abgestrahlten Programme empfangen werden.

3 Zusammenwirken der Deutschen Bundespost mit den Ländern im Rahmen der Kabelpilotprojekte

3.1 Ziel, wissenschaftliche Begleitung und Finanzierung der Kabelpilotprojekte

Mit Beschluß vom 11. Mai 1978 waren die Ministerpräsidenten der Länder übereingekommen, an vier Standorten Kabelpilotprojekte als befristete Versuche mit Breitbandkabel vor der endgültigen Einführung neuer Medien in enger Abstimmung mit der DBP durchzuführen und hierbei alternative Programm- und Netzträgerschaften zu erproben. Die Versuche sind inzwischen noch in Ludwigshafen/Vorderpfalz, Dortmund und Berlin im Gange. Das Kabelpilotprojekt München lief zum 31. Dezember 1985 aus.

Auf der Ministerpräsidentenkonferenz vom 12. bis 14. November 1980 in Kronberg i. T. wurde die gemeinschaftliche Finanzierung der Pilotprojekte durch die Länder beschlossen. Die Länder tragen hiernach gemeinsam

- die Kosten der gemeinsamen Medienkommission zur wissenschaftlichen Begleitung der Projekte unter Zugrundelegung eines Gesamtbetrages von zehn Mio. DM für fünf Jahre,
- die Investitionskosten der Kabelfernsehzentralen einschließlich der Studioteknik bis höchstens 60 Mio. DM für alle vier Projekte,
- die technischen Betriebskosten der Kabelfernsehzentralen einschließlich der Studioteknik und der Verwaltungskosten für drei Jahre bis höchstens 80 Mio. DM für alle vier Projekte.

Die Kosten der Medienkommission werden aus Haushaltsmitteln der Länder finanziert, die Investitions- und Betriebskosten in Höhe von 140 Mio. DM

für drei Jahre aus einem zusätzlichen monatlichen Betrag der Rundfunkgebühr.

Im Gebührenstaatsvertrag vom 6. Juli / 26. Oktober 1982 ist dieser Betrag auf 0,20 DM als Zuschlag zur allgemeinen Rundfunkgebühr festgesetzt worden.

Die Ministerpräsidenten kommen in ihrem Beschluß zugleich überein, daß die Länder die vier Kabelpilotprojekte durch eine gemeinsame Medienkommission wissenschaftlich begleiten sollten.

Die zur wissenschaftlichen Vorbereitung, Begleitung und Auswertung der Pilotprojekte sowie zur Untersuchung der Auswirkungen der neuen Medien eingesetzte gemeinsame Kommission (Medienkommission) hat insbesondere die Aufgabe,

- die gesellschaftlichen Auswirkungen der „Neuen Medien“ vor allem auf die Familie und die Akzeptanz,
- die Auswirkungen der „Neuen Medien“ auf die Presse, die Rundfunkanstalten und den Film,
- die technologischen und finanziellen Aspekte,
- die Auswirkungen auf die Wirtschaft und den Arbeitsmarkt,
- die rechtlichen Fragen

zu untersuchen.

Mit dem Beschluß der Ministerpräsidenten vom 19. Mai 1983 wurden 15 Sachverständige für die Dauer von fünf Jahren berufen. Außerdem entsenden jedes Land einen, der Bund drei und die kommunalen Spitzenverbände gemeinsam einen Vertreter zu den Sitzungen der Medienkommission; diese Vertreter haben kein Stimmrecht.

3.2 Technischer Ausbau und Erprobung der Netze durch die Deutsche Bundespost

In Erklärungen von 1980 und 1982 über ihre Grundhaltung zu den Kabelpilotprojekten hat die DBP ihr besonderes Interesse an der technischen Erprobung der Netze und den Ergebnissen der Akzeptanz-Untersuchungen begründet. Sie erklärte sich bereit, die Gesamtkonzeption zu gestalten und zu betreuen. Gleichzeitig übernahm die DBP die Finanzierung der von ihr zu erbringenden Leistungen. Die netztechnischen Voraussetzungen in der Netzebene 3 sind von ihr inzwischen vollständig geschaffen worden.

Im Zuge dieses Ausbaus wurden in Berlin bisher 230 000 Haushalte an Breitbandkabel angeschlossen; bis Ende 1985 waren 634 000 Haushalte anschließbar. Damit befindet sich in Berlin das größte Breitbandkabelnetz der DBP und darüber hinaus zugleich auch das größte zusammenhängende Kabelfernsehtnetz in Europa überhaupt. In Dortmund, München und Ludwigshafen war bis Ende 1985 das gesamte Potential der Pilotprojekte von 44 000, 60 000 bzw. 175 000 Wohneinheiten anschließbar.

4 Entwicklung und Ausbau moderner Fernmeldenetze und -dienste

4.1 Einsatz der optischen Nachrichtentechnik

Aufgrund der zukunftsweisenden Bedeutung befaßt sich die DBP bereits seit mehreren Jahren mit der Einführung der optischen Nachrichtentechnik und damit der Glasfasertechnologie in den öffentlichen Fernmeldenetzen. Sie verfolgt hiermit die Ziele,

- bestehende Fernmeldedienste durch Kostensenkungen im Netzbereich wirtschaftlicher bereitzustellen sowie
- neue Fernmeldedienste insbesondere der Breitbandindividualekommunikation auf einer ökonomischen Grundlage aufzunehmen.

Die Verknüpfung beider Zielrichtungen erlaubt, die Glasfasertechnik in Abhängigkeit von der zukünftigen Nachfrage nach Breitbanddiensten sowie ihrer weiteren Kostenentwicklung sowohl als Ergänzung (additiv) als auch als Ersatz (substitutiv) zu den heute existierenden Fernmeldenetzen auf Kupferbasis einzusetzen. Diese Strategie mindert entscheidend das mit dem Einstieg in eine neuartige Technologie verbundene unternehmerische Risiko der DBP, da langfristig der betriebswirtschaftliche Ausgleich der aufzubringenden Investitionen sowohl durch Kostendeckungsbeiträge aus dem Bedarf nach neuen Breitbandindividualekommunikationsdiensten als auch durch Kosteneinsparungen im Bereich der herkömmlichen Fernmeldedienste erwirtschaftet werden kann.

Die Entwicklung der Glasfasertechnik einschließlich der erforderlichen optoelektronischen Systemkomponenten wie Sende- und Empfangseinrichtungen hat gegenwärtig einen Stand erreicht, der ihre Verwendung für bestimmte Verbindungen des Telefonfernnetzes bereits wirtschaftlich macht. So existierten Ende 1984 im regionalen Telefonfernnetz 18 Verbindungsstrecken, deren Realisierung mit Kostenvorteilen nicht mehr in Kupfer, sondern in Glasfaser erfolgte.

Als erste überregionale Glasfaserverbindung wurde 1984 die Strecke Hamburg-Hannover fertiggestellt. Sie bildet einen Abschnitt der geplanten bundesweiten Nord-Süd-Trasse, die das Rückgrat eines späteren Glasfaser-Overlay-Netzes⁸⁾ für neue breitbandige Individualkommunikationsdienste darstellen wird. Dieses Netz soll beginnend ab 1985/86 erkennbare Bedarfszentren für die Nutzung solcher Fernmeldedienste nachfragegerecht miteinander verknüpfen. Ab 1985/86 dürften nach den heutigen Erwartungen in zunehmendem Maße die ökonomischen Voraussetzungen für den Glasfasereinsatz als individuelle Teilnehmeranschlußleitung gege-

⁸⁾ Unter Overlaynetzen versteht man ein dem bestehenden Fernmeldenetz überlagertes Glasfasernetz von Teilnehmer zu Teilnehmer, das den erst allmählich wachsenden Bedarf abdecken soll. Es ist — bei gleicher Grundstruktur — nicht so engmaschig wie das Fernmeldenetz und nutzt dessen Infrastruktur (Kabelkanäle, Betriebsgebäude) mit.

ben sein, so daß erstmalig von Teilnehmer zu Teilnehmer reichende Glasfaserverbindungen möglich werden.

4.2 BIGFON-Versuche der Deutschen Bundespost

Um für den ökonomischen Einsatz der optischen Nachrichtentechnik im Teilnehmeranschlußbereich die notwendigen Erfahrungen zu gewinnen, sowie als Anstoß für die entsprechenden technischen Entwicklungen, führt die Deutsche Bundespost den Systemversuch BIGFON (Breitbandiges Integriertes Glasfaser-Fernmeldeortsnetz) durch. Dieser Systemversuch beinhaltet den Aufbau und die Erprobung firmenindividueller Glasfaser-Prototypsysteme und umfaßt drei Zielsetzungen:

- Realisierung von zehn örtlichen Glasfaserversuchsnetzen, die integraler Bestandteil des öffentlichen Fernmeldenetzes sind,
- Konzeption eines technischen Gesamtsystems für den regulären Einsatz,
- Ermittlung der Kostenstruktur eines BIGFON-Anschlusses in Regeltechnik als Basis für eine Grundsatzentscheidung über den breiten Einsatz dieser integrierten Glasfasernetztechnik.

In der zweiten Hälfte des Jahres 1980 wurden sechs deutsche Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen gebeten, Angebote zum Systemversuch BIGFON vorzulegen. Die Angebotsanforderungen beschränkten sich auf Rahmenvorgaben, da die ausführenden Firmen die Systemkonzepte soweit wie möglich nach eigenen Vorstellungen erstellen sollten.

Diese Rahmenvorgaben lauten: Gleichzeitige Übertragung auf einer gemeinsamen Anschlußleitung von

- mindestens zwei digitalen Telefon-, Daten- und Textkanälen,
- zwei bis vier verteilvermittelten Fernmeldekäna len oder alternativ 2 x 6 parallel angebotenen Kanälen,
- 24 Stereo-Rundfunkkanälen oder alternativ vier verteilvermittelten Kanälen und
- einem Bildfernsprechkanal (bidirektional) mit Farbfernsehqualität.

Darüber hinaus gehörte zum Angebotsinhalt die Abschätzung der Kostenentwicklung der einzelnen Systemelemente in Abhängigkeit der Stückzahlen (Mengen-Preis-Relation).

Für den Systemversuch, für den vom Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen insgesamt 150 Mio. DM aus dem Forschungsprogramm „Technische Kommunikation“ der Bundesregierung bereitgestellt sind, wurden sieben Städte mit folgenden Firmenbeteiligung ausgewählt:

- Berlin (Krone; SEL; SIEMENS)
- Hamburg (PKI)

- Hannover (ANT; fuba)
- Düsseldorf (ANT)
- Stuttgart (SEL)
- Nürnberg (PKI)
- München (SIEMENS)

Der Aufbau der Prototypsysteme wurde im Dezember 1983 abgeschlossen. Die anschließende Erprobungsphase wird voraussichtlich bis Ende 1988 dauern. Insgesamt werden 320 Teilnehmer angeschlossen sein, und davon wird 64 Teilnehmern die Möglichkeit geboten werden, das Bildfernsprechen zu erproben.

Es ist geplant, die BIGFON-Projekte für den überregionalen Bildfernsprechverkehr untereinander zu verknüpfen. Die erste Bildfernsprechverbindungsstrecke zwischen den BIGFON-Orten Hamburg und Hannover ist seit November 1984 in Betrieb. Die übrigen BIGFON-Orte sollen etwa bis Mitte 1986 miteinander verbunden sein.

4.3 ISDN (Integrated Services Digital Network = Dienste integrierendes digitales Fernmeldenetz)

Die von der Deutschen Bundespost erbrachten Fernmeldedienstleistungen werden zur Zeit in mehreren unterschiedlichen Wählnetzen angeboten. Die wichtigsten von der Deutschen Bundespost betriebenen Fernmeldenetze sind:

- das Fernsprechnet (mit 24 Mio. Teilnehmern),
- das Telexnetz (mit mehr als 160 000 Teilnehmern),
- das Datenübertragungsnetz mit Leitungsvermittlung (mit etwa 12 000 Teilnehmern) und
- das Datenübertragungsnetz mit Paketvermittlung (mit etwa 6 000 Teilnehmern).

Der Einsatz verschiedener Fernmeldenetze bedeutet in der Regel einen Mehraufwand für Entwicklung, Technik, Planung und Betrieb der verschiedenen Netze. Deshalb wird weltweit nach wirtschaftlichen Möglichkeiten gesucht, möglichst viele Fernmeldedienste in einem einheitlichen Netz anzubieten.

Der erste Schritt auf diesem Weg war das Zusammenfassen der Teilnetze für die Dienste Telex, Teletex, Datenübertragung, für den Telegrammdienst sowie den Direktruf zu einem integrierten Text- und Datennetz (IDN). Hier werden schon gleiche technische Einrichtungen teilweise gemeinsam benutzt. Obwohl die Deutsche Bundespost bereits im Jahre 1977 diese erste, mehr technische Integration mehrerer Teilnetze vollzogen hat, ist damit noch kein betriebswirtschaftlicher Durchbruch erzielt worden: nach wie vor bleiben schmalbandige digitale Spezialnetze für begrenzte Teilnehmerzahlen wegen der hohen Grundkosten eine unbefriedigende Lösung. Deshalb wird angestrebt, die Gesamtheit der Dienste bzw. Teilnetze in wirtschaftlicher Weise zu einem einzigen Dienste integrieren-

den universellen digitalen Fernmeldenetz, zum ISDN, zusammenzufassen.

4.3.1 Das digitale Fernsprechnetz als Voraussetzung für das ISDN

Die Arbeiten in internationalen Gremien haben verdeutlicht, daß die Fernmeldeverwaltungen unterschiedliche Wege zur Verwirklichung der einzelnen ISDNs einschlagen werden. Man hat diesen Sachverhalt berücksichtigt und zunächst für das ISDN folgende Rahmenvorstellungen erarbeitet:

1. Das ISDN entwickelt sich aus dem digitalen Fernsprechnetz.
2. Das ISDN ist gekennzeichnet
 - durch eine transparente übermittelte Bitrate von 64 kbit/s zwischen Teilnehmereinrichtungen,
 - durch einen Basisanschluß, bestehend aus zwei 64 kbit/s-Nutzkanälen und einem 16 kbit/s-Signalisierungskanal, sowie
 - durch möglichst wenige Schnittstellen, die aber international genormt sind.
3. über die universelle ISDN-Teilnehmerschnittstelle erhält der Benutzer Zugang zu verschiedenen Fernmeldediensten.
4. Der ISDN-Basisanschluß sieht eine einheitliche Rufnummer für alle in Frage kommenden Fernmeldedienste vor.
5. Das ISDN soll so angelegt werden, daß auch eine spätere Integration von Breitbanddiensten, die eine höhere Bitrate als 64 kbit/s erfordern, möglich ist.

4.3.2 Die ISDN-Absichtserklärung der Deutschen Bundespost

Mit einer sog. ISDN-Absichtserklärung hat die Deutsche Bundespost der deutschen Fernmeldeindustrie bereits am 26. März 1982 ihre Einstellung zum ISDN deutlich gemacht. Darin wird zum Ausdruck gebracht, daß auch die Deutsche Bundespost die technischen, betrieblichen und wirtschaftlichen Vorteile eines einheitlichen digitalen Netzes für die verschiedenen Dienste (Sprache, Daten, Text, Faxsimile, Bildübertragung, Telemetrie, Bildschirmtext usw.) erkennt und beschleunigt das digitale Fernsprechnetz in Richtung auf ein ISDN erweitern möchte. Die ISDN-Absichtserklärung hat bereits eine deutliche Signalwirkung bei der deutschen Fernmeldeindustrie gezeigt und alle verfügbaren Kräfte für das Erreichen dieses Zieles mobilisiert.

4.3.3 ISDN — Normierung

Im Oktober 1984 hat der CCITT⁹⁾ durch Verabschieden eines umfangreichen Pakets von Empfehlun-

gen einen weltweiten anerkannten ISDN-Standard geschaffen.

4.3.4 Das ISDN-Pilotprojekt der Deutschen Bundespost

Um die neuen Bestandteile des ISDN (Zeichengabe und Übertragungstechnik auf der Teilnehmeranschlußleitung, Netzabschlüsse, Endgeräte, Multiplexer für Basisanschlüsse, Konzentratoren, Zeichengabe zwischen den Vermittlungsstellen, Anpassen digitaler Vermittlungstechnik usw.) unter Betriebsbedingungen erproben zu können, ist ein etwa zwei Jahre dauerndes ISDN-Pilotprojekt in Mannheim und Stuttgart vorgesehen, das 1986 beginnen soll.

4.3.5 ISDN — Serienbetrieb

Es ist beabsichtigt, ab 1988 die ersten ISDN-fähigen digitalen Ortsvermittlungsstellen in Serientechnik in Betrieb zu nehmen. Darüber hinaus sollen alle digitalen Ortsvermittlungsstellen, die im Jahre 1989 und später in Betrieb gehen, in der Lage sein, ISDN-Teilnehmer anzuschließen. Die bis dahin zwischen 1985 und 1988 im digitalen Fernsprechnetz der Deutschen Bundespost installierten digitalen Ortsvermittlungsstellen werden auf ISDN nachgerüstet werden.

Im Jahre 1990 werden etwa 100 digitale Fern- und etwa 200 digitale Ortsvermittlungsstellen im Fernsprechnetz der Deutschen Bundespost installiert sein. Da einerseits in den 100 größten Ortsnetzen etwa 50 % aller Fernsprechanchlüsse enthalten sind, und andererseits die Geschäftsanschlüsse als potentielle ISDN-Nachfrager primär auf die Städte konzentriert sind, läßt sich mit diesen 100 Ortsnetzen bereits die Mehrzahl der künftigen ISDN-Teilnehmer erreichen, ohne die Ortsnetzgrenzen zu überschreiten. Um eine Benachteiligung strukturschwacher Gebiete zu vermeiden, sollen für eine Übergangszeit geeignete Maßnahmen vorgesehen werden, mit deren Hilfe Teilnehmer aus benachbarten Anschlußbereichen oder auch anderen Ortsnetzen an ISDN-fähige digitale Ortsvermittlungsstellen herangeführt werden können. Es ist davon auszugehen, daß spätestens fünf Jahre nach Beginn des ISDN-Betriebs eine allgemeine ISDN-Flächendeckung erreicht wird.

4.4 Rundfunksatelliten

Rundfunksatelliten ermöglichen durch ihre gegenüber Fernmeldesatelliten etwa zehnfach stärkere Sendeleistung in ihrem Ausleuchtungsbereich Nachrichtenverbindungen zu Empfangsanlagen mit relativ kleinen kostengünstigen Parabolantennen. Damit sind sie zur Übertragung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen und zu deren direktem Empfang durch die Allgemeinheit geeignet. Es handelt sich um geostationäre Satelliten, deren Umlaufgeschwindigkeit in 36 000 km Höhe der Drehgeschwindigkeit der Erde entspricht, so daß sie in bezug zur Erdoberfläche in dieser bestimmten Orbitposition stillzustehen scheinen. Die Funkwellen der Sende-Erdfunkstelle (ggf. auch mehrerer Erd-

⁹⁾ Comité Consultatif International Telegraphique et Téléphonique (Internationaler beratender Ausschuß für den Telegrafien- und Telefondienst).

funkstellen) werden von der Satellitenantenne empfangen, im sogenannten Transponder¹⁰⁾ verstärkt dort in einen anderen Frequenzbereich umgesetzt und von der Satellitenantenne in Richtung Erde abgestrahlt.

Grundlage für die Errichtung und den Betrieb von Rundfunksatelliten in Europa sind die technischen Planwerte für den Frequenzbereich 11,7 bis 12,5 GHz, die von der World Administrative Radio Conference (WARC) der International Telecommunication Union (ITU) 1977 geschaffen worden sind. Nach dem WARC 77-Plan wurden jedem Land eine Satellitenposition im Orbit sowie fünf Fernsehkanäle mit bestimmten Frequenzen und bestimmter Polarisationsrichtung und elliptischer Ausleuchtzone zugeordnet. Die Orbitposition 19 Grad West über dem Äquator wurde der Bundesrepublik Deutschland sowie Belgien, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich und der Schweiz zugeteilt. Da die elliptischen Ausleuchtzonen nicht exakt den Ländergrenzen entsprechen, werden Bereiche der Nachbarländer automatisch mitversorgt. Auch außerhalb der Bedeckungsgebiete ist, allerdings mit zunehmendem Antennenaufwand, ein Empfang möglich (spill over).

Die Regierungen der Bundesrepublik Deutschland und der Französischen Republik haben am 29. April 1980 in Paris das Abkommen zur Entwicklung, Herstellung, zum Start und zur Positionierung sowie Erprobung je eines deutschen (TV-SAT) und eines französischen (TDF 1) Rundfunksatelliten gleicher Konzeption und weitestgehend gleicher Bauart geschlossen. Diese Satelliten — sowie die Bauteile mit langer Lieferzeit für einen evtl. notwendig werden den Ersatzsatelliten — werden zur Zeit von einem deutsch-französischen Industriekonsortium hergestellt.

Der Start des TV-SAT ist für die zweite Hälfte des Jahres 1986 vorgesehen, der TDF 1 soll etwa zwei Monate später folgen.

Der TV-SAT 1 soll dann nach kurzer Testphase in Betrieb genommen werden. Dieser für einen 3-kanaligen Betrieb konzipierte Satellit kann nach den neuesten Erkenntnissen der entwickelnden Industrie, unter Inkaufnahme eines erhöhten Ausfallrisikos, auch mit vier Kanälen betrieben werden, so daß eine 4-kanalige Nutzung möglich erscheint.

Ein operationeller Betrieb mit bis zu fünf Kanälen ist allerdings erst mit der Verfügbarkeit eines Reservesatelliten im Orbit gegeben. Um möglichst frühzeitig und kostengünstig ein operationelles System zu erhalten, ist es sinnvoll, auf die Entwicklung eines speziellen 5-kanaligen Satelliten zu verzichten zugunsten eines mit dem TV-SAT 1 baugleichen Reservesatelliten TV-SAT 2.

Diese Vorgehensweise harmoniert auch mit den französischen Vorstellungen. Der Satellit könnte 1988 im Orbit stehen und zusammen mit dem TV-

SAT 1 eine 5-kanalige Nutzung ermöglichen. Damit wäre Zeitgleichheit mit den französischen Nutzungsabsichten und insofern auch eine Wahrung deutscher Export-Interessen erreicht.

Den erforderlichen Auftrag zum Bau des TV-SAT 2 konnte der Bundespostminister noch nicht vollständig erteilen, weil die Länder lediglich versichert haben, die bundesweite Abstrahlung von Rundfunksatelliten-Programmen zu erlauben. Die Länder waren aber bisher nicht in der Lage, verbindliche Angaben über die Nutzer von TV-SAT-Kapazitäten zu machen.

In Zusammenarbeit mit der französischen Regierung wird eine zweite Generation von Rundfunksatelliten vorbereitet, die bei mittlerer Sendeleistung infolge höherer Übertragungskapazitäten niedrigere Kanalkosten ermöglicht und Anfang der neunziger Jahre zur Verfügung stehen könnte.

Direktempfangbare Satelliten werden in der Zukunft eine wichtige Ergänzung im System der Rundfunkversorgung insbesondere für dünn besiedelte Gebiete darstellen, weil Kabelanlagen in solchen Gebieten unwirtschaftlich sein können.

4.5 Fernmeldesatelliten

Fernmeldesatelliten sind aufgrund ihrer im Vergleich zu Rundfunksatelliten schwächeren Sendeleistung für Nachrichtenverbindungen zwischen festen Erdfunkstellen bestimmt (Punkt zu Punkt-Verbindung). Im Ausleuchtbereich dieser geostationären Satelliten können die Signale aber auch gleichzeitig an mehrere Empfangs-Erdfunkstellen übermittelt werden. Fernmeldesatelliten, die neben der Übermittlung von Telefon- und Datenverkehr auch für die Zuführung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen genutzt werden, bezeichnet man als Verteilsatelliten. Sie arbeiten in einem Frequenzbereich, der nach internationalen Regeln nicht für den Rundfunk, sondern für „festen Funkdienst über Satelliten“ vorgesehen ist. Bedingt durch die schwache Sendeleistung der Fernmeldesatelliten sind leistungsstarke Empfangs-Erdfunkstellen mit großen Parabolantennen von mehreren Metern Durchmesser erforderlich. Durch die Einspeisung in Breitbandverteilnetze werden die über Satelliten herangeführten Hörfunk- und Fernsehprogramme den Teilnehmern übermittelt.

Je nach der Aufgabenstellung der betreffenden Trägerorganisation haben Fernmeldesatelliten-Systeme unterschiedliche Einsatzbereiche. Die Deutsche Bundespost ist Anteilseigner am Intelsat- und am Eutelsat-System. Diese werden von internationalen Organisationen betrieben, die über Regierungsabkommen gegründet wurden.

Das Intelsat-System wird grundsätzlich für interkontinentalen Verkehr eingesetzt, während das Tätigkeitsfeld von Eutelsat auf Verbindungen innerhalb Europas beschränkt ist. DFS „Kopernikus“ wird für den Verkehr innerhalb der Bundesrepublik Deutschland und mit Berlin (West) genutzt werden.

¹⁰⁾ Übertragungseinrichtung im Satelliten zur Verstärkung und Frequenzumsetzung der von Erdfunkstellen ausgesandten Signale.

4.5.1 Intelsat

Die Deutsche Bundespost hat an der nun 20jährigen Entwicklung des Internationalen Fernmeldesatellitensystems wesentlichen Anteil genommen. Seit 1964 ist sie infolge des rasch ansteigenden interkontinentalen Fernmeldeverkehrs ins Ausland einer der wichtigsten Nutzer dieses Satellitensystems.

Die seit 1978 überwiegend eingesetzten Fernmeldesatelliten der Typen IV und IV A ermöglichten es, gleichzeitig zwei Fernsehprogramme und 4 000 bzw. 6 000 Fernsprechkkanäle zu übertragen. Heute bieten die modernen Intelsat V- und V-A-Satelliten eine Kapazität von 12 000 bzw. 15 000 Fernsprechkkanälen für den interkontinentalen Verkehr zuzüglich zweier TV-Kanäle an. Für die neue Intelsat-Generation des Typs VI werden sogar 33 000 Fernsprechkkanäle angestrebt.

Um den starken Verkehrszuwachs bewältigen zu können, hat die Deutsche Bundespost in den Erdfunkstellen Raisting, Usingen und Fuchsstadt zusätzliche große Sende- und Empfangsantennen aufgebaut und diese teilweise bereits jetzt für künftige digitale Übertragungsverfahren ausgerüstet. Damit werden bis 1987 fast 7 000 Fernsprechkkanäle genutzt werden können. Ca. 20 kleine Erdfunkstellen der Deutschen Bundespost im Intelsat-System erlauben den Unternehmen der Wirtschaft, in den nächsten Jahren an den „Neuen Telekommunikationsdiensten“ (z. B. Datendienste, Videokonferenzen, Teletex, schnelles Faksimile usw.) teilzunehmen.

Die Deutsche Bundespost hat durch die Anmietung und den späteren Kauf von Transpondern ab Januar 1985 auf einem Intelsat V die Möglichkeiten eröffnet, sechs zusätzliche Fernsehprogramme zu übertragen, die in Breitbandverteilsnetze eingespeist werden könnten.

4.5.2 ECS (European Communication Satellite)

Für das derzeit laufende europäische Fernmeldesatellitenprogramm (ECS) konnte die 1977 von der Europäischen Konferenz der Verwaltungen für das Post- und Fernmeldewesen (CEPT) gegründete Fernmeldesatellitenorganisation „Interim Eutelsat“ mit Hilfe des Orbital Test Satellite (OTS) wesentliche Erfahrungen hinsichtlich TV-Übertragung und neuer Dienste sammeln.

Der im Juni 1983 gestartete Fernmeldesatellit ECS I-F1 ging im Oktober 1983 mit neun gleichzeitig betriebsfähigen Transpondern im Frequenzbereich 11/14 GHz in Betrieb. Er ist eingesetzt für die TV-Nutzung mit acht Transpondern für das Empfangsgebiet West (Ausleuchtzone Westeuropa) und mit einem für das Empfangsgebiet Ost (Ausleuchtzone Osteuropa) und zeitweise mit einem weiteren Transponder für das Empfangsgebiet West.

Die Deutsche Bundespost hat für jedes der beiden Empfangsgebiete je einen Transponder angemietet. Übertragen werden ein privates Fernsehprogramm SAT 1 (private Veranstaltergemeinschaft im Rah-

men des Pilotprojekts Ludwigshafen) und ein öffentlich-rechtliches deutschsprachiges Gemeinschaftsprogramm 3SAT (ZDF mit Rundfunkanstalten der Schweiz und Österreichs). Die verbleibenden sieben Transponder sind von anderen europäischen Fernmeldeverwaltungen angemietet. Die ausländischen Programme können auch von den deutschen Teilnehmern in Kabelfernsehnetzen empfangen werden.

Der ECS I-F2, dessen Start am 4. August 1984 erfolgt ist, bringt mit neun Transpondern weitere Übertragungskapazitäten. Zwei Transponder sind für den TV-Programmaustausch innerhalb der Europäischen Rundfunkunion vorgesehen und fünf Transponder für Fernsprechverbindungen innerhalb Europas. Zwei Transponder sollen für „Neue Dienste“, die sog. „Satellite Multi Services, SMS“ (Datendienste, Videokonferenzen, Teletex, Telefax) genutzt werden. Hierzu sind z. Z. 20 kleine Erdfunkstellen (Parabolspiegel von 3-5 m Durchmesser) vorgesehen, mit deren Hilfe ab 1985 den Unternehmen, Behörden und Organisationen ein wesentlich erweitertes Instrumentarium für Kommunikation und Betriebssteuerung zur Verfügung gestellt werden kann.

Später wird noch ein Reserve-Satellit F 4 (der Start des Flugmodells F 3 war mißlungen) hinzukommen, der einerseits bei Ausfällen sofortigen Kapazitätsausgleich herstellen kann, andererseits zwischenzeitlich zusätzliche Übertragungskapazitäten für Fernmeldedienste geringerer Prioritäten bereitstellt.

Ab 1988 ist eine modernisierte Satellitengeneration ECS-A vorgesehen, die größere Übertragungskapazitäten und Bedeckungszonen ermöglicht.

Die Bundesregierung hat am 19. Oktober 1983 das Übereinkommen und die Betriebsvereinbarungen zur Gründung der Regierungsorganisation Eutelsat unterzeichnet, das am 14. August 1984 ratifiziert wurde. Nachdem die erforderliche Anzahl von Ratifizierungen durch Regierungen europäischer Staaten vorlag, hat die endgültige Eutelsat-Organisation ab 1. September 1985 ihre Arbeit im europäischen Kommunikationssektor aufgenommen.

4.5.3 Deutsches Fernmeldesatelliten-System „Kopernikus“

Die Deutsche Bundespost hat im Dezember 1983 einem deutschen Industriekonsortium den Auftrag für den Aufbau eines nationalen Fernmeldesatelliten-Systems („DFS Kopernikus“) erteilt. Das System wird aus je einem Betriebs- und Reservesatelliten im Orbit sowie einem Ersatz-Satelliten am Boden mit jeweils 11 aktiven Transpondern sowie zunächst 34 Erdfunkstellen bestehen. Ziel dabei ist, ein im Hinblick auf den wachsenden, von den bisherigen Satelliten nicht abzudeckenden Fernmeldeverkehr leistungsfähiges und flexibles nationales Netz zu schaffen, das — ergänzend zum Ausbau des digitalisierten terrestrischen Netzes — frühzeitig flächendeckend Fernmeldedienstleistungen mit hohen Übertragungsgeschwindigkeiten (z. B. schnelle

Datenübertragung zwischen Rechnern, Faksimile, Videokonferenzen) ermöglicht. Weitere Nutzungsschwerpunkte sind die Erweiterung und Sicherung des Fernmeldeverkehrs zwischen dem Bundesgebiet und Berlin (West) und die Heranführung von Fernsehprogrammen an Breitbandverteilnetze.

Eine wesentliche industriepolitische Bedeutung hat das Projekt für die deutsche Fernmelde- und Raumfahrtindustrie, die hierbei ihre technologische Leistungsfähigkeit zunächst auf dem heimischen Markt demonstrieren und so ihre Position im internationalen Wettbewerb verbessern kann.

Der Start des ersten Satelliten des Deutschen Fernmeldesatelliten-Systems ist für die zweite Hälfte 1987 geplant.

Bei diesem Satelliten ist Kapazität für die Übertragung von sechs Fernsehprogrammen vorgesehen, die in Breitbandverteilnetze eingespeist werden könnten. Unter Mitbenutzung des Reservesatelliten können bis zu 13 Fernsehprogramme übertragen werden.

II. Perspektiven

1 Ausbau der Breitbandverteilnetze und Programmvermehrung

Die Bundesregierung wird die Einrichtung von Breitbandverteilnetzen entsprechend der Nachfrage nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten zügig vorantreiben. Sie hält es im Interesse der Erhöhung der Meinungsvielfalt nicht nur für wünschenswert, sondern für notwendig, daß der Bevölkerung die dem Bedarf entsprechende Infrastruktur an fernmeldetechnischen Einrichtungen für die Verteilung von Fernseh- und Tonrundfunkprogrammen über Breitbandkabelnetze zur Verfügung gestellt wird. Deshalb begrüßt die Bundesregierung die Initiativen der Mehrheit der Länder, neue Organisations- und Beteiligungsformen für Hörfunk und Fernsehen zu schaffen¹¹⁾.

Auch aus wirtschaftspolitischer Sicht kommt den neuen Informations- und Kommunikationstechniken, insbesondere der Breitbandtechnik, nach Auffassung der Bundesregierung große Bedeutung zu¹²⁾.

Trotz der unbestreitbaren Fortschritte optischer Telekommunikationssysteme stellt die bewährte Koaxialtechnik weiterhin für die leitungsgebundene Verteilung von Rundfunkprogrammen die preiswerteste und ausgereifteste Technik dar. Die Entscheidung für ein großflächiges Ausbaukonzept erlaubt ein flexibleres Reagieren auf Wünsche von

Bundesländern, Städten und Gemeinden nach Versorgung größerer Wohngebiete, Stadtteilen und ganzer Orte neben der Möglichkeit des bestehenden drahtlosen Rundfunkempfangs.

Verstärkung findet die Entwicklung in der Einbeziehung von privater unternehmerischer Initiative und privatem Kapital mittels verschiedener Formen von Kooperationsverträgen sowie der Verbesserung der Rahmenbedingungen für eine selbständige Betätigung Privater.

Die angebotene Kapazität ist jedoch noch nicht ausgenutzt, wenn lediglich die ortsmöglichen empfangbaren Programme übertragen werden. Hier liegt der Ansatz zur Erhöhung des Programmangebots und damit zur zusätzlichen Attraktivität der Kabelnetze. Weitere Programme können örtlich erzeugt oder herangeführt werden. Die technischen Voraussetzungen für das Heranführen und Verteilen werden von der Deutschen Bundespost durch Aufbau von Richtfunknetzen und Satellitensystemen in der 2. Hälfte der 80er Jahre geschaffen sein.

Zu den Maßnahmen gehören im einzelnen:

- die Verteilung von Regionalprogrammen über Richtfunkverbindungen.
 - die Verteilung neuer deutschsprachiger Programme über die Fernmeldesatelliten ECS (zwei Programme ab 1984), Intelsat (sechs Programme ab 1985), DFS Kopernikus (fünf bis sieben Programme ab 1988). Außerdem können über ECS und Intelsat ausgestrahlte Programme der europäischen Nachbarländer verteilt werden.
- Ende 1985 wurden bereits ca. eine Million angeschlossene Wohneinheiten mit Satellitenprogrammen versorgt.
- Die vorgesehenen, von den Anbietern zu erhebenden Entgelte umfassen alle Leistungen der Deutschen Bundespost zur Verbreitung eines TV-Programms über Fernmeldesatelliten und berücksichtigen auch die Heranführung des Signals an die Sende-Erdfunkstelle.
- Abstrahlung weiterer Programme über den Rundfunksatelliten TV-SAT.

2 Glasfasereinsatz von Teilnehmer zu Teilnehmer

Erst der wirtschaftliche Glasfasereinsatz von Teilnehmer zu Teilnehmer wird die Voraussetzung für eine geeignete Infrastruktur breitbandiger Individualkommunikationsdienste (z. B. Bildfernsehen) schaffen. Die Deutsche Bundespost ist im Rahmen ihrer dienstleistungsorientierten Aufgabenstellung bereit, das wirtschaftliche Risiko des Netzaufbaus mitzutragen. Sie unterstützt hiermit auch die Bestrebungen der Fernmelde- und Geräteindustrie, technologisch am Weltmarkt konkurrenzfähige Telekommunikationssysteme und Komponenten zu entwickeln.

Zur Vorbereitung und Unterstützung der Entwicklung eines Marktes für breitbandige Individualkom-

¹¹⁾ Regierungserklärungen vom 13. Oktober 1982, abgedruckt in: „Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung“ Nr. 93 vom 14. Oktober 1982, S. 857, 863 f., vom 4. Mai 1983, abgedruckt in: „Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung“ Nr. 43 vom 5. Mai 1983, S. 403.

¹²⁾ Vgl. auch Regierungsbericht Informationstechnik, Drucksache 10/1281.

munikation soll 1985/86 in einigen ausgewählten Bedarfszentren mit dem Ausbau von Teilnehmeranschlußbereichen in Form von Glasfaser- Overlay-Netzen begonnen werden. Insbesondere Preis- und Leistungsrelationen der verfügbaren Technik und die Marktnachfrage bestimmen die weitere Ausbreitungsgeschwindigkeit des entstehenden Glasfasernetzes. Nutzungsschwerpunkte sind in dieser Phase durch Videokonferenzen, schnellen Dokumentenaustausch und schnellen Datenverkehr zu erwarten.

Darüber hinaus fördert der rechtzeitige Einstieg die Chancen, die Erarbeitung international gültiger Standards für zukünftige Breitbanddienste in Richtung auf die nationalen und europäischen Interessen zu beeinflussen.

Da sich der Bedarf an vermittelten Breitbanddiensten sicherlich bundesweit entwickelt und nicht zwangsweise nach Ort und Struktur mit der an Schmalbanddiensten orientierten Digitalisierung des Fernsprechnetzes übereinstimmt, kommen in der Anfangsphase eigenständige Breitbandvermittlungssysteme zum Einsatz, die sich noch nicht auf das Vorhandensein digitaler Schmalbandvermittlungsstellen abstützen (Vorläufertechnik). Erst in der anschließenden Phase (spätestens 1990) mit einer ausreichenden Dichte an digitaler Infrastruktur wird der Übergang zu einer hochintegrierten Breitbandkoppelnetztechnik vollzogen, die zur Vermeidung von Doppelinvestitionen möglichst viele der vorhandenen Einrichtungen mitbenutzt.

Die Gestaltung des Netzes sieht grundsätzlich die volle Bewegtbildkommunikation mit Farbfernsehqualität und damit die Nutzung der vollen übertragungstechnischen Möglichkeiten der Glasfaser vor. Der Einbeziehung der errichteten bzw. geplanten Satellitensysteme wird eine wesentliche Bedeutung zukommen, insbesondere zur Vermeidung von flächenmäßigen Ungleichgewichten in der Versorgung mit digitalen Diensten.

Die vom Rat der Industrieminister im Dezember 1984 beschlossenen Aktivitäten der Europäischen Gemeinschaft zum weiteren Ausbau einer zukunftsorientierten europaweiten Kommunikationsinfrastruktur wurden bzw. werden von deutscher Seite initiativ beeinflusst.

3 Entwicklungsziel 1988: Übergang auf das Dienste integrierende digitale Fernmeldenetz (ISDN)

Die Langfristigkeit des Aufbaus eines Breitbandvermittlungsnetzes in Glasfasertechnik gebietet, die mit der Digitalisierung des Fernsprechnetzes eingeleiteten Innovationsimpulse auf der Basis der ausgebauten Kupferinfrastrukturen weiter aususchöpfen.

Mit Einbeziehung der Teilnehmeranschlußleitung in die Digitalisierung eröffnet sich die Möglichkeit, verschiedenartige Dienste mit einer Bitrate von 64 kbit/s über eine Anschlußleitung abzuwickeln. Die durchgängige Digitalisierung von Teilnehmer — Kennzeichen des entstehenden

ISDN — liegt technisch voll auf der Entwicklungslinie zukünftiger Breitbandnetze, so daß Optionen auf den folgenden Netzausbau offen bleiben.

Aus Gründen der Planungssicherheit für Anwender bleibt auslaufend das Parallelangebot von Text- und Datendiensten im IDN erhalten. Bestimmte vorge-sehene Dienst- und Netzübergänge zwischen IDN, Fernsprechnet und ISDN werden für ISDN-Teilnehmer frühzeitig einen akzeptablen Kreis erreichbarer Zielpartner garantieren.

4 Entwicklungsziel 1990: Integration von Schmal- und Breitbanddiensten der Individualkommunikation im Breitband-ISDN

Der vorhersehbare technologische Reifeprozess optoelektronischer Systeme und der erwartete ansteigende Bedarf nach Diensten der Breitbandindividualkommunikation dürften eingangs der neunziger Jahre zu einem integrierten Ausbau des Glasfaser-Overlay-Netzes mit dem Schmalband-ISDN führen. Investitions- und damit risikomindernd wirkt sich insbesondere aus, daß wesentliche, im Schmalband-ISDN erprobte Funktionen, auch für die Breitbandkommunikation nutzbar werden. Aus der Verknüpfung mit der bereits vorangetriebenen ISDN-Infrastruktur resultieren weiterhin günstige Impulse für eine rasche Ausbreitung der Breitbanddienste in die Fläche.

Das Ausbaukonzept sieht die Anbindung der Breitbandkoppelnetze an die ISDN-Vermittlungsstellen vor.

Gebietsweise wird sich für eine gewisse Zeitspanne die Versorgung durch symmetrische Kupfer- und Glasfasertechnik mit ihren schmalband- bzw. breitbandorientierten Netzanschlüssen überlappen.

5 Entwicklungsziel 1992: Übergang zum Breitbanduniversalnetz (IBFN = Integriertes Breitbandiges Fernmeldenetz)

In Fortführung des Integrationsgedankens bietet sich mit fortschreitendem Glasfasereinsatz zunehmend die medienbezogene Bündelung von schmal- und breitbandigen Diensten im Teilnehmeranschlußliniennetz an mit dem Ziel, über eine Glasfaseranschlußleitung und eine Teilnehmerschnittstelle vermittelte Kommunikationsdienste verschiedener Standardgeschwindigkeiten anzubieten. In Abhängigkeit der Kostenentwicklung dieser Technik und damit deren Wirtschaftlichkeit wird zu prüfen sein, inwieweit substitutiv auch die ausschließliche Nachfrage nach Schmalbanddiensten über Glasfaseranschlüsse zu decken ist. Ansätze hierzu können insbesondere in Gebieten erfolgen, die aus Gründen eines Bedarfs an Breitbanddiensten ohnehin für den Glasfaserausbau vorgesehen sind.

Mit der Einbeziehung der bisher noch getrennt von der Individualkommunikation verlaufenden Weiterentwicklung der Breitbandverteilerdienste kann technisch die letzte Integrationsstufe zu einem künftigen Breitbanduniversalnetz vollzogen wer-

den. Dieser Schritt wird zusätzlich zur Forderung nach Preiswürdigkeit der Glasfasertechnologie maßgebend durch die Angebotsbreite und -vielfalt elektronischer Massenmedien und individueller Informationsabrufdienste bestimmt.

Die aufgrund des erforderlichen Netzvorlaufs erst zeitversetzte Nutzung des Glasfasernetzes in großer Breite unterstreicht auch in den neunziger Jahren noch die parallele Notwendigkeit coaxialer Verteilnetze, wobei davon auszugehen ist, daß entsprechend dem jeweiligen Stand der Kostenentwicklung die Glasfasertechnik auch in Teilbereichen von Verteilnetzen eingesetzt wird.

Diese Vorgehensweise entspricht der marktwirtschaftlichen Verpflichtung der Deutschen Bundespost, im Umfeld konkurrierender Technologien netztechnische Optionen offenzuhalten, um Nachfrage und Marktentwicklung stetig sowie in wirtschaftlichster Weise zu befriedigen. An dieser Forderung muß sich der denkbare Weg zu einem abschließlichen flächendeckenden Universalnetz für alle Anwendungsformen der Telekommunikation orientieren. Erst die Erfahrungen mit neuen Märkten der Breitbandkommunikation werden die verlässliche Entscheidungsgrundlage bilden, um diesen Weg mit kalkulierbarem Risiko weiter zu gestalten.

III. Förderung technischer Innovationen

Die Bundesregierung hat in ihrem „Regierungsbericht Informationstechnik“¹³⁾ in fünf Bereichen ein auf fünf Jahre angelegtes ressortübergreifendes Maßnahmenbündel zur Förderung von Innovationen definiert. Eine zentrale Aufgabe in diesem Maßnahmenbündel ist die Belebung des Wettbewerbs im Inland durch freien Handel, durch Standardisierung und Offenlegung von Systemschnittstellen, durch innovationsfördernde Beschaffungsmaßnahmen des Staates sowie durch Bereitstellung von Risikokapital und Förderung von Unternehmensgründungen.

Im Bereich der Technischen Kommunikation werden diese indirekt wirkenden Maßnahmen ergänzt durch gezielte Maßnahmen zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsarbeiten des Bundesministers für Forschung und Technologie (BMFT) und des Bundesministers für das Post- und Fernmeldewesen (BMP). Dabei konzentriert sich die Förderung des Bundesministers für Forschung und Technologie auf die

- Basistechnologie für künftige Netze — die Optische Nachrichtentechnik — sowie auf die
- Entwicklung und Erprobung neuer Dienste und Endgeräte für künftige Netze.

Der Bundesminister für Forschung und Technologie fördert hier insbesondere die Entwicklung der Systemarchitekturen und der Komponenten der

Optischen Nachrichtentechnik (Glasfaser, Halbleitertlaser, Photodioden) sowie die hierzu erforderlichen Schaltkreistechnologien (1984 bis 1988: 260 Mio. DM).

Zunehmend rückt hier auch die Integrierte Optik in den Blickpunkt, die bei der Verarbeitung von auf Lichtwellenleiter übertragenen Informationen die gleiche Bedeutung erlangen wird, die heute die Mikroelektronik für elektrisch codierte Informationen innehat. Man spricht daher auch von der Entwicklung „Optischer Chips“ und „Optischer Rechner“ (BMFT-Förderung 1984 bis 1988: 90 Mio. DM).

Um eine möglichst rechtzeitige und sinnvolle Nutzung der neuen Kommunikationssysteme zu gestalten, hat der Bundesminister für Forschung und Technologie die Entwicklung von ISDN-Terminals und Bildfernsprechetechniken gefördert und ist an der Entwicklung eines neue Maßstäbe setzenden Großbildfernsehens beteiligt (Förderkonzept „Hochauflösendes Fernsehen HDTV“ (HDTV = High Definition Television) 1984 bis 1988: 60 Mio. DM).

Die Entwicklung spezifischer Schnittstellen und Protokolle für den Austausch von Nachrichten, Daten, Computersoftware usw. zwischen Rechnern unterschiedlicher Hersteller erfolgt im Rahmen des Verbundprojektes „Deutsches Forschungsnetz (DFN)“ (1984 bis 1988: 100 Mio. DM).

Im Rahmen der Arbeitsteilung zwischen dem Bundesminister für Forschung und Technologie und dem Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen fördert letzterer vorrangig Systeme und die Systemerprobung in den öffentlichen Fernmelde-netzen. So gingen der bevorstehenden Einführung des Dienste integrierenden digitalen Fernmeldenetzes (ISDN) Studien und Feldversuche (DigON) voraus. Nach Inbetriebnahme der ersten Glasfaser-Versuchsstrecke (Berlin I) im Jahre 1978 ist die Anwendung dieses neuen Übertragungsmediums in den Vordergrund getreten. Der Anwendung im regionalen Fernnetz und im Weitverkehr sind die Forschungs- und Entwicklungsprojekte Frankfurt (Main) — Oberursel (1979), Berlin III (1982) und die Versuchsstrecke Hamburg — Hannover (1984/85) vorgeschaltet worden. Aufbauend auf den Nachweis der Machbarkeit einer Glasfaser-Ortslinientechnik (Berlin II, 1980) ist 1981 der wegweisende Systemversuch BIGFON begonnen worden.

An den beschriebenen Versuchen waren bzw. sind praktisch alle lieferfähigen deutschen Hersteller optischer Nachrichtentechnik beteiligt.

Die künftigen Maßnahmen im Forschungs- und Entwicklungsbereich (1984 bis 1988: 615 Mio. DM) einschließlich der anwendungsbezogenen Forschung im eigenen Institut der Deutschen Bundespost in Darmstadt stehen unter der Zielsetzung, daß mit dem geplanten Glasfaser-Overlay-Netz neuartige Breitbanddienste verfügbar gemacht werden sollen. Dazu dienen Versuche zur Erprobung von Monomode-Glasfasern (Berlin IV, 1985), Studien zur Anpassung von Fernsehempfängern mit digitaler Schaltungstechnik an die Glasfaserübertragung (GTVE, 1985), vor allem aber der 1985 begonnene

¹³⁾ Drucksache 10/1281.

Aufbau eines Videokonferenz-Versuchsnetzes, das mittels Glasfaserkabeln bereitgestellte 140-Mbit/s-Kanäle verwendet, in der Anfangsphase jedoch auch 2-Mbit/s-Kanäle über Kupferkabel bzw. Fernmeldesatelliten einbezieht, was nur mit Hilfe neuartiger, unter Beteiligung der Deutschen Bundespost entwickelter Coder und Decoder für das Fernsehsignal möglich ist.

Diese und weitere, für die Zukunft geplanten Forschungs- und Entwicklungsprojekte sind von wesentlicher Bedeutung für die Mitarbeit der Deutschen Bundespost bei der Standardisierung der neuen Techniken innerhalb der Europäischen Gemeinschaft, aber auch im internationalen Raum. Dies hat Rückwirkung auf die Verbesserung der Exportfähigkeit der deutschen Fernmeldeindustrie.

D. Gesamtwirtschaftliche Einordnung und Einzeldarstellung der Medien

Die Verlage der periodischen Presse, bzw. die nachstehend aufgeführten Sektoren der „Massenmedien“ (denen auch Instrumente der Gruppenkommunikation zugerechnet werden) setzten 1983 zusammen etwa 40 Mrd. DM um. Dieser Betrag, der 2,4% des damaligen Bruttosozialprodukts entspricht, wurde infolgenden Bereichen erzielt¹⁾:

	1983 Mrd. DM
Zeitungsverlage	12,3
Zeitschriftenverlage	9,4
Buchsektor (alle Vertriebswege)	8,5
Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen)	5,6
Tonträger und Videokassetten (bespielt) ca.	3,0
Filmtheater	0,9
	<hr/> 39,7

Der grenzüberschreitende Waren- und Dienstleistungsverkehr im Mediensektor erreichte während des Berichtszeitraums seinen größten Anteil bei den Druckmedien; er wurde dort, und nur insoweit

es sich um Warenverkehr handelte, von der Außenhandelsstatistik erfaßt. Nach dieser Quelle wurden 1983 Zeitungen, Zeitschriften und Bücher mit einem Umsatzwert von 1,6 Mrd. DM ausgeführt; der Einfuhrumsatz belief sich auf 0,6 Mrd. DM²⁾.

Es gibt eine Reihe von Wirtschaftszweigen, die völlig oder weitgehend vom Vorhandensein bestimmter Massenmedien abhängen. Als Hauptbeispiel ist die Unterhaltungselektronik zu nennen; der Inlandsabsatz an Geräten und Einrichtungen der Industriebetriebe dieses Bereichs betrug 1983 (nach Verbandsangaben) über 13 Mrd. DM und die Handwerksbranche der Radio- und Fernsehtechniker erreichte einen Umsatz von fast 4 Mrd. DM.

Die Anzahl der in den eingangs aufgeführten Medien hauptberuflich beschäftigten Personen lag 1983 weit über 200 000. Rechnet man Teilzeitbeschäftigte (z. B. Zusteller, Kinokassierer, Platzanweiser usw.) und freie Mitarbeiter hinzu, steigt die Gesamtzahl auf über 400 000 Personen. Die Wirtschaftsbereiche unterhaltungselektronische Industrie sowie radio- und fernsehtechnisches Handwerk beschäftigten zusammen 90 000 Personen.

Ein 4-Personen-Arbeitnehmerhaushalt mit mittlerem Einkommen wandte 1983 monatlich für Massenmedien³⁾ 100,89 DM auf, davon allein 43,72 DM für Druckmedien und 49,74 DM für Rundfunk- und Phonogeräte sowie Rundfunkgebühr, Schallplatten und Tonbänder.

I. Presse

1 Überblick

Die Presse wird nach Erscheinenshäufigkeit, Thematik und Aufmachung ihrer Erzeugnisse in die Sektoren Zeitungen, Zeitschriften und Bücher eingeteilt. Detailliertere Angaben zu diesen Medienbe-

¹⁾ Diese überschlagsrechnung kennzeichnet die Größenordnungen. Kleinere Medien, z.B. die Anschlagwerbung und verwandte Formen der Außenwerbung (Gesamtumsatz 1983 lt. ZAW 440 Mio. DM), blieben außer Ansatz. Die aufgeführten Umsätze der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage (Quelle: Pressestatistik) sowie des Rundfunks (ARD-Jahrbuch, ZDF-Haushaltsplan) enthalten keine Umsatzsteuer, die der Filmtheater (Filmstatistisches Jahrbuch), des Buchsektors (über den auch für — hier herausgenommene — 890 Mio. DM Zeitschriften verkauft wurden; Quelle: „Buch und Buchhandel in Zahlen“) sowie der Verkäufer von Tonträgern und Videokassetten (Schätzungen und Erhebungen des Fachverbandes sowie des Video-Instituts) sind — bis auf die Buchausfuhr von rund 780 Mio. DM — zu Endverbraucherpreisen angesetzt. Inwieweit die (unternehmensbezogenen) Umsätze der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage andere Wirtschaftszweige berühren, ist in etwa den Tabellen 3 und 14 im Abschnitt D der Materialien zu entnehmen. Eine vollständige Zuordnung der Umsätze auf die einzelnen Medien hätte die — nur grob zu schätzende — Wertschöpfung des Groß- und des Einzelhandels mit Zeitungen und Zeitschriften einbeziehen müssen, aber das Gesamtergebnis nicht bedeutsam geändert. Eingehendere Angaben zur Verflechtung der Medien mit anderen Wirtschaftsbereichen bei: Eberhard Moths: Medien als einzel- und gesamtwirtschaftliches Phänomen. In: „Media Perspektiven“, Heft 81978, S. 541-561.

²⁾ Nähere Angaben dazu in Tabelle 45 zu Abschnitt D I der Materialien.

³⁾ Einschließlich Gerät, Theater- und Konzertbesuch. Nicht eingerechnet sind Aufwendungen für die Teilnahme an Sportveranstaltungen (1983: 1,08 DM) und den Besuch von Vergnügungstätten (5,59 DM).

reichen finden sich in den Materialien (unter Ziffer D I 1.1 ff.).

1.1 Zeitungen

Der Bericht unterscheidet die Zeitungen von den Zeitschriften anhand der auch in der Pressestatistik benutzten Kriterien der Periodizität bzw. der Aktualität und der Vielfalt der Thematik. Für Zeitungen ist typisch, daß sie mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und stets über einen weiten Themenkreis berichten, der Politik, Wirtschaft, Kultur, Unterhaltung, Sport und sonstiges Zeitgeschehen einschließt. Soweit Veröffentlichungen mit entsprechender Thematik zwar nur jeden Sonntag erscheinen, aber bestimmt sind, die sich bis zum nächsten Werktag öffnende zeitliche Lücke an aktuellen gedruckten Nachrichten zu schließen, werden sie ebenfalls den Zeitungen zugerechnet.

1.1.1 Tageszeitungen

Die Zeitungslandschaft der Bundesrepublik Deutschland ist von Tageszeitungen lokaler/regionaler Verbreitung stark unterschiedlicher Auflagenklassen geprägt. Im Berichtszeitraum gab es nur sechs deutschsprachige Tageszeitungen, die den überwiegenden Teil ihrer Auflage außerhalb der Region ihres Erscheinensortes absetzten, und davon erreichten nur drei Verkaufsauflagen über 100 000 Stück⁴⁾.

Der bei weitem überwiegende Teil der lokalen/regionalen Tageszeitungen kann sich im Kernbereich des eigenen Verbreitungsgebietes auf marktbeherrschende Positionen stützen. Wo Wettbewerb besteht, ist in aller Regel der Marktanteil der jeweils führenden Tageszeitung beträchtlich größer als der des nächsten Konkurrenten. Ein derartiges Anteilsverhältnis sichert der Erstzeitung eine stabile Position. Die wettbewerbliche Überlegenheit dieser Stellung gründet auf medienpezifischen Größen- und Verbundvorteilen, hier auf den betriebswirtschaftlichen Effekten der sogenannten Anzeigen-Auflagen-Spirale⁵⁾ und darauf, daß Anzei-

gen, von deren Adressaten eigene Suchbemühungen erwartet werden (z.B. Rubrikanzeigen), meist nur in der Zeitung mit dem jeweils größten Inseratenteil erscheinen, weil dieser von einem ernsthaften Interessenten regelmäßig selbst dann noch durchgesehen wird, wenn er auf eine andere Zeitung abonniert ist⁶⁾. Allerdings können diese wettbewerblichen Vorteile der örtlichen Erstzeitung nicht jeden Unternehmensgrößen- und Ressourcenunterschied ausgleichen. Zwar ist es langwierig und kostspielig, eine kleine Erstzeitung aus ihrer marktbeherrschenden Position zu verdrängen, für eine weitaus auflagenstärkere Zeitung aus einer Nachbarregion aber nicht unmöglich. Die einfacher wahrzunehmenden Gelegenheiten, auf solche Weise zu expandieren, sind jedoch inzwischen weitgehend ausgeschöpft, nachdem mehr als drei Viertel der Zeitungen mit Auflagen unter 5 000 Stück seit 1954 aus dem Markt geschieden oder (wohl nur zu einem geringen Teil) über diese Grenze hinausgewachsen sind. Das seit mehreren Jahren festzustellende Nachlassen der Konzentrationsbewegungen ging auch einher mit einem prozentualen Anstieg der marktbeherrschenden Blätter, deren weiterer Positionsfestigung und einem abgeschwächten Trend zu größeren Betrieben. Folgende Daten kennzeichnen die Situation⁷⁾:

1985 setzten von den damals insgesamt 367 Abonnementtageszeitungen primär lokaler/regionaler Verbreitung nicht weniger als 319 (86,9%) den überwiegenden Teil ihrer Auflage auf Märkten ab, auf denen sie die Position des marktanteilstärksten (51,2%) oder sogar des alleinigen (35,7%) Anbieters zeitungsvermittelter Lokalinformation hielten. An der Verkaufsauflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen von insgesamt 13,7 Millionen Stück betrug der Anteil der in diesem Sinne marktbeherrschenden Blätter 12,3 Millionen Stück (89,6%). Von den restlichen 48 Zeitungen (13,1%), die ihre Auflage von insgesamt 1,4 Millionen Stück (10,4%) überwiegend in nachrangiger Marktposition verkaufen mußten, waren viele durch Kapitalbeteiligung oder auch Kooperationsvereinbarungen dem örtlich führenden Wettbewerber verbunden. Derartige Verflechtungen waren in den Großstädten die

weitung des Anzeigenteils über die Vergößerung des dargebotenen Lesestoffs (die meist den redaktionellen Teil miterfaßt) erneut dem Zeitungskäufer zugute und verbessert so wiederum die Chancen, die verkaufte Auflage und damit den Nutzen des Blattes für den Inserenten zu erhöhen (Aufwärtsspirale). Umgekehrt kann eine nachhaltige und starke Einbuße an Verkaufsauflage oder an Insertionsaufträgen eine Abwärtsspirale einleiten — vor allem dann, wenn solche Einbußen einem ohnehin stärkeren Wettbewerber zuwachsen und von diesem absatzpolitisch genutzt werden.

⁶⁾ Vgl. Jochen Noll: Die deutsche Tagespresse — ihre wirtschaftliche und redaktionelle Struktur. Frankfurt a. M. 1977, S. 51 ff.

⁷⁾ Eine kurz kommentierte Darstellung der wichtigsten Daten zur Entwicklung der Tagespresse von 1954 bis 1985 findet sich in Abschnitt D I 1.1.1 der Materialien.

⁴⁾ „Bild“, „Frankfurter Allgemeine“ (FAZ), „Die Welt“; unter 100 000 Stück Auflage: „die tageszeitung“ (taz), „Deutsche Tagespost“, „Unsere Zeit“ (UZ).

⁵⁾ Vgl. Medienberichte 1978 und 1974, Drucksachen 8/2264 (S. 50 ff.) und 7/2104 (S. 35 ff.). Gemeint ist folgender Sachverhalt: Die Kosten je Exemplar und Kontakt sinken mit wachsender Auflage, weil gewichtige Kostenbestandteile, z.B. die Kosten der redaktionellen und vervielfältigungstechnischen Informationsaufbereitung, mit der Auflage nicht oder nur unterproportional ansteigen. Die dadurch — alternativ zu einer Gewinnerhöhung — ermöglichte Verbesserung des Verhältnisses von Preis und Leistung kann, je nach Markterfordernis, dem Zeitungskäufer und/oder dem Anzeigenkunden zugewendet werden: Ein etwa durch Vergößerung des redaktionellen Teils auf dem Vertriebsmarkt erzielter Mehrabsatz kommt, wenn der Anzeigengrundpreis nicht oder nur unterproportional angehoben wird, über die Erhöhung der Kontaktanzahl auch dem Inserenten und eine infolge gesunkener Kosten je Kontakt herbeigeführte Aus-

Regel (Ausnahmen: Berlin, Bielefeld, Gießen, Münster und — mit Einschränkung — Frankfurt)⁸⁾.

Es gab 1985 nur fünf Abonnementtageszeitungen vorwiegend überregionaler Verbreitung mit zusammen 611 000 Stück Verkaufsauflage⁹⁾. Davon waren drei, deren wochendurchschnittliche Einzelauflagen je deutlich unter 40 000 Stück lagen, auf Marktnischen beschränkt. Unter den beiden intensiver konkurrierenden Blättern mit Auflagen über 200 000 Stück konnte sich die erheblich auflage- und ertragsschwächere Zweitzeitung auf die Ressourcen einer bedeutenden Verlagsgruppe stützen. Daneben bestand Wettbewerb mit auflagestarken großstädtischen Tageszeitungen, die zwar auch überregional angeboten, größtenteils aber in der Region ihres Erscheinensortes abgesetzt wurden (z.B. „Süddeutsche Zeitung“, „Frankfurter Rundschau“ und „Stuttgarter Zeitung“).

Unter den Straßenverkaufszeitungen war das einzige deutschsprachige Blatt überregionaler Verbreitung („Bild“) mit 5,1 Mio. Stück Verkaufsauflage nur örtlich begrenztem Wettbewerb durch die übrigen sechs Titel lokaler/regionaler Verbreitung mit zusammen 1,5 Mio. Stück Verkaufsauflage ausgesetzt. Zwischen den großstädtischen Straßenverkaufszeitungen besteht vergleichsweise häufig intensiver Wettbewerb. Auf den Märkten dieser Blätter sind die Wettbewerbsvorteile des Marktführers nicht ganz so gewichtig wie in der Abonnementpresse. Das Anzeigengeschäft ist statt zu zwei Dritteln nur etwa zur Hälfte an den Gesamterlösen beteiligt und wird zu einem höheren Anteil aus Anzeigen gespeist, die sich weniger stark auf die örtlich führende Zeitung konzentrieren. Dies gilt vor allem für Markenartikelanzeigen. Der Zeitungsinsert, der ein lebhaftes Interesse seiner Adressaten nicht voraussetzen kann, sondern erst wecken muß, erreicht die meisten Leser der nachrangigen Blätter nur in deren Anzeigenraum. Denn die regelmäßigen Nutzer mehrerer Tageszeitungen haben, insgesamt gesehen, keinen hohen Anteil an der Leserschaft (wohl weniger als ein Drittel). Allerdings dürfte bei den Straßenverkaufszeitungen der Anteil der Exklusivleser deutlich niedriger sein als bei der Tagesabonnementpresse¹⁰⁾.

Von 1976 bis 1985 wuchs die Anzahl der redaktionellen Tageszeitungsausgaben von 1 229 auf 1 273. Gleichwohl erhöhte sich während dessen der Bevölkerungsteil, der sich über das Lokalgeschehen nur aus einer Tageszeitung regelmäßig unterrichten konnte, von 20,1 Millionen (32,7% der Gesamtbevölkerung) auf 22,0 Millionen (35,9%). Die jüngeren Anhebungen der Ausgabenanzahl gehen häufiger zurück auf die Absicherung bereits beherrschter Märkte, etwa durch Übergang zu Stadtteilausgaben oder genauere Abgrenzung der Berichtsräume be-

nachbarter Zeitungen, als auf eine Intensivierung des Wettbewerbs durch Expansion des mit Lokalbe-richterstattung betreuten Gebietes.

Die Anzahl der Vollredaktionen, der sog. Publizistischen Einheiten mit selbständig redigiertem „Zeitungsmantel“¹¹⁾, hatte 1978 mit 119 Einheiten einen Tiefpunkt erreicht. Sie erhöhte sich bis 1985 wieder auf 126, und zwar trotz Einstellung zweier Großstadtblätter: einer Straßenverkaufszeitung („Der Abend“) und einer alternativen Zeitung („Die Neue“). Dieser Zuwachs ist durch herstellungstechnische Fortschritte, die insbesondere bei den Satz-kosten auch kleineren Zeitungen Einsparungen ermöglichen, begünstigt worden.

Die Verkaufsauflagen der Tageszeitungen (einschl. Straßenverkaufszeitungen) stiegen 1976 bis 1983 von 19,5 Millionen auf 21,2 Millionen Stück (+ 8,7%) und die Vertriebs Erlöse von 2 Mrd. DM auf 3,32 Mrd. DM (+ 66%) an. Im Anzeigengeschäft ergab sich eine Umsatzsteigerung von 3,77 Mrd. DM auf 6,04 Mrd. DM (+ 60%). Konjunkturbedingte Abflachungen und spartenweise auch erhebliche Rückgänge der Anzeigenumsätze waren vor allem 1981/82 zu verzeichnen. Demgegenüber erwies sich das Vertriebsgeschäft erneut als weitgehend konjunktur-unempfindlich. Im Streikjahr 1984 stiegen die hochgerechneten Werbeumsätze der Tagespresse nach Erhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger zum Vorjahr um 5,6% bei in der Summe fast unveränderter Verkaufsauflage und die Vertriebs Erlöse um 2,1%.¹²⁾

1.1.2 Sonntagszeitungen

Die Verkaufsauflagen der beiden überregionalen Sonntagszeitungen („Bild am Sonntag“ und „Welt am Sonntag“) mit tagesaktueller Berichterstattung aus demselben Verlagshaus schwankten in den Jahren 1976 bis 1984 zwischen insgesamt 2,7 und 2,9 Millionen Stück. Erstmals kam 1979 ein Sonntagsblatt im Raum Stuttgart auf den Markt („Sonntag Aktuell“), das den Abonnenten bestimmter Tageszeitungen als zusätzlicher, aber nicht gesondert berechneter Service geboten wird (Auflage IV/84: 0,85 Mio. Exemplare)¹³⁾. „Sonntag Aktuell“ wird inzwischen auch den Lesern der „Rheinpfalz“ geliefert. Diesem Konzept folgten weitere Zeitungsverlage im Bundesgebiet — so in Kassel und in Bremen, die eine für das ganze Verbreitungsgebiet einheitliche siebte Ausgabe im Abonnement liefern. 1985 er-

⁸⁾ Vgl. Walter J. Schütz: Deutsche Tagespresse 1985. In: „Media Perspektiven“, Heft 7/1985, S. 513 ff.

⁹⁾ Mit Ausnahme der Straßenverkaufszeitung „Bild“ waren das alle in Anm. 4 bezeichneten Zeitungen.

¹⁰⁾ Zahlenangaben dazu bieten Bernd-Peter Lange / Ulrich Pätzold: Medienatlas Nordrhein-Westfalen. Bochum 1983, S. 263 ff; vgl. auch Tabelle 91 der Materialien.

¹¹⁾ Der Zeitungsmantel umfaßt im wesentlichen den allgemeinen politischen Teil. Zum Begriff der Publizistischen Einheit vgl. Abschnitt D I 1.1.1 der Materialien.

¹²⁾ Vgl. „ZV + ZV“, Heft 19/1985, S. 13 sowie zur Verkaufsaufgabe Abschnitt D I 1.1.1 der Materialien und zu den Verbandserhebungen (deren Ergebnisse hier zur besseren Vergleichbarkeit der Zeiträume je auf 100 % hochgerechnet worden sind) den Anhang des vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger herausgegebenen Jahresberichtes 1984/1985.

¹³⁾ Zu den illustrierten Druckschriften mit redaktionellem Textteil, die einer Tageszeitung periodisch als sog. Supplement beigelegt werden, vgl. Abschnitt D I 1.1.3 der Materialien.

schienen 7,2% aller Tageszeitungen (1954: 0,4%) mit einer Verkaufsaufgabe von zusammen über 1 Mio. Stück siebenmal wöchentlich. Von daher sind die überregionalen Sonntagszeitungen zunehmendem — wenn auch örtlich begrenztem — Wettbewerb ausgesetzt.

1.2 Zeitschriften

Die Zeitschriften unterscheiden sich von den Zeitungen vor allem durch andere Anforderungen an Aktualität und Themenvielfalt, in der Regel auch durch andere Erscheinungsweise. Ihnen sind alle periodischen Druckwerke zugerechnet, die in der Absicht unbefristeten Erscheinens mit stetiger Stoffdarbietung nicht seltener als viermal jährlich herausgegeben werden, aber keine Zeitung (vgl. Ziffer 1.1) sind.

Die Zeitschriftenpresse entwickelt sich auf einer Vielzahl von Märkten mit je eigenen, zum Teil extrem unterschiedlichen Betätigungsbedingungen. Aussagen über die wirtschaftliche Situation dieses Presse-sektors, insbesondere auch über seine Wettbewerbsbedingungen, die sich auf jeden seiner Märkte uneingeschränkt anwenden ließen, sind kaum zu treffen. Die folgende Darstellung konzentriert sich auf belegbare Grundtrends in den Bereichen, die medienpolitisch besondere Aufmerksamkeit erfordern. Erhöhtes Interesse finden in der Öffentlichkeit hauptsächlich jene Sparten, deren Zeitschriften über das politisch relevante Geschehen für ein breiteres Publikum berichten, auf den lokalen/kleinregionalen Märkten also u. a. die Anzeigenblätter und auf den großräumigen Märkten vor allem die auflagenstarken unterhaltenden Zeitschriften. Zu den medienpolitisch besonders wichtigen Bereichen rechnet als wichtigstes Medium der Gruppenkommunikation auch die Fachpresse. Sie kann hier — trotz sehr enger Grenzen pauschaler Aussagen über heterogene Zeitschriftenmärkte — nur großgruppenweise angesprochen werden.

Die verbreitete, d. h. die verkaufte und die unentgeltlich abgegebene Auflage aller Zeitschriften belief sich im Jahresdurchschnitt 1983 auf 256 Mio. Stück im jeweiligen Erscheinungszeitraum (davon wurden 12,9 Mio. Stück¹⁴⁾ im Ausland verbreitet). Der Gesamtumsatz von 9,38 Mrd. DM wurde zu fast gleichen Teilen mit dem Verkauf der Zeitschriften (4,58 Mrd. DM) und mit Anzeigen (4,8 Mrd. DM) erzielt.

Eine erste Grobgliederung des statistisch erfaßten Zeitschriftenwesens nach den Kriterien der Verbreitungsart und der Erscheinenshäufigkeit vermittelt folgender Überblick, zu dem sich in den Materialien (unter Ziffer D I 1.2) weitere Einzelheiten finden:

Unter den von der Pressestatistik 1983 nachgewiesenen 6 702 Zeitschriften wurden 4 013 (59,9%) großräumig, d. h. vorwiegend in weiter Streuung außerhalb der Region des Erscheinensortes, verbreitet.

¹⁴⁾ Durchschnitt des vierten Quartals.

Von diesen überregionalen Titeln, zu denen als der Titelanzahl nach größte Sparten 2 573 Fachzeitschriften und 1 030 unterhaltende „Publikumszeitschriften“ zählten, erschienen 1 717 (42,8%) monatlich. Die pressestatistisch erfaßten Titel lokaler/regionaler Verbreitung dominierten dagegen unter den insgesamt 1 983 Periodika, deren wöchentliches Erscheinen eine aktuelle Berichterstattung erlaubte, mit einem Anteil von 1 583 (79,8%) dieser Zeitschriften¹⁵⁾.

1.2.1 Anzeigenblätter

Unter den Zeitschriften lokaler/regionaler Verbreitung erzielten die Anzeigenblätter die mit Abstand höchsten Auflagen und Umsätze. Die Pressestatistik 1983 erfaßt 669 lokale/regionale Anzeigenblätter mit 1 102 Ausgaben und einer jahresdurchschnittlichen Auflage von 39 Millionen; der Anzeigenumsatz betrug, bei nur geringfügigen atypischen Vertriebs Erlösen, 818 Mio. DM. Eine verlags-eigene Redaktion hatten 598 (89%) dieser Blätter. Rund zwei Drittel wurden wöchentlich oder häufiger verteilt. Die Schwankungsbreite der Titelaufgaben war noch größer als in der lokalen Tagespresse; sie reichte nach privaten Erhebungen von 1 400 bis über eine Mio. Exemplare¹⁶⁾.

Die wirtschaftliche Entwicklung der Anzeigenblätter nach 1977 war, insgesamt genommen, durch weitere Expansion und Festigung der Marktstellung gekennzeichnet. Dazu dürfte die Verstärkung des Engagements der örtlichen Tagespresse den Hauptbeitrag geleistet haben: Laut Sonderauswertung der Pressestatistik 1982 erschienen 1982 immerhin 270 (41%) der Anzeigenblätter mit 349 (33%) Ausgaben und 11,49 Mio. Stück (30%) Auflage in Unternehmen, die auch Zeitungen und Zeitschriften verlegen. Da die Pressestatistik rechtlich selbständige, aber wirtschaftlich abhängige Einheiten (z.B. Tochtergesellschaften) nicht zusammenfaßt, dürfte der Anteil der von Zeitungsverlagen kontrollierten Anzeigenblätter noch erheblich höher sein: Die Auflagenliste „Anzeigenblätter der Zeitungen (AdZ)“, die mit 431 Titeln keineswegs alle zeitungseigenen Blätter aufführt, meldet für Oktober 1984 rund 20,15 Millionen Auflage¹⁷⁾. Zum Einfluß der Anzeigenblätter auf die Vielfalt der Berichterstattung über das aktuelle lokale Geschehen vgl. Ziff. 7.1.

¹⁵⁾ Örtlich und kleinregional stößt man auf Titel, die nicht in die Pressestatistik eingehen, weil sie nicht gewerblich verlegt werden. Trotz beträchtlicher Titelanzahl (Schätzungen gehen bis zu 20 000 Titel) ist ihr wirtschaftliches Gewicht gering.

¹⁶⁾ Media-Daten Verbreitungsanalyse Anzeigenblätter 1982; zitiert nach Christa-Maria Ridder-Aab: Der Markt der Anzeigenblätter. In: „Media Perspektiven“, Heft 6/1982, S. 367. Die amtliche Pressestatistik bestätigt, bei allerdings anderer Gliederung des Zahlenmaterials, im wesentlichen die angegebene Streuung der Titelaufgaben; vgl. dazu die Sonderauswertung von Werner Taubert: Anzeigenblätter 1982. In: „Wirtschaft und Statistik“, Heft 9/1984, S. 789 f.

¹⁷⁾ Vgl. ZAW Jahrbuch „Werbung '85“. Bonn 1985, S. 138 ff.

1.2.2 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug

Die Datenquellen über diese Zeitschriften haben sich seit Einführung der Pressestatistik verbessert, ermöglichen aber noch kein vollständiges Bild. Die Pressestatistik 1983 erfaßt 105 Politische Wochenblätter lokaler/regionaler Verbreitung. Diese erzielten zusammen einen Jahresumsatz von 56 Mio. DM und eine Verkaufsauflage von 469 000 Stück. Dem stehen als Organe amtlicher Verlautbarungen gegenüber: u. a. 924 wöchentlich erscheinende Amtliche Blätter (von denen allerdings drei überregional verbreitet wurden) mit 89 Mio. DM Umsatz und rund 1,7 Mio. Stück Verkaufsauflage sowie 53 gratis verteilte kommunale Amtsblätter mit 0,4 Mio. Stück Auflage und 10,9 Mio. DM Umsatz¹⁸⁾. Ein großer Teil der lokalen Zeitschriften, vor allem Periodika für lokale Subregionen (Stadtviertel, Vororte, Trabantenstädte) einschließlich sog. Bürgerblätter sowie lokale Blätter der Vereine, Verbände und Parteien, aber auch Amts- und Gemeindeblätter, werden nicht von gewerblichen Unternehmen verlegt und deshalb von der Pressestatistik nicht erfaßt. Die über solche Zeitschriften, insbesondere über die sog. alternative Presse derzeit verfügbaren Zahlenangaben vermitteln Hinweise auf die in Betracht kommenden Größenordnungen. Demnach sind für die Alternativpresse, in der monatliches Erscheinen vorherrscht, eine dreistellige Titelanzahl und drei- bis fünfstelligen Verkaufsauflagen je Titel anzunehmen. Die Druckauflagen bewegten sich meistens zwischen 500 und 3 000 Stück; fünfstelligen Auflagen erreichten Blätter in den großen Ballungszentren, vor allem sog. Stadtmagazine und vergleichbare Periodika. Über die Gesamtauflagen finden sich nur Angaben, die mit erheblichen Unsicherheiten behaftet sind und nicht immer zwischen lokalen und überregionalen Periodika trennen; zudem gibt es fließende Übergänge zur herkömmlichen Zeitschriftenpresse. Die vorliegenden Daten sprechen für eine Gesamtauflage der lokalen Alternativpresse von über einer Million¹⁹⁾. Derzeit scheint die Entwicklung dieses Pressezweiges, der in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre rasch wuchs, in eine Phase überzugehen, in der vor allem bei den auflagenstärkeren Blättern die Bemühungen um Konsolidierung im Vordergrund stehen.

1.2.3 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Das Geschehen auf dem (überregionalen) Markt der unterhaltenden Publikumszeitschriften war im Berichtszeitraum vor allem dadurch geprägt, daß von fast allen Marktführern Unterhaltungszeitschriften neuartigen Typs gegründet wurden. Diese

Periodika zeichnen sich bei erheblich niedrigeren Verkaufspreisen und deutlich verbesserter Aktualität durch die Aufnahme von Darstellungsgegenständen aus, die früher meist in je eigenen Zeitschriftenparten behandelt wurden: Frauenthemen, Gesellschaftsberichte, Rundfunkprogramme, Ratgeber usw. Beispiele sind: die — zum Teil rundfunkprogrammbezogenen — Objekte „Auf einen Blick“, „Die Zwei“ und „Bildwoche“ sowie die — mehr Frauenthemen bietenden — Blätter „Bild der Frau“ und „die aktuelle“, von denen letztere schon seit 1979 auf dem Markt ist. Die Mehrzahl der Titel überlebte die Phase der Neugründung: jedenfalls insoweit erwies sich die Änderung der verlegerischen und redaktionellen Konzepte als erfolgreich. Die Auflagengewinne der Neuerscheinungen waren in traditionellen Sparten der unterhaltenden Publikumszeitschriften von Auflageverlusten schon länger bestehender Titel begleitet, die sich insbesondere bei den Rundfunkzeitschriften, aktuellen Illustrierten, Frauenzeitschriften und allen unterhaltenden Wochenblättern ergaben. Insgesamt hat sich jedoch die Verkaufsauflage dieses Pressesektors beträchtlich erhöht. Dabei gewannen in den überkommenen Sparten der hochauflagigen unterhaltenden Publikumszeitschriften bis 1983 die Niedrigpreiszeitschriften deutlich größere Marktanteile. Zugleich hatten insbesondere am Markt führende Zeitschriften, jedenfalls bei den Mengenumsätzen, Anteilsverluste hinzunehmen. Im Jahr 1984 waren solche Marktanteilsentwicklungen auch innerhalb des nach unten erweiterten und, wie gesagt, nun auch spartenübergreifenden Segments der Niedrigpreiszeitschriften zu beobachten. Auf diese Weise entfernten sich etwa Rundfunkzeitschriften niedrigerer Preisklassen wie „Funk Uhr“ und „Fernsehwoche“ weiter von der Untergrenze der wettbewerbserheblichen Vertriebspreisskala und büßten erheblich an Verkaufsauflage ein.

Einen statistischen Einblick in den Bereich der weit über 1 000 unterhaltenden Publikumszeitschriften vermitteln die Materialien unter Ziffer D I 1.2.4. An dieser Stelle können nur einige Trends in den Sparten mit besonders auflagestarken Titeln hervorgehoben werden.

Der Auflagenrückgang der wöchentlich erscheinenden, im gesamten Bundesgebiet verbreiteten vier aktuellen Illustrierten („stern“, „Bunte“, „Neue Revue“, „Quick“) setzte sich im Berichtszeitraum (1978 bis 1984) fort, ohne daß sich die Anteile der drei hier allein konkurrierenden Großverlage (Gruner + Jahr/Bertelsmann, Bauer, Burda) an diesem Markt entscheidend änderten. Die insgesamt verkaufte Auflage, die 1964 (bei damals fünf Titeln) 6,5 Millionen und 1977 noch 5,4 Millionen betragen hatte, sank bis Ende 1984 auf 4,6 Millionen; die Verkaufsauflage des schwächsten Objektes („Quick“) fiel auf deutlich unter eine Million Exemplare.

Die Mengenumsätze des Anzeigengeschäfts dagegen stiegen von 1976 bis 1980 überwiegend an, zum Teil sogar stürmisch, gingen dann allerdings 1981 und bis auf eine Ausnahme auch 1982 deutlich zurück und stabilisierten sich 1983 mit leichten Zunahmen bei zwei der vier Titel; 1984 erzielten alle

¹⁸⁾ Die Umsätze und Auflagen der sonstigen 123 Amtlichen Blätter, der 78 konfessionellen Zeitschriften, der 318 unterhaltenden Publikumszeitschriften und der 456 Verbandszeitschriften lokaler/regionaler Verbreitung, die die Pressestatistik 1983 ausweist, erscheinen nur in Zusammenfassung mit den Daten für die überregionalen Blätter.

¹⁹⁾ Quellenangaben in Abschnitt D I 1.2.3 (Anm. 19) der Materialien.

Illustrierten Mengenumsatzzuwächse, zwei sogar über 5%. Die größten Anzeigenmengeneinbußen hatte 1983 erneut der Marktführer („stern“) hinzunehmen, der jedoch andererseits den mit Abstand höchsten Anzeigenpreis je tausend Stück Verkaufsaufgabe forderte und weiterhin den umfangreichsten Anzeigenteil vorweisen konnte. Die Anzeigenerlöse der aktuellen Illustrierten zeigten langfristig, über mehr als zehn Jahre gesehen, einen positiven Grundtrend.

Dennoch und trotz gesunkener Verkaufsaufgaben waren gegen Ende des Berichtszeitraums die Erlösanteile des Vertriebsgeschäftes wegen der dort prozentual stärker angehobenen Preise höher und die Erlösrelation beider Geschäftszweige somit ausgeglichener als etwa Ende der sechziger Jahre²⁰⁾.

Die sechs wöchentlich erscheinenden ‚klassischen‘ Rundfunkprogrammzeitschriften²¹⁾ mit Verkaufsaufgaben zwischen einer und vier Millionen je Titel haben als Gruppe trotz der Programmsupplements der Tageszeitungen ihren Mengenumsatz bis zum Jahr 1983 sowohl im Vertriebs- als auch im Anzeigengeschäft etwas erhöhen können. Ihre Verkaufsaufgabe wuchs seit 1977, der letzten Bezugsperiode des Vorberichtes, von 13 Millionen — allerdings nicht ohne Schwankungen — noch bis Ende 1982 auf 14 Millionen, um dann jedoch zu sinken, vor allem im Jahr 1984, in dessen viertem Quartal die Verkaufsaufgabe noch 12,5 Millionen betrug. Die Anzeigenseitenzahl stieg von 1977 bis 1984 um 12,5%. Auf diesem Markt konkurrieren vier Unternehmen, darunter drei führende Großverlage (Springer, Bauer, Burda). Von diesen ließen zwei je eines der beiden besonders betroffenen alten Niedrigpreisobjekte („Funk Uhr“, „Fernsehwoche“) neben einer aufwendigeren eigenen Rundfunkprogrammzeitschrift erscheinen.

Die Marktpositionen der Wettbewerber haben sich, wenn man allein die herkömmlichen Rundfunkprogrammzeitschriften betrachtet, im Berichtszeitraum nicht schwerwiegend geändert. Gegenüber 1977 büßte auch hier der führende Titel („Hörzu“) im Vertriebs- und im Anzeigengeschäft Mengenvorsprünge ein. Gemessen an den prozentualen Mengenumsatzzuwächsen überstanden die beiden Niedrigpreiszeitschriften die schwierigen Jahre 1981 bis 1983 am besten, hatten dann aber — nach dem Marktdurchbruch der neuen spartenübergreifenden Blätter mit noch niedrigerem Vertriebspreis — hohe Auflagenverluste hinzunehmen. Berücksichtigt man auch den Ausgleich durch Auflagengewinne verlagseigener Blätter der letztgenannten Kategorie, dann scheint sich — soweit nach den Verkaufsaufgaben geurteilt werden darf — im spartenübergreifenden Endergebnis vor allem die Gesamtposition der Häuser Springer und Bauer bei

insgesamt verschärftem Wettbewerb gegenüber Dritten eher verbessert zu haben.

In den Jahren nach 1977 wurden in dieser Sparte, wie bei den aktuellen Illustrierten, die Vertriebspreise prozentual stärker als die Anzeigenpreise angehoben. Das könnte gemeinsam mit dem Wettbewerb der eingangs erwähnten Titel dazu beigetragen haben, daß die Verkaufsaufgabe sank.

Frauenzeitschriften lassen sich gegen Zeitschriften ‚benachbarter‘ Sparten, z. B. gegen Bunte Wochenblätter (von deren gesonderter Darstellung deshalb abgesehen wird), nicht eindeutig abgrenzen. Das erkennbare redaktionelle Programm ermöglicht keineswegs immer eine zweifelsfreie Unterscheidung. Dazu sind sowohl die Übergänge zwischen eindeutig zielgruppenspezifischen und lediglich zielgruppenrelevanten Themenbereichen (wie Familie, Erziehung, Gesundheit, Wohnen usw.) als auch deren Mischungsverhältnis zu fließend. Nach vorliegenden Untersuchungen haben Periodika, die im Wirtschaftsverkehr den Frauenzeitschriften zugerechnet werden, regelmäßig mehr als zwei Drittel weibliches Publikum²²⁾.

Im Berichtszeitraum (1978 bis 1984) gab es, je nach Abgrenzung, zwischen 20 und 50 Frauenzeitschriften großregionaler Verbreitung mit einer verkauften Gesamtauflage zwischen rd. 20 und 26 Millionen²³⁾. Die Marktentwicklung war gekennzeichnet durch verhältnismäßig viele gelungene bzw. weiterhin erfolgversprechende Einführungen neuer Titel. Diese Newcomer trugen entscheidend dazu bei, daß unter schwierigen gesamtwirtschaftlichen Bedingungen die Mengenumsätze sowohl im Vertriebs- als auch im Anzeigengeschäft im Gesamtergebnis beträchtlich stiegen, bei allerdings zum Teil gegensätzlichen Einzelentwicklungen — auch unter den altetablierten Titeln. An der Verkaufsaufgabe pro Erscheinstag waren die Neulinge 1984, je nach Abgrenzung, mit rd. 7 bis 10 Millionen beteiligt. Drei Viertel dieses Zugangs entfielen auf drei der vier führenden Großverlage, die damit ihren Anteil an den Frauenzeitschriften, insbesondere bei den auf-

22) Vgl. Monika Lindgens: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. In: „Media Perspektiven“, Heft 5/1982, S. 336 bis 348 (mit weiteren Literatur-Hinweisen) sowie Geert Zebothen: Frauenzeitschriften-Markt. In: „ZV + ZV“, Heft 45/1983, S. 1304 ff. Ferner Bodo Reymann/Klaus D. Stoffers: Boom bei den Publikumszeitschriften — der Frauenmarkt ist am expansivsten. In: „ZV + ZV“, Heft 44/1985, S. 23 bis 26.

23) Die Abgrenzung, auf der die niedrigeren Zahlen basieren, entspricht etwa der im Medienbericht 1978 benutzten (Drucksache 8/2264, S. 28 f.). Die höhere Gesamtauflage der weiteren Abgrenzung ergibt sich vor allem aus einbezogenen Auflagen der Wochenendpresse. Die Pressestatistik 1983 weist für Publikumszeitschriften der Sparte „Frauen, Familie, Mode, Wohnen“ eine Verkaufsaufgabe von 24,1 Mio. Exemplaren im IV. Quartal aus (Jahresumsatz: 1,24 Mrd. DM, davon 566 Mio. DM aus Anzeigen). Werden alle Bunten Wochenblätter, die gesamte sog. Yellow Press, den Frauenzeitschriften zugerechnet, ergeben sich nach Reymann/Stoffers (vgl. Anm. 22) für 1985 fast 30 Mio. Verkaufsaufgabe.

20) Vgl. „ZV + ZV“, Heft 9/1977, S. 376, Heft 9/1984, S. 285 und Heft 9/1985, S. 11 sowie Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): Jahrbuch zur Medienstatistik und Kommunikationspolitik 1982/83. Berlin 1985, S. 83 ff.

21) „Hörzu“, „TV Hören und Sehen“, „Funk Uhr“, „Fernsehwoche“, „Bild + Funk“, „Gong“.

lagenstarken wöchentlich erscheinenden Objekten, erheblich ausweiten konnten. Doch ist anzumerken, daß sowohl die Gesamtergebnisse aus den Auflagenentwicklungen der altetablierten und der hinzugekommenen Objekte als auch deren publizistische Charakteristika dafür sprechen, daß diese Zeitschriften nicht nur Anteile an bestehenden Märkten eroberten, sondern auch neue Märkte erschlossen. Die Auflagenverluste, die die älteren Objekte als Gruppe hinzunehmen hatten, erreichten keineswegs die gesamte Verkaufsauflage der neuen Titel. Die Anzeigenmengenumsätze der einzelnen Blätter folgten im Trend meist den Verkaufsauflagen. Die langfristige Entwicklung der Preise war im Vertriebs- und im Anzeigengeschäft durch relativ uneinheitliche Anhebungen gekennzeichnet.

1.2.4 Fachzeitschriften

Fachzeitschriften wenden sich vorwiegend an ein Publikum gleichen oder verwandten Berufs: Als maßgebliches Zielgruppenmerkmal wurde für knapp 80% der von der Pressestatistik 1983 erfaßten 2 862 Titel²⁴⁾ (Gesamtumsatz 2 Mrd. DM) der Beruf oder auch die Zugehörigkeit zu einer Tarifvertragspartei und für weitere 15% die — meist wohl zum Beruf hinzutretenden — Merkmale Vereinsmitgliedschaft oder Konfession genannt; Geschlecht oder Altersstufe der Leser sahen die meldenden Verlage nur bei insgesamt 15 Titeln (0,5%) als ausschlaggebend an.

Rund 90% der Fachzeitschriften in der Pressestatistik 1983 wurden überregional verbreitet. Dabei sind Erscheinensintervalle von einem Monat oder länger vorherrschend (Einzelheiten in den Materialien unter Ziffer D I 1.2.5). Die insgesamt verbreitete Auflage pro Nummer belief sich im vierten Quartal 1983 auf 47,3 Millionen, die Verkaufsauflage auf 40,1 Millionen und die unentgeltlich abgegebene Auflage mithin auf 7,2 Millionen. Die 1254 Zeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt erreichten an der Verkaufsauflage einen Anteil von 14% (5,5 Mio.). Ihr stark überproportionaler Anteil von 34% an der unentgeltlich abgegebenen Auflage ging zu annähernd vier Fünftel auf medizinische Zeitschriften zurück. Überdurchschnittlich hoch war auch der Auslandsanteil; er betrug hier 7,1% — gegenüber 2,2% bei den nicht-wissenschaftlichen Fachzeitschriften.

Von den 2,14 Mrd. DM Gesamtumsatz der Fachpresse, der wissenschaftlichen und der nicht-wissenschaftlichen Zeitschriften einschl. der Verbandspresse, im Jahre 1983 entfielen 1,21 Mrd. DM auf Anzeigen- und 0,93 Mrd. DM auf Vertriebslöse. Die wissenschaftlichen Zeitschriften waren am Ge-

samtumsatz 1983 mit 0,73 Mrd. DM beteiligt; ihre Anzeigenerlöse von 0,35 Mrd. DM wurden zu mehr als neun Zehnteln in den Sparten Medizin und Ingenieurwissenschaften erzielt, den alleinigen Sparten dieser Gruppe, in denen der Umsatzanteil der Vertriebslöse nicht weit überwog. Die 1608 nicht-wissenschaftlichen Fachzeitschriften erwirtschafteten rund 61% ihres Umsatzes von 1,41 Mrd. DM im Anzeigengeschäft, dessen Schwergewicht hier in den Sparten Handel und Dienstleistungen sowie Industrie und Handwerk lag.

Ein Teil vor allem der wissenschaftlichen Zeitschriften war von Sparmaßnahmen der öffentlichen Hand, insbesondere von Kürzungen oder Nichtanhebungen der Etats von Bibliotheken, betroffen. Außerdem waren im Anzeigengeschäft sinkende Zuwachsraten, zum Teil (vor allem bei nichtwissenschaftlichen Fachzeitschriften) sogar erhebliche Rückgänge zu verzeichnen; der Anzeigenerlösanteil verringerte sich. Als ein Sektor genommen, haben jedoch die Fachzeitschriften die gesamtwirtschaftlich schwierige Phase in der ersten Hälfte der achtziger Jahre mit weiterhin steigenden Umsätzen gut überstanden. Auch in den letzten Jahren waren entsprechend den sich neu herausbildenden Zielgruppen mit ausgeprägten Interessen an bestimmten Themen zahlreiche Neugründungen von Fachzeitschriften zu verzeichnen. Wie das Beispiel der sog. Computer-Zeitschriften, deren erster Titel 1978 auf dem deutschen Markt erschien, belegt, ergaben sich dabei manchmal Überschneidungen zu den „Hobby-“ oder „Special-Interest-Zeitschriften“ der unterhaltenden Presse, also zu Blättern, die im Unterschied zur typischen Fachzeitschrift am Kiosk erhältlich sind²⁵⁾.

2 Kooperationen in der periodischen Presse

Die folgenden Bemerkungen dienen der Aktualisierung von Zahlenangaben der auf den Seiten 47 ff. des Medienberichts 1978 gegebenen Darstellung, auf die im übrigen verwiesen wird.

Nach den Ergebnissen der Bundespressestatistik erhöhte sich von 1975 bis 1983 der Kooperationsgrad in der Abonnementtagespresse nur wenig. Von 309 Abonnementtageszeitungen hatten 1983 nicht weniger als 181 (58,6%) die redaktionelle Herstellung des Zeitungsmantels und 144 (46,6%) dessen Druck völlig auf Fremdbetriebe übertragen (zu denen statistisch allerdings auch rechtlich selbständige Verlagsdruckereien zählen). 1975 betrug der entsprechende Anteil 58,1% und 44,4%. Auch bei der technischen Herstellung des Lokalteils wurden in fast unverändertem Maße Fremdleistungen beansprucht; auf eigene Satzleistungen verzichteten 1975 22,2%, 1983 21,7% der Abonnementtageszeitungen, auf eigenen Druck 40,9% (1975) und 43,4% (1983).

²⁴⁾ Es kann davon ausgegangen werden, daß die Pressestatistik den verlagswirtschaftlich bedeutsamen Teil der Fachpresse repräsentativ erfaßt. Andererseits ist anzunehmen, daß ein erheblicher Teil vor allem der auflageschwachen Titel nicht gewerblich verlegt wird, also nicht in die Statistik eingeht. Zum Postzeitungsdienst waren am 1. Januar 1984 2 903 Fachzeitschriften zugelassen.

²⁵⁾ Neuere Daten zur Entwicklung dieses Zweiges im Branchen-Informationsdienst „text intern“, Nr. 89/1985, S. 20 bis 26 (ohne Verfasserangabe).

Die Anzahl der Zeitungen herausgebenden Verlagsbetriebe, die an Kooperationen beteiligt sind, die über die redaktionelle Zusammenarbeit und die Zugehörigkeit zu Anzeigenringen hinausgehen, sank von 1978 bis 1983 infolge von Fusionen und Zeitungseinstellungen von 228 auf 218 Partner, ihr relativer Anteil²⁶⁾ an der Zahl aller als Zeitungsherausgeber fungierenden Betriebe blieb jedoch mit rund 57% fast unverändert.

In den Auflagengrößenklassen unterhalb 50 000 Stück Verkaufsaufgabe waren 1983 laut Bundespressestatistik 209 von 232 Hauptausgaben (90,1%) der Abonnementtageszeitungen einer Anzeigengemeinschaft oder einem Anzeigenring angeschlossen; in den höheren Auflagengrößenklassen betrug dieser Anteil noch 58,4%, nämlich 45 von 77 Hauptausgaben. Gegenüber 1975 steigerte sich damit der Kooperationsgrad um 7,5 und 7,7 Prozentpunkte.

3 Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften

3.1 Einzelhandel

Nach der Einzelhandels-Strukturanalyse (EHAST-RA) des Verbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. (Grosso-Verband) wurden 1983 vom Presse-Grosshandel insgesamt 90 916 Einzelhändler (1970: 81 526; 1973: 83 922; 1978: 84 366; 1980: 85 736) beliefert, die sich auf folgende Sparten verteilen²⁷⁾:

	in % der Anzahl
Lebensmittel (unter 400 qm Verkaufsfläche)	25,5
Schreib- und Papierwaren	9,3
Gemischtwaren	7,5
Tankstellen	7,3
Tabakwaren	7,2
Trinkhallen	6,8
Supermärkte (über 400 qm)	5,2
Kioske	4,6
Gaststätten	4,4
Bäckereien	3,7
Buchhandlungen	2,2
ZZ-Fachgeschäfte/Pressezentren	1,9
Verbraucher- und Selbstbedienungsmärkte	1,9
Lotto/Toto-Annahmestellen	1,8
Kaufhäuser	1,6
Betriebe	1,0
Sonstige (unter 1% Einzelanteil)	8,4
	<u>100</u>

Die meisten der Verkaufsstellen, ca. 60 000 Betriebe, erzielten 1983 aus dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften nur unterdurchschnittliche Erlöse, nämlich Wochenumsätze unter 750 DM; über dem Durchschnitt von 783,60 DM Wochenumsatz lag rund ein Drittel der Verkaufsstellen. Spitzenumsätze von wöchentlich 6 000 DM und mehr erzielten 340 Verkaufsstellen (0,4%). Der Einzelhandel hatte es in der Regel mit nur einem Grossisten als Lieferanten zu tun; lediglich 8,1% der Einzelhändler, 7 393 Betriebe, waren Kunden von je zwei Pressegrossisten, von denen jedoch jeder für bestimmte Titel die ausschließliche Zuständigkeit besaß (vgl. Ziff. 3.2).

3.2 Großhandel

3.2.1 Strukturmerkmale

Im Großhandel mit Zeitungen und Zeitschriften waren 1983 insgesamt 83 Betriebe tätig, die zusammen rund 9 000 Personen beschäftigten und einen Jahresumsatz von 4,1 Mrd. DM erreichten (der sich 1984 trotz gestiegener Titellanzahl wegen des höheren Anteils der Niedrigpreisobjekte nicht änderte). Nach Angaben des Grosso-Verbandes umfaßte das Pressesortiment 1983 bundesweit ca. 2 000 Titel. 78 der Grosso-Betriebe (94%) hatten keine Kapitalbindung zu Großverlagen. Die Grosso-Betriebe waren auf ihrer Handelsstufe keinem Wettbewerb ausgesetzt; ihre Alleinanbieterstellung im Lieferbezirk erstreckte sich fast immer auf alle Titel (Objekte) und war nur in fünf Großstädten auf die Titel bestimmter Verlage beschränkt. Jeder Verlag gewährte dem Grossisten für dessen Lieferbezirk vertraglich Gebietsschutz und das Recht, unverkaufte Exemplare innerhalb bestimmter Fristen zurückzugeben (Remissionsrecht), verpflichtete den Grossisten andererseits aber darauf, nicht außerhalb des Vertragsgebietes tätig zu werden und zur Sicherung einer möglichst marktgerechten Belieferung bestimmten Dispositionen des Verlages nachzukommen. Dispositions- und Remissionsrecht prägten analog auch das Verhältnis von Grossist und Einzelhandel.

In Berlin, Hamburg und Saarbrücken waren und sind insgesamt vier Zeitungs- und Zeitschriften-großverlage, deren auflagestarke Titel über 60% des Grosso-Umsatzes auf sich vereinen, über beherrschte Gesellschaften an einem oder zweien dieser Plätze auch auf der Grosshandelsstufe tätig²⁸⁾.

tungen und Zeitschriften im Einzelhandel (Struktur und Organisation des Pressevertriebs; Teil 2) (Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 41), München 1985.

²⁶⁾ Auszählung aus: Walter J. Schütz: Die redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse 1983. In: „Media Perspektiven“, Heft 3/1983, S. 216 bis 228. Zur Entwicklung in den Jahren 1954 bis 1976 vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 47 (Tabelle B 36).

²⁷⁾ Geschäftsbericht 1984 des Verbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. (Köln), S. 67 f. und (zum Teil) eigene Errechnungen. Eine nähere Darstellung der Tätigkeitsbedingungen des Presse-einzelhandels, insbesondere im Verhältnis zum Großhandel, findet sich bei Peter Schwindt: Zei-

Dies hat dazu geführt, daß in jeder dieser Städte heute (1985) zwei Grossisten je bestimmte Titel vertreiben, dort also statt Gebiets- Objektrennung besteht²⁹⁾, und nur noch in Saarbrücken ein verlagsunabhängiger Grossist existiert.

über den Pressegroßhandel vertreiben die Verlage für den Einzelverkauf bestimmte Zeitungen und Zeitschriften. Der Anteil der Einzelverkaufsexemplare an der insgesamt verkauften Auflage hängt von der Art des Periodikums ab: So wurden 1983 fast 99 % der fünfmal wöchentlich oder häufiger erscheinenden Straßenverkaufszeitungen im Einzelverkauf und davon über 95 % mit Hilfe des Großhandels abgesetzt; es folgten die wöchentlichen unterhaltenden Publikumszeitschriften, die insgesamt rund drei Fünftel ihrer Verkaufsaufgabe nicht über Abonnements absetzten. Demgegenüber verkaufte die Abonnementtagespresse weniger als 10 % ihrer Auflage stückweise; in einzelnen Zeitschriftensparten, etwa bei konfessionellen Zeitschriften oder fachlichen Periodika, waren die Einzelverkaufsanteile noch geringer. Einzelheiten sind der Pressestatistik³⁰⁾ zu entnehmen.

3.2.2 Bedeutung für die Informationsvielfalt

Der Grossist ist ausschließlich Vertreiber und Händler der fertigen Presseerzeugnisse. Als Alleinvertreiber muß er alle Presseprodukte führen und darf aus subjektiven, politischen oder ethischen Motiven kein Objekt ausschließen. Zugleich dient der Alleinvertrieb der auch verfassungsmäßig verbürgten Freiheit des Verlegers, nach seiner Disposition die Wahl des Vertriebsweges und alle den Vertrieb betreffenden Gestaltungen zu bestimmen. Auf diesem Wege wird die organisatorische Voraussetzung dafür geschaffen, daß der Presseverleger sein Angebot nach Art der Titel und Anzahl der Stücke bis in den einzelnen Vertriebsbereich hinein nach eigenem Ermessen festlegen kann. Dem entspricht die Freistellung des Pressehandels vom Absatzrisiko durch die Verlage.

Das bestehende System des Pressevertriebs hat sich nach Auffassung der Bundesregierung in der Vergangenheit bewährt. Es trägt wesentlich dazu bei, die Vielfalt des Angebots zu sichern und auch den kleineren Verlagen und auflageschwächeren Presseprodukten bessere Marktzutrittschancen zu eröffnen. Wegen seiner pressepolitischen Vorteile bestehen auch in den anderen EG-Staaten ähnliche Vertriebssysteme.

²⁹⁾ Objektrennung gab es nach Auskunft des Verbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. (Köln) außerdem in Dortmund und Darmstadt. Vgl. dazu auch Peter Brummund: Der deutsche Zeitungs- und Zeitschriftengroßhandel (Struktur und Organisation des Pressevertriebs; Teil 1) (Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 40), München 1985, S. 386 ff; aktueller Wettbewerb bestand nach dieser Quelle noch im Großraum München und selbst dort nur am Rande der Sortimente, also unter Ausschluß der sog. Brotobjekte.

³⁰⁾ Statistisches Bundesamt, Wiesbaden (Hrsg.): Fachserie 11 „Bildung und Kultur“, Reihe 5 „Presse“.

3.2.3 Verfahren vor dem Europäischen Gerichtshof

Die EG-Kommission hat auf Beschwerde eines belgischen Einzelhändlers hin im Jahre 1983 gegen zehn deutsche Verlage ein Verfahren wegen Verletzung des Artikel 85 Abs. 1 des EWG-Vertrags eingeleitet. Nach dieser Vorschrift sind mit dem Gemeinsamen Markt inkompatibel und verboten alle Vereinbarungen zwischen den Unternehmen, die den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Einschränkung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken.

Nach Auffassung der EG-Kommission verstoßen die Zeitschriften-Verlage mit ihrem Vertriebssystem Pressegrasso gegen das Verbot

- der Einschränkung des Wettbewerbs und
- der Beeinträchtigung des Handels zwischen den Mitgliedstaaten.

Dieses Verfahren wird von der EG-Kommission wegen der Rücknahme der Beschwerde gegenwärtig nicht von Amts wegen fortgeführt. In dem Bescheid der EG-Kommission vom 30. März 1984 wird den deutschen Verlegern jedoch empfohlen, zur Vermeidung von Geldbußen ein freistellungsfähiges Vertriebssystem zu erarbeiten und anzumelden. Im Kern geht es dabei um den Wegfall der Gebiets- und Preisbindung für Presseerzeugnisse im grenzüberschreitenden Verkehr.

In seinem Urteil vom 3. Juli 1985 in der Rechtssache 243/83 zum Pressevertrieb in Belgien hat der Europäische Gerichtshof festgestellt, daß die Preisbindung für Presseerzeugnisse dem Kartellverbot des § 85 Abs. 1 EWG-Vertrag unterliegt. Das Gericht hat allerdings auf die Möglichkeit einer Freistellung nach Artikel 85 Abs. 3 EWG-Vertrag hingewiesen.

Die Bundesregierung ist der Auffassung, daß die Praxis des Pressevertriebs in der Bundesrepublik Deutschland den Wettbewerbsregeln des EWG-Vertrages entspricht. Die Erhaltung der Funktionsfähigkeit des Vertriebssystems liegt darüber hinaus im Interesse des Verbrauchers an einer vielfältigen Presselandschaft, die der verfassungsrechtlich garantierten Presse- und Informationsfreiheit Gehalt verleihen kann.

3.3 Verlags eigene Vertriebssysteme

3.3.1 Entwicklung im Berichtszeitraum

Die im Medienbericht 1974³¹⁾ gegebene Darstellung der Zustellorganisation bei den Abonnementtageszeitungen gilt im wesentlichen unverändert für den Berichtszeitraum. Bei den Zeitschriften spielten verlags eigene Organisationen zum Vertrieb (Zustellung) der Abonnentenexemplare vor allem in der konfessionellen Presse, daneben teilweise bei unterhaltenden Publikumszeitschriften (insbesondere

³¹⁾ Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 38 f.

Illustrierte, Magazine usw.) und bei Amtlichen Blättern, eine größere Rolle³²⁾.

3.3.2 Vertriebsfreiheit und Güterkraftverkehrsgesetz

Schwierigkeiten in der Praxis verlagseigenen Vertriebs hat im Berichtszeitraum die Frage bereitet, ob die Beförderung von Zeitungen und Zeitschriften generell den Bestimmungen des Güterkraftverkehrsgesetzes — GüKG — i. d. F. der Bekanntmachung vom 10. März 1983³³⁾ — unterliegt mit der Folge, daß der Vertrieb von Presseerzeugnissen mit Kraftfahrzeugen nur bei Vorhandensein der nach dem GüKG erforderlichen und nach dem Zweck dieses Gesetzes zahlenmäßig beschränkten Genehmigungen zulässig wäre. Das GüKG sieht eine ausdrückliche Herausnahme der Beförderung von Presseerzeugnissen aus der allgemeinen Genehmigungspflicht nämlich nicht vor.

Bereits das OLG Köln hat indessen mit Urteil vom 13. Dezember 1977³⁴⁾ die politischen Tageszeitungen aus dem Geltungsbereich des GüKG mit der Begründung herausgenommen, daß jedenfalls diese Zeitungen historisch dem Presserecht und nicht dem Güterkraftverkehrsrecht zuzuordnen seien.

Der aus den Verkehrsministerien des Bundes und der Länder gebildete Bund/Länder-Fachauschuß Güterkraftverkehr hat sich im Oktober 1984 der Auffassung des Bundesministers des Innern angeschlossen, daß auch der ungenehmigte Transport sog. Sonntagszeitungen unbeanstandet bleiben sollte, weil diese Zeitungen wegen ihres tagesaktuellen Bezugs als die siebente Ausgabe einer Tageszeitung zu betrachten seien.

Das Oberverwaltungsgericht Münster hat es mit — nicht rechtskräftigem — Urteil vom 24. Juli 1984³⁵⁾ abgelehnt, weitere Ausnahmen als die oben beschriebenen beim ungenehmigten Transport von Presseerzeugnissen zuzulassen. Das Gericht hat seine Rechtsauffassung damit begründet, das GüKG sei ein „allgemeines Gesetz“ i. S. von Artikel 5 Abs. 2

GG und schließe deshalb den Transport von Presseerzeugnissen und die hierfür erforderliche Genehmigungspflicht grundsätzlich ein.

Vom Ausgang des inzwischen beim Bundesverwaltungsgericht anhängigen Revisionsverfahrens wird es abhängen, ob die Rechtslage, wie sie sich im Lichte der Rechtsprechung bisher darstellt, unter dem Gesichtspunkt des den Vertrieb mitumfassenden Grundrechts der Pressefreiheit einer grundsätzlichen Überprüfung unterzogen werden muß.

3.4 Postzeitungsdienst

In einer einmaligen Strukturuntersuchung hatte die Gemeinsame Kommission Postzeitungsdienst — gebildet aus Vertretern der Deutschen Bundespost, des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger und des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels — die Inanspruchnahme des Postzeitungsdienstes durch die verschiedenen Periodikakategorien ermittelt und in ihrem Bericht vom 3. Dezember 1975 veröffentlicht³⁶⁾. Danach wurden von den auflagestärksten Kategorien folgende Anteile ihrer Druckauflage im Rahmen des Postzeitungsdienstes versandt³⁷⁾:

	in %
Vereins- und Verbandsblätter	83,5
Fachzeitschriften	50,8
Publikumszeitschriften	21,5
Tageszeitungen	8,9

Die Zahlen über die Postvertriebsstücke (von der Post zugestellte Zeitungs- und Zeitschriftenexemplare) ermöglichen eine Aussage, in welchem Umfang die verschiedenen Periodikakategorien durch die nicht kostendeckenden Postzeitungsgebühren begünstigt werden. Hier sind von 1973 bis 1984 die in der Tabelle der Postvertriebsstücke beschriebenen Veränderungen eingetreten:

Postvertriebsstücke im Jahr

	1973		1984		Veränderung 1984/1973	
	Mio. Stück	%	Mio. Stück	%	der Stückzahl in %	des %-Ant. an der Gesamtzahl in %-Punkten
Postzeitungsdienst insgesamt	1 199,5	100	1 577,1	100	+ 31,5	—
Vereins- und Verbandsblätter	221,7	18,5	360,7	22,9	+ 62,7	+ 4,4
Fachzeitschriften	250,5	20,9	338,9	21,5	+ 35,3	+ 0,6
Publikumszeitschriften	198,0	16,5	292,1	18,5	+ 47,5	+ 2,0
Tageszeitungen	317,8	26,5	297,6	18,9	- 6,4	- 7,6
Sonstige	211,5	17,6	287,8	18,2	+ 36,1	+ 0,6

³²⁾ Vgl. im einzelnen die in der Anm. 30 bezeichnete Pressestatistik.

³³⁾ BGBl. I, S. 256.

³⁴⁾ AfP 1978, 101.

³⁵⁾ DVBl. 1984, 1084.

³⁶⁾ Bericht der Gemeinsamen Kommission Postzeitungsdienst vom 3. Dezember 1975, S. 14 f.

³⁷⁾ Die Untersuchung, bezogen auf die Druckauflage, ist von der Deutschen Bundespost nicht fortgeschrieben worden. Die von der Kommission benutzten Kriterien

Der Anteil an der Gesamtzahl der Postvertriebsstücke für die vier genannten Periodikakategorien zusammen blieb mit 82,4% im Jahre 1973 und 81,8% im Jahre 1984 nahezu gleich. Zwischen den Kategorien ergaben sich jedoch Verschiebungen.

Aus der Tabelle der Postvertriebsstücke geht hervor, daß bei allen Zeitschriftenkategorien Verkehrszuwächse und Anteilserhöhungen zu verzeichnen sind. Dagegen weisen die Tageszeitungen einen Verkehrsrückgang auf. Diese Entwicklung erklärt sich daraus, daß die Deutsche Bundespost die bei Tageszeitungen gewohnte Frühzustellung nicht erreichen kann, wenn die Vertriebsstücke — etwa wegen eines späten Andrucktermins — erst nachts eingeliefert werden. In solchen Fällen kommt der Postzeitungsdienst als Vertriebsweg nur in Betracht, wenn sich der Abonnent mit einer späteren Zustellung begnügt.

Die Verkehrszunahme im Postzeitungsdienst betrug von 1977 bis 1981 jährlich durchschnittlich 4%. Sie ist seitdem aber zurückgegangen und betrug 1984 noch 0,6%. Somit ist eine rückläufige Tendenz erkennbar.

Die Bundesregierung hält den Postzeitungsdienst für ein unverzichtbares Instrument zur Gewährleistung des Pressevertriebs. Dies gilt einmal für die Nachrichtenpresse, d. h. für jenen Typus der politischen Zeitung, der nach allgemein anerkannter kommunikationswissenschaftlicher und pressestatistischer Abgrenzung Druckmedien kennzeichnet, deren Schwerpunkt bei der Übermittlung tagesaktueller Nachrichten aus einem weiten Themenkreis liegt. In gleicher Weise gilt dies aber auch für die Fachpresse, bei der die umfassende fachliche Berichterstattung als Gegenstand des Informationstransfers im Vordergrund steht. Die Unterstützung der Presse bei der Erfüllung wichtiger öffentlicher Aufgaben ist der eigentliche Legitimationskern des gebührenermäßigten Postzeitungsdienstes.

Der Ausgleich der Gebührenvergünstigungen im Postzeitungsdienst durch Einnahmen aus anderen Dienstzweigen wird zunehmend schwieriger. Zwischen der Deutschen Bundespost und den Verlegerverbänden wurde nach intensiven Beratungen in der Gemeinsamen Kommission Postzeitungsdienst bereits 1977 vereinbart, den damals bestehenden ungünstigen Kostendeckungsgrad von 34,7% mittelfristig bis 1985 durch regelmäßige Gebührenerhöhungen auf 50% zu verbessern. Dieses Ziel ist vorzeitig erreicht worden. Der Kostendeckungsgrad lag bereits 1984 bei 54,7%. Es gelang, die Kostenunterdeckung auf etwa 500 Mio. DM zu begrenzen.

Für 1984 und 1985 konnte auf Gebührenerhöhungen im Postzeitungsdienst verzichtet werden, da der Kostendeckungsgrad auch ohne Gebührenerhöhungen nicht unter die vereinbarte 50%-Marke absinken wird. Die Deutsche Bundespost und die vorge-

nannten Verlegerverbände stimmen jedoch darin überein, daß der Kostendeckungsgrad im Postzeitungsdienst bis 1995 weiter deutlich verbessert werden soll.

4 Buchhandel

Im Sinne des Artikels 5 Absatz 1 Satz 2 GG umfaßt der Begriff „Presse“ auch das Buch.

Der Buchhandel präsentiert sich in der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) in einer Vielzahl von Unternehmensgrößen und Programmbereichen. Er wird traditionell in den herstellenden Buchhandel (Verlage), den verbreitenden Buchhandel (Sortimenter und andere Einzelhändler) und den Zwischenbuchhandel (Kommissionäre, Barsortimenter, Grossisten) aufgeteilt; in der Praxis gibt es zahlreiche Mischformen, denen hier auch die Buchgemeinschaften zugerechnet werden.

Die Anzahl der lieferbaren Titel von Büchern in deutscher Sprache bewegte sich während des Berichtszeitraumes in der Größenordnung von grob 400 000 Titeln. Hinzu kam ein beträchtlicher, aber nicht zu beziffernder Anteil fremdsprachiger Literatur; sein Gewicht dürfte insbesondere beim Handel mit wissenschaftlichen Büchern zugenommen haben. Der Umfang der jährlichen Titelproduktion schwankte im letzten Jahrzehnt zwischen rund 43 600 (1975) und 67 200 (1980) und erreichte zuletzt 51 700 (1984). Die Titelproduktion ist damit nach wie vor die drittgrößte der Welt.

Für die Unternehmen des herstellenden Buchhandels ergibt sich nach der amtlichen Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 1982 ein Umsatz von 7,2 Mrd. DM (1976: 6,1 Mrd. DM), der durch 2 095 Verlagsunternehmen für Bücher (ohne Adreßbücher) sowie Fachzeitschriften (1976: 2 002) erzielt wurde. Von den Steuerpflichtigen im Bereich Buchverlag (ohne Adreßbücher und Fachzeitschriften) lagen 1982 rd. 42% unterhalb der Umsatzgrenze von 250 000 DM bei einer Gesamtzahl von 1 604 ausgewiesenen Firmen (250 000 DM — 1 Mio. DM = 26%, 1 Mio. DM — 100 Mio. DM und mehr = 32%). Den Schwerpunkt unter den Unternehmen des herstellenden Buchhandels bilden der Zahl nach gemäß den amtlichen Erhebungen die Klein- und Mittelbetriebe. Diese konnten sich relativ gut behaupten. Allerdings waren weiterhin Konzentrationsvorgänge zu verzeichnen³⁸⁾. Große Unternehmen haben ihre Kapazitäten erweitert. Die Chancen der kleineren Unternehmen liegen vor allem in der Spezialisierung.

Im verbreitenden Buchhandel waren 1985 rd. 3 900 Einzelhandelsunternehmen tätig; 1984 betrug der Gesamtumsatz rd. 7,9 Mrd. DM. Im Mittelpunkt stand der Sortimentsbuchhandel (60% der registrierten Einzelhandelsfirmen), daneben traten der Reisebuchhandel, der Versandbuchhandel, das Antiquariat u. a. als Anbieter in Erscheinung. Der Klein- und Mittelbetrieb spielt nach wie vor eine

und Abgrenzungen stimmen mit der Bundespressestatistik nicht überein. Die Deutsche Bundespost hat jedoch ihre Verkehrsstatistik nach den Kriterien der Kommission weitergeführt.

³⁸⁾ Amtliches Zahlenmaterial liegt hierzu nicht vor; vgl. auch Abschnitt G VII 4 dieses Berichtes.

bedeutende Rolle. Zwei Fünftel der Unternehmen erreichten 1982 Umsätze bis 250 000 DM, rd. 60% aller Unternehmen Umsätze bis 500 000 DM. Die wenigen „Außenseiter“ der Buchverwertung, z. B. Kaffeeröster, waren nach wie vor Einzelfälle; sie warfen für die Branche keine besonderen Probleme auf.

Über den Zwischenbuchhandel lagen der Bundesregierung nähere Zahlenangaben nicht vor. Dieser Handelsstufe wurden 1985 vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels 87 seiner Mitglieder zugerechnet.

Die sechs größeren Buchgemeinschaften in der Bundesrepublik Deutschland hatten 1984 einen Mitgliederbestand von 6,5 Mio. bei einem geschätzten Gesamtumsatz von 577 Mio. DM. 1984 betrug der jährliche Umsatz pro Mitglied zwischen 130 und 160 DM. Davon entfielen 60 — 70% auf Bücher.

Der grenzüberschreitende Austausch von „Gegenständen des Buchhandels“³⁹⁾ erreichte 1984 — einschließlich eines Anteils von 0,940 Mrd. DM für Zeitungen und Zeitschriften — einen Wert von 1,853 Mrd. DM (+10,5% zum Vorjahr) gegenüber einer Einfuhr von 749,6 Mio. DM (+12,5%) bei einem Gesamtumsatz von 2,603 Mrd. DM (+11,1%). Etwa jede zehnte der im Inland verlegten Veröffentlichungen wurde aus einer Fremdsprache übersetzt, davon fast zwei Drittel aus dem Englischen.

Ein besonders drängendes Problem für die Branche ist die technische Entwicklung auf dem Gebiet der Reprographie, die zu einem außerordentlichen Anstieg von Vervielfältigungen urheberrechtlich geschützter Texte zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch geführt hat. Am 23. Mai 1985 hat der Deutsche Bundestag ein von der Bundesregierung eingebrachtes Gesetz zur Änderung von Vorschriften auf dem Gebiet des Urheberrechts beschlossen; es soll die nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts gebotene wirtschaftliche Beteiligung der Urheber an der Nutzung ihrer Werke gewährleisten. Das Gesetz⁴⁰⁾ sieht für das Reprographieren urheberrechtlich geschützter Werke in dem genannten Bereich eine Vergütungspflicht vor.

Es ist ein Anliegen der Bundesregierung, daß auch das Buch in einer durch neue Medien veränderten Kommunikationslandschaft seinen Stellenwert als Kulturmedium behält. Der Buchhandel ist zuversichtlich, daß dies gelingt. Die neuen Medien bieten Ansätze zur Kooperation. Der Schulbuchsektor zieht Videokassetten und (in ersten Anfängen) Bildplatten für den Unterricht sowie Lernprogramme auf Disketten für den Mikro-Computer in der Schule als ergänzende Unterrichtsmittel in Betracht. Es ist auch bei Verlagen im Bereich Ratgeber, Sachbuch und Unterhaltung/Belletristik ein zunehmendes Engagement festzustellen, verlagseigene Videokassetten zu erstellen und zu vertrei-

ben⁴¹⁾. Die buchfreundliche Politik des Staates kommt durch das Preisbindungsprivileg⁴²⁾ und durch den halben Mehrwertsteuersatz für Verlags-erzeugnisse⁴³⁾ besonders wirksam zum Ausdruck. Die Preisbindung für Verlags-erzeugnisse dient dazu, das Buchwesen als Kulturbereich in seiner Angebotsvielfalt zu erhalten und vor allem dem kulturell ambitionierten oder fachlich schwierigen Buch einen Platz im Sortiment zu sichern. Die Bundesregierung hat im Hinblick auf die zur Zeit im europäischen Ausland laufende Diskussion ihre Auffassung bekräftigt, daß die Erhaltung des festen Ladenpreises für Verlags-erzeugnisse in der Bundesrepublik Deutschland zur Erhaltung der Literaturvielfalt unabdingbar ist. Die Fraktionen des Deutschen Bundestages haben sich dafür ausgesprochen, am System der Preisbindung für Verlags-erzeugnisse festzuhalten. Ohne Schutz durch die Preisbindung könnten Buchhandel und Verlags-gewerbe nicht an der Aufgabe mitwirken, die vielfältigen Gefahren von der Lesekultur abzuwenden. Dafür erwarte der Deutsche Bundestag, daß alle am Verlags- und Sortimentsbuchhandel Beteiligten ihrem besonderen kulturpolitischen Auftrag gerecht werden⁴⁴⁾.

5 Nachrichtenagenturen

Die eingehenderen Angaben im Vorbericht⁴⁵⁾ werden im folgenden aktualisiert. Soweit nicht anders angegeben, sind mit Nachrichtenagenturdiensten nur Dienste gemeint, deren Berichterstattung alle Lebensbereiche erfaßt.

5.1 Nachrichtendienste in deutscher Sprache

Für den Bereich der Tagespresse sind die Marktanteile der fünf Unternehmen, die allgemeine Nachrichtendienste in deutscher Sprache herausgeben, der Tabelle 53 im Abschnitt D der Materialien zu entnehmen. Wie häufig diese allgemeinen sowie einige andere Nachrichtenagenturdienste in den Redaktionen der Massenmedien mit den größten

⁴¹⁾ Vgl. auch Abschnitt D III dieses Berichts.

⁴²⁾ Vgl. § 16 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).

⁴³⁾ Vgl. § 12 Abs. 2 Nr. 6c Umsatzsteuergesetz (UStG).

⁴⁴⁾ Vgl. Antworten des Parlamentarischen Staatssekretärs beim Bundesminister für Wirtschaft, Dr. Rudolf Sprung, auf die Fragen des Abgeordneten Klaus Daweke vom 6. September 1984, Drucksache 10/2022; Rede von Bundeskanzler Helmut Kohl anlässlich der Eröffnung der Frankfurter Buchmesse am 2. Oktober 1984, abgedruckt in: „Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung“ Nr. 114 vom 5. Oktober 1984, S. 1013; vgl. auch Drucksache 10/2185 sowie Stenographischer Bericht der 99. Sitzung des Deutschen Bundestages vom 9. November 1984.

⁴⁵⁾ Vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 59 bis 63, sowie neben der dort bezeichneten Literatur ferner: Hansjoachim Höhne: — Nachrichtenangebot im Wandel. In: „Publizistik“, Heft 1/1980, S. 76 bis 86. — Nachrichten im Überfluß. In: „Media Perspektiven“, Heft 6/1981, S. 487 bis 493. — Report über Nachrichtenagenturen, Baden-Baden 1984.

³⁹⁾ Das sind Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Bilderbücher, Noten sowie kartographische Erzeugnisse.

⁴⁰⁾ Gesetz vom 24. Juni 1985, BGBl I, S. 1137. Einzelheiten dazu in Abschnitt G I dieses Berichtes.

Reichweiten anzutreffen sind, gibt Tabelle 54 im Abschnitt D der Materialien wieder.

Seit 1981 gibt die Nachrichtenagentur der Dritten Welt, der Inter Press Service (IPS), einen deutschsprachigen Dienst in Bonn heraus, der 1985 im Bundesgebiet 36 Bezieher (Medien und sonstige Organisationen) hatte. Der komplementäre Nachrichtendienst der Axel Springer Verlag AG, der Springer Auslandsdienst (SAD), wurde 1982 eingestellt. Der in Tabelle 54 im Abschnitt D der Materialien aufgeführte Springer Inlandsdienst (SD) wurde mit zwei Ausnahmen nur von Redaktionen des Springer-Konzerns bezogen.

5.2 Nachrichtendienste in fremder Sprache

Die allgemeinen Nachrichtendienste in fremder Sprache werden außerhalb des Agenturbereiches üblicherweise nur von auflagestarken Verlagen bzw. von Rundfunkanstalten abonniert. Ständig benutzt werden die internationalen Dienste der Nachrichtenagenturen The Associated Press (AP), United Press International (UPI — meist über dpa) und Reuter (rtr) einschließlich der anglo- und franco-phonischen Afrikadienste, des spanischen Lateinamerika-Dienstes und des arabisch-sprachigen Dienstes dieses Unternehmens, der französische internationale Dienst von AFP sowie — von einer Grenzlandzeitung — der von Ritzaus Büro (RB) herausgegebene dänische Nachrichtendienst.

Auf fremdsprachige Nachrichtendienste sind am stärksten die Nachrichtenagenturen selber angewiesen. So arbeitet dpa im Ausland mit mehr als 50 dortigen Agenturen zusammen und stützt sich zur Vervollständigung der von eigenen Korrespondenten — auf derart geebnetem Weg — hereinkommenden Auslandsmeldungen vor allem auf den Internationalen Nachrichtendienst ihrer Partneragentur UPI. Außerdem werden durch Funk verbreitete Meldungen ausländischer Agenturen regelmäßig aufgezeichnet und verwertet. ddp stützt sich seit 1984 bei der Auslandsberichterstattung auf den englischsprachigen Dienst der spanischen Agentur EFE.

5.3 Bild- und Filmberichterstattung

Gegenüber der Darstellung im Medienbericht 1978⁴⁶⁾ sind folgende Änderungen hervorzuheben:

Der dpa-Bilderdienst belieferte 1981 in der Tagespresse 114 Publizistische Einheiten über Bildfunk (Langwelle) und neun durch Postversand. Auf seinen Bildfunk waren neben Fernsehanstalten auch Illustrierte Wochenblätter und Magazine mit einer Auflage pro Erscheinungstag von zusammen über neun Millionen abonniert. Ein vergleichbarer inländischer Wettbewerber war weiterhin AP mit 53 Medien-Kunden für seinen Bild-Fax-Dienst.

Am 1. Januar 1985 hat AFP als dritte westliche Agentur einen weltweiten Bilderdienst aufgenommen. Diesen Dienst hat dpa abonniert, die mit AFP

auch über die — von anderen europäischen Bildagenturen 1984 gegründete — European Pressphoto Agency (EPA) kooperiert. Vor 1985 bezog dpa seine Bilder zum internationalen Geschehen von UPI, die jedoch 1984 ihren Weltbilderdienst an Reuter verkaufte. Reuter bietet den Medien in der Bundesrepublik Deutschland seit Sommer 1985 einen dritten Weltbilderdienst an.

5.4 Entwicklung und Struktur der deutschsprachigen Nachrichtenagenturdienste

Einen Überblick vermittelt der Medienbericht 1978⁴⁷⁾. Die seither eingetretenen Änderungen sind nicht so schwerwiegend, daß sie hier einer näheren Darstellung bedürften. Zu erwähnen ist jedoch die Neugründung der Nachrichtenagentur Deutscher Depeschendienst (ddp) als Aktiengesellschaft am 4. Mai 1983 in Hamburg. In ihrer vorherigen Rechtsform, als Gesellschaft mit beschränkter Haftung, hatte diese Agentur am 31. März 1983 Konkurs angemeldet. Das Gründungskapital der neuen Gesellschaft beträgt eine Million DM.

5.5 Medienpolitische Aspekte der Wettbewerbssituation

Die im internationalen Vergleich hohe Intensität des Wettbewerbs zwischen den Nachrichtenagenturen im Bundesgebiet spiegelt auch die weiterhin gewachsene Bereitschaft von Medienunternehmen, insbesondere von Tageszeitungsverlagen, sich mehrerer Agenturdienste zu bedienen. Unter den Publizistischen Einheiten der Tagespresse beschränkten sich 1983 lediglich 27,8% (35 von 126⁴⁸⁾) auf das Abonnement nur einer Nachrichtenagentur; 1975 hatte dieser Anteil noch 30,6% (37 von 121) betragen. Wie Tabelle 55 der Materialien vermuten läßt, dürfte der Aufwuchs der Publizistischen Einheiten (neben der anhaltend guten wirtschaftlichen Situation der Verlage) dazu beigetragen haben, die Informationsvermittlung auf mehr als nur eine Agentur zu stützen.

6 Wirtschaftliche Hilfen

6.1 ERP-Darlehen

Aus einem besonderen Presseprogramm, das aus Mitteln des ERP-Sondervermögens finanziert wird, werden seit dem Jahre 1968 zur Erhaltung der Vielfalt der Träger der Meinungsbildung Presseunternehmen zinsgünstige Darlehen gewährt. Antragsberechtigt sind kleine und mittlere Presseverlage, soweit ihre Zeitungen bzw. Zeitschriften überwiegend der politischen Bildung und Unterrichtung dienen, darüber hinaus auch verlagsfremde Druckereien, soweit sie für antragsberechtigte Presseverlage ständig Druckleistungen erbringen.

Bevorzugt berücksichtigt werden Presseverlage, deren Verkaufsaufgabe bei täglichem Erscheinen 80 000 Exemplare nicht überschreitet, sowie Kooperationen kleiner und mittlerer Presseunternehmen,

⁴⁷⁾ Drucksache 8/2264, S. 61 ff.

⁴⁸⁾ Hier einschließlich „Handelsblatt“.

⁴⁶⁾ Drucksache 8/2264, S. 61.

ERP-Darlehen nach Auflagengrößenklassen 1968 bis 1985

Verkaufslage von ... bis unter ...	Anzahl der Kredite		Darlehenssumme	
	absolut	in %	in 1000 DM	in %
bis 20 000	285	64,6	84 773	39,2
20 000— 40 000	79	17,9	70 110	32,4
40 000— 80 000	53	12,0	38 495	17,8
80 000—110 000	11	2,5	7 900	3,7
110 000—160 000	13	2,9	14 850	6,9
insgesamt ...	441	100	216 128	100

Quelle: eigene Ermittlungen

die geeignet sind, den Bestand an Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) zu erhalten⁴⁹⁾.

Die Darlehen werden gewährt für die auf lange Frist erforderliche anteilige Finanzierung

— technischer Einrichtungen zur Herstellung bzw. zum Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften sowie

— der hierfür notwendigen Baumaßnahmen.

Seit Aufnahme des ERP-Presssprogramms im Jahre 1968 sind bis Ende 1985 insgesamt 441 Darlehen im Gesamtbetrag von rd. 216,1 Mio. DM für Investitionen von insgesamt 604,0 Mio. DM bewilligt worden.

Eine Aufgliederung der bewilligten ERP-Darlehen nach der Auflagengrößenklasse der geförderten Presseorgane enthält die Tabelle der ERP-Darlehen. Ihr ist zu entnehmen, daß den bevorzugt zu fördernden Presseverlagen mit Verkaufsauflagen bis 80 000 Exemplaren 89,5% der Darlehenssumme bewilligt worden sind.

Die höchsten Anteile an der Bewilligungssumme von rund 216,1 Mio. DM entfallen auf Presseunternehmen der Länder Niedersachsen (24,6%), Baden-Württemberg (19,7%), Bayern (19,2%) und Nordrhein-Westfalen (14,3%); es folgen Schleswig-Holstein (8,3%) und Hessen (7,1%); Presseunternehmen in Hamburg, Bremen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland erreichten zusammen einen Anteil von 6,8%.

Der reale Jahreszinssatz für ERP-Pressedarlehen ist zuletzt am 18. März 1986 auf 5,5% verändert worden (für Vorhaben im Zonenrandgebiet 4,5%).

Im Haushaltsjahr 1984 sind ERP-Darlehen von insgesamt 22,3 Mio. DM und im Jahre 1985 von 16,0 Mio. DM an Presseunternehmen bewilligt worden. Gefördert wurden mit diesen Darlehen in erster Linie Modernisierungsvorhaben der Verlage im Bereich der technischen Herstellung. Die Einführung bzw. Weiterentwicklung der neuen Techniken zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit stand dabei im Mittelpunkt.

6.2 KW-Kredite

Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) fördert kleine und mittlere Zeitungsverlage im Rahmen ihrer Mittelstandsprogramme M I und M II. Die Darlehen waren am 17. März 1986 mit 5,75% p. a. (Festzinssatz) zu verzinsen; die Auszahlung belief sich auf 96%. Die Laufzeit betrug längstens zehn Jahre bei zwei tilgungsfreien Anlaufjahren.

6.3 Zinszuschüsse

Die am 9. Juli 1975 von der Bundesregierung beschlossene Sofortmaßnahme, kleinen und mittleren Tageszeitungsverlagen auf Antrag für eine Übergangszeit Zinszuschüsse zur Verbilligung von Krediten zu gewähren, wurde wie vorgesehen 1982 beendet⁵⁰⁾. Die Zuschüsse wurden bis zur Höhe von zwei Prozentpunkten und bis zur Dauer der ersten vier Jahre der Kreditlaufzeit gewährt. Die dafür aus dem Bundeshaushalt von 1975 bis 1982 gezahlten Mittel betragen insgesamt 2,9 Mio. DM. Begünstigt wurden die nach dem 9. Juli 1975 bis 30. Juni 1977 beantragten Kredite von 60,6 Mio. DM aus dem ERP-Pressprogramm und dem Mittelstandskreditprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau, über die auch die Zuschüsse abgewickelt wurden.

6.4 Gebührenvergünstigungen

Die Deutsche Bundespost räumt den Presseunternehmen Gebührenvergünstigungen im Postzeitungsdienst ein. Hierüber ist bereits unter Ziff. 3.4 berichtet worden.

Auch im Fernmeldewesen gelten Vorzugsregelungen der Presseunternehmen. So werden den Nachrichtenagenturen seit Jahren bei den Telegrafstromwegen bis 50 km Gebührenvergünstigungen in der Weise eingeräumt, daß hierfür nur die Hälfte der verordneten Gebührensätze erhoben wird, sofern diese Übertragungswege ausschließlich für die Übermittlung von Nachrichten für Zeitungsunternehmen, Rundfunkanstalten und Behörden benutzt werden. Auch bei Hauptanschlüssen für Direkttruf (mit Bitraten bis 300 bit/s) der Nachrichtenagentu-

⁴⁹⁾ Vgl. Richtlinie zur Gewährung von ERP-Darlehen vom 3. August 1982 (Bundesanzeiger Nr. 160 vom 31. August 1982).

⁵⁰⁾ Einzelheiten über die Bedingungen des Zinszuschußprogramms enthält der Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 66.

ren, die direkt oder über posteigene digitale Knoteneinrichtungen mit Hauptanschlüssen für Direkt- ruf von Zeitungsunternehmen, Rundfunkanstalten und Behörden verbunden sind, wird nur die Hälfte der monatlichen Grundgebühren erhoben; gleiches gilt für diejenigen Hauptanschlüsse für Direkt- ruf bei den genannten Institutionen, die dem Empfang von Nachrichten der Nachrichtenagenturen dienen. Ferner wird zukünftig bei Direkt- rufverbindungen der Nachrichtenagenturen die erfaßte gebühren- pflichtige Nutzungszeit um 240 Stunden vermindert, wenn nachgewiesen wird, daß diese Direkt- rufverbindungen ausschließlich für die Übermittlung von Nachrichten für Zeitungsunternehmen, Rundfunk- anstalten oder Behörden benutzt werden (die Gebüh- ren für die Mindestnutzungszeit sind immer zu entrichten).

Bei dem Errichten und Betreiben von Drahtfern- meldeanlagen sind die Nachrichtenagenturen von der Zahlung der Genehmigungsgebühren befreit, soweit posteigene Telegrafstromwege benutzt werden und alle auf einem Grundstück vorhande- nen Betriebsstellen sich bei Zeitungsunternehmen, Rundfunkanstalten, Behörden oder Nachrichten- agenturen befinden. Wenn nicht ausschließlich posteigene Telegrafstromwege verwendet wer- den, trägt die Gebühr die Hälfte der verordneten Gebühr.

7 Pressefreiheit

7.1 Pressevielfalt in der Bundesrepublik Deutschland

Im Bericht 1978 hat die Bundesregierung festge- stellt, daß das Pressewesen in der Bundesrepublik Deutschland durch die Vielzahl unterschiedlicher Presseerzeugnisse eine ausreichende Fülle von Auswahlmöglichkeiten biete; dies gelte jedenfalls, sofern in diese Beurteilung entsprechend dem Arti- kel 5 GG zugrundeliegenden weiten Pressebegriff sämtliche periodischen und auch die nicht peri- odisch erscheinenden Druckwerke einbezogen und neben den Tageszeitungen auch die vielfältigen Ange- bote an Zeitschriften aller Art und sogenannten lokalen oder regionalen Periodika mit informati- schem Inhalt — unbeschadet der ihnen eigenen thematischen Beschränkung — berücksichtigt wer- den.

Gegenüber dieser Einschätzung aus dem Jahre 1978 hat sich im Berichtszeitraum nichts geändert. Auch heute weist die Presse in der Bundesrepublik Deutschland ein außerordentlich vielfältiges Ange- bot auf. Die Zahl der Vollredaktionen (Publizisti- sche Einheiten) von Tageszeitungen hat sich von 119 im Jahre 1978 auf 126 im Jahre 1985 erhöht. Neugründungen von Tageszeitungen und Wochen- blättern sind hinzugekommen. Die unterhaltenden Publikumszeitschriften haben ihre Titelpalette er- weitert. Der Markt der Anzeigenblätter ist weiter gewachsen und kann als inzwischen gefestigter Be- standteil der Presse betrachtet werden; der redak- tionelle Teil in den Anzeigenblättern hat sich weiter entwickelt. Allerdings sind hierbei die quantitativen Schranken zu beachten, die die Rechtsprechung

zum Schutz der Tagespresse dem redaktionellen Teil der Anzeigenblätter gezogen hat⁵¹⁾.

Diese Beschränkungen gestatten es nicht, bei der Beurteilung der bestehenden Presse- und Mei- nungsvielfalt die Anzeigenblätter gegenüber der Tagespresse gleich zu gewichten.

Als Ganzes genommen haben sich die Konzentra- tionsbewegungen in der Presse stark verlangsamt. Die externe Pluralität des Pressewesens ist gewähr- leistet.

Diese zunächst zusammengefaßten und insgesamt zutreffenden Aussagen bedürfen allerdings einer nach räumlichen und zeitlichen Abgrenzungsmerk- malen differenzierenden Betrachtung. Diese ergibt für die Angebotsvielfalt unterschiedlicher Meinun- gen:

Meinungen über Themen von großregionaler/natio- naler Bedeutung werden je nach deren Dauerhaf- tigkeit im Zusammenwirken von Zeitungen, Zeit- schriften und Büchern (Broschüren) regelmäßig in einem breiten Spektrum dargeboten. Hier ergeben sich für den Interessierten Engpässe eher aus der Höhe des erforderlichen Selektionsaufwandes, denn aus einem Mangel an erreichbaren Meinun- gen.

Anders stellt sich unvermeidlicherweise die Situa- tion bei den Themen dar, die nur lokal/kleinregio- nal und nur auf kurze Zeit Interesse beanspruchen können. Als Träger gedruckter Meinungsäußerun- gen kommen hier wegen der Beschränkungen, den- nen die Diskussion nach Teilnehmerzahl und Ab- wicklungsdauer unterliegt, meist nur aktuelle Fo- rumsmedien in Betracht. Ihre Anzahl am Ort ist funktionsbedingt eng begrenzt. Sie beträgt außer- halb der Ballungszentren nur selten mehr als drei, wenn solche Organe auch noch die Bedingung erfül- len sollen, voneinander unabhängig zu sein.

Als mit Abstand wichtigste Foren für Meinungsäu- ßerungen über lokale Angelegenheiten fungieren unverändert die örtlichen Tageszeitungen. Sie wer- den, primär in den lokalen Subregionen (Stadttei- len, Unterbezirken usw.), ergänzt durch Anzeigen- blätter und — vor allem in Städten — durch Organe der Alternativpresse sowie durch herkömmliche poli- tische Wochenblätter lokaler/regionaler Verbrei- tung. Weder die Anzeigenblätter noch die Organe der Alternativpresse erreichen — trotz ihrer insge- samt wesentlich höheren Erscheinensauflage⁵²⁾ — auch nur annähernd das publizistische Gewicht der örtlichen Tageszeitung. Dennoch können solche Blätter hinsichtlich einer möglichst umfassenden

⁵¹⁾ Vgl. OLG Hamm vom 24. März 1984, AfP 1984, 164; OLG Nürnberg vom 5. Juni 1984, AfP 1984, 167; LG Münster vom 19. Januar 1984, AfP 1984, 170.

⁵²⁾ Die Auflage pro Erscheinungstag war 1983 bei den (in der Regel wöchentlich herauskommenden) Anzeigen- blättern mit über 39 Mio. Exemplaren fast doppelt so hoch wie die Verkaufsaufgabe der Tagespresse (21,2 Mio.). Für die (meist monatlich erscheinende) Alterna- tivpresse wurde 1981 eine Gesamtauflage von 1,6 Mio. angegeben (Quellenangabe in Abschnitt D I 1.2.2 der Materialien).

Behandlung lokaler Themen eine nützliche Ergänzung zur Tagespresse bilden, die deren Lokalberichterstattung schon aufgrund latenter publizistischer Konkurrenz zu größerer Vielfalt drängen. Diese Wirkung ist um so erwünschter, als der Bevölkerungsteil, der sich über das Lokalgeschehen nur aus einer Tageszeitung regelmäßig informieren kann, von 1976 bis 1985 weiterhin gewachsen ist, von 20,1 Millionen oder 32,7% der Gesamtbevölkerung auf 22 Millionen (35,9%). Der Vielfaltseffekt ist allerdings nur dann ungeschmälert zu erwarten, wenn die über das Ortsgeschehen berichtenden Blätter voneinander unabhängig sind. Im Verhältnis von Tageszeitungen und Anzeigenblättern ist dies keineswegs die Regel. Nach Verbandsangaben waren 1982 von insgesamt 676 erfaßten Anzeigenblättern über 500 im Besitz von Zeitungen⁵³). Die Alternativpresse scheint sich derzeit eher rückläufig zu entwickeln; da die Pressestatistik nur Gewerbebetriebe erfassen kann, liegt umfassendes aktuelles Zahlenmaterial hierzu nicht vor. Die herkömmliche politische Wochenpresse lokaler/regionaler Verbreitung fällt, gemessen an der Höhe ihrer Verkaufsauflage (1983: rd. 469 000), ebenfalls nicht sehr stark ins Gewicht.

In den Ballungszentren könnte in absehbarer Zukunft der lokale Rundfunk ein Mehr an wettbewerbsgestützter Vielfalt der Berichterstattung zum örtlichen Geschehen bringen. Da selbst in diesen Räumen der externen Pluralität in der regelmäßigen aktuellen Lokalberichterstattung enge medienökonomische Grenzen gesetzt sind, die vor allem den Wettbewerb innerhalb desselben Mediums einschränken, gewinnt unter dem Vielfaltsaspekt die Frage lokaler intermediärer Verflechtungen auch hier zusätzliches Gewicht.

7.2 Innere Pressefreiheit

7.2.1 Verzicht auf gesetzliche Regelungen

Nachdem die sozial-liberale Bundesregierung in der Regierungserklärung von 1976 noch die Vorlage einer rahmengesetzlichen Regelung zur inneren Pressefreiheit für den Fall angekündigt hatte, daß sich die Verbände im Pressebereich bis zur Mitte der Legislaturperiode nicht auf eine vertragliche Regelung verständigen könnten, hat der damalige Bundesminister des Innern, Gerhart Rudolf Baum, am 27. April 1979 vor dem Deutschen Bundestag erklärt, die Bundesregierung sehe eine gesetzliche Lösung gegenwärtig nicht als geeignetes Instrument für die Abgrenzung der Kompetenzen zwischen Verlegern und Redakteuren an. Die Bundesregierung hatte daraufhin in der Regierungserklärung von 1980 auf die erneute Ankündigung einer gesetzlichen Regelung der „inneren Pressefreiheit“ verzichtet. Diesem Verzicht lag neben politischen Erwägungen auch die Einsicht zugrunde, daß die in Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG garantierte Pressefreiheit nur eine stark eingeschränkte gesetzliche Re-

gelung zulassen würde, alle weitergehenden Lösungsvorschläge — insbesondere solche hinsichtlich echter Mitbestimmung der Mitarbeiter in Redaktionen bei der Änderung der publizistischen Haltung einer Zeitung oder Zeitschrift, bei der Berufung und Entlassung von Chefredakteuren, der Umsetzung von Redakteuren, der Aufstellung des Redaktionsetats oder sonstiger Maßnahmen zur Ausfüllung des sog. „tendenzgeschützten Raums“ — aber mit einem verfassungsrechtlichen Risiko behaftet wären.

Die Bundesregierung teilt diese Auffassung auch heute noch. Sie ist außerdem der Meinung, daß jeder staatlichen Regelung im Pressebereich die Eigenverantwortlichkeit von Verlegern und Redakteuren vorzuziehen ist.

In seiner Entscheidung zum Tendenzschutz⁵⁴) hat das Bundesverfassungsgericht zwar die Frage dahingestellt sein lassen, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang den Redakteuren ein Mitbestimmungsrecht zukommen kann; das Verhältnis zwischen Verleger einerseits und Redakteuren oder Journalisten andererseits war seinerzeit nicht Gegenstand des Verfahrens vor dem Bundesverfassungsgericht. Im Lichte des inzwischen reichhaltigen wissenschaftlichen Fachschrifttums zur „Inneren Pressefreiheit“ bestehen aber erhebliche Bedenken dagegen, dem Redakteur im Innenverhältnis zwischen Verleger und Redakteur bei der Wahrnehmung pressemäßiger Aufgaben das Grundrecht der Pressefreiheit zuzuordnen. Der Redakteur nimmt zwar im Verhältnis zu Dritten, insbesondere zum Staat, an der grundrechtlich geschützten Pressefreiheit teil. Im Innenverhältnis steht der Redakteur jedoch nicht in grundrechtstypischer Distanz zum Verleger. Hier stehen dem Redakteur zwar das Persönlichkeitsrecht (Artikel 2 Abs. 1 i. V. m. Artikel 1 Abs. 1 GG) und die Gewissensfreiheit (Artikel 4 Abs. 1 GG) zur Seite; die Annahme eines gegen den Verleger gewendeten Rechts der Pressefreiheit wäre dagegen bedenklich. Auch das Sozialstaatsprinzip nach Artikel 20 Abs. 1 GG kann insoweit zu keinem anderen Ergebnis führen. Es kommt als Schranke der Pressefreiheit des Verlegers nicht in Betracht⁵⁵).

7.2.2 Redaktionsstatuten

Die auf vertraglicher Grundlage beruhende Statutenbewegung innerhalb der Presse ist, soweit ersichtlich, gegenüber der Darstellung des Berichts 1978 nicht wesentlich verändert. Es wurden zwar zahlreiche Neufassungen von Statuten vereinbart, jedoch überwiegend ohne wesentliche Inhaltsänderungen.

15 Jahre nach Unterzeichnung der ersten Redaktionsstatuten wurde untersucht⁵⁶), wo heute noch

⁵⁴) BVerfGE 52, 283.

⁵⁵) BVerfGE 52, 283 (298).

⁵⁶) Christina Holtz-Bacha: Redaktionsstatuten 1985. Gutachten, erstattet im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (bisher unveröffentlicht).

⁵³) Vgl. ZAW Jahrbücher „Werbung '82“, S. 110 f. und „Werbung '83“, S. 123 f. sowie Abschnitt D I 1.2.1 des Berichtsteils mit weiteren Nachweisen.

Statuten bestehen, wie die Erfahrungen mit solchen freiwilligen Vereinbarungen sind, die den Redakteuren Mitsprache- und Mitwirkungsrechte in redaktionellen, personellen oder auch wirtschaftlichen Fragen einräumen sollen.

In der Tagespresse gibt es zur Zeit neun Redaktionsstatuten, drei bei Wochenzeitungen und Zeitschriften. Bei fast allen Rundfunkanstalten bestehen Regelungen für die Zusammenarbeit, haben sich Redakteurausschüsse konstituiert; zum Teil sitzen Vertreter der Beschäftigten in den Aufsichtsgremien. Zwei Anstalten haben Statuten, die von Intendant und Redakteursvertretung unterzeichnet sind.

7.3 Selbstkontrolle der Presse

7.3.1 Pressefreiheit und Sorgfaltspflicht der Presse

Die Bundesrepublik Deutschland besitzt unter der Geltung des Grundgesetzes die in der deutschen Geschichte freiheitlichsten Regelungen im Pressewesen; dies gilt auch im Verhältnis zu einer ganzen Reihe anderer Staaten⁵⁷⁾. Die Wertprägung, die die Pressefreiheit erfahren hat, ist maßgeblich durch die ständige Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts mitgestaltet worden. Die Presse ist neben dem Rundfunk das wichtigste Instrument für die Bildung öffentlicher Meinung, sie ist für die moderne Demokratie unentbehrlich, sie ist zugleich ein ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung.

Schon frühzeitig hat daher das Bundesverfassungsgericht darauf hingewiesen, daß mit der Pressefreiheit auch Pflichten einhergehen; sie müssen um so ernster genommen werden, je höher man das Grundrecht der Pressefreiheit für den Bestand einer freiheitlichen Demokratie einschätzt. Es handelt sich hierbei vor allem um die journalistischen Sorgfaltspflichten, die in den Landespressegetzen zur Rechtsnorm erhoben worden sind, aber wegen ihres der rechtlichen Sanktion weitgehend enthobenen Charakters der Selbstkontrolle der Presse bedürfen: die Pflicht zur Wahrheit der Berichterstattung und die Pflicht, Nachrichten und Behauptungen, die die Presse weitergibt, vor der Weitergabe auf den Wahrheitsgehalt zu prüfen⁵⁸⁾. Unrichtige Information ist unter dem Blickwinkel der Meinungsfreiheit kein schützenswertes Gut⁵⁹⁾; die Verbreitung bewußt unwahrer Tatsachenbehauptungen ist durch Artikel 5 Abs. 1 GG nicht geschützt; gleiches gilt für unrichtige Zitate⁶⁰⁾.

Der Pflicht zur Wahrheit der Berichterstattung kommt vor allem auch deshalb besondere Bedeutung zu, weil häufig schon die Tatsache, daß be-

stimmte Vorgänge veröffentlicht sind und ihnen ein bestimmter Stellenwert in der Berichterstattung zugemessen wird, geeignet ist, die Qualität des historischen Vorgangs selbst im Bewußtsein der Bevölkerung zu verändern, denn mit der Veröffentlichung in den Medien wirkt der Vorgang auf die Meinungsbildung der Bevölkerung in besonderer Weise ein. Die angesichts der täglichen Informationsflut unausweichliche Nachrichtenselektion, die von den Medien getroffen werden muß, bestimmt weitgehend, was und unter welchen Umständen als bedeutsamer Vorgang öffentlich diskutiert wird. Mit der Auswahl und Gewichtung von Nachrichten übernehmen die Medien eine große Verantwortung.

7.3.2 Selbstkontrollorgan Deutscher Presserat

Da in einem freiheitlichen Rechtsstaat die Presse weder unmittelbar noch nur mittelbar vom Staat gelenkt oder reglementiert werden darf, andererseits auch die Medien als wesentliche Faktoren der „Meinungsmacht“ der Kontrolle durch sich selbst bedürfen, hat die Bundesregierung die auf der Sitzung des Deutschen Presserates am 2./3. Dezember 1981 eingetretene mehrjährige Funktionsunfähigkeit dieses Organs der freiwilligen Selbstkontrolle der Presse zutiefst bedauert. Das vordringliche Interesse des Staates an der Gewährleistung der Institution des Deutschen Presserates dokumentiert sich insbesondere auch darin, daß der Bund aufgrund des von allen damals im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien beschlossenen Gesetzes zur Gewährleistung der Unabhängigkeit des vom Deutschen Presserat eingesetzten Beschwerdeausschusses vom 18. August 1976⁶¹⁾ eine finanzielle Hilfe gewährt. Diese soll den Deutschen Presserat in seinem Bemühen unterstützen, die von ihm aufgestellten und ständig weiter zu entwickelnden „Publizistischen Grundsätze (Pressekodex)“ als Regeln zur Wahrung journalistischer Berufsethik gegenüber allen Presseorganen durchzusetzen und auf diese Weise stets für die Einhaltung von Fairneß, Sorgfaltspflicht und Verantwortung in der Presse einzustehen.

Die Bundesregierung hat es daher begrüßt, daß es den Trägerorganisationen des Deutschen Presserates nach mehrjährigen Verhandlungen gelungen ist, die Rechtsverhältnisse des Deutschen Presserates wie seines Beschwerdeausschusses durch die am 25. Februar 1985 in Bonn beschlossene Satzung für den „Trägerverein des Deutschen Presserates e.V.“ auf eine neue Grundlage zu stellen. Auch das Gremium „Deutscher Presserat“ des Trägervereins des Deutschen Presserates e.V. hat sich am 18. Dezember 1985 mit seinem Beschwerdeausschuß in Bonn neu konstituiert und unverzüglich seine Arbeit aufgenommen.

Eine stärkere Effektivität der Selbstkontrolle der Presse hält die Bundesregierung auch schon deshalb für wünschenswert, weil es nicht Sache des Gesetzgebers sein kann, notwendige Korrekturen

⁵⁷⁾ Vgl. The World Press Freedom Review. In: „IPI-Report“, 31. Jahrgang 1982/Nr. 1.

⁵⁸⁾ BVerfGE 12, 113 (130).

⁵⁹⁾ BVerfGE 54, 208 (219).

⁶⁰⁾ BVerfGE 61, 1 (8).

⁶¹⁾ BGBl. I, S. 2215.

bei der Verletzung journalistischer Fairneß und Sorgfalt in dem der Rechtsordnung vorgelagerten berufsethischen Bereich selbst herbeizuführen. Außerdem hält die Bundesregierung eine gesetzliche Fundierung der Kontrolltätigkeit des Deutschen Presserates mit der gleichzeitigen Verleihung von Zwangsbefugnissen, wie sie wiederholt öffentlich gefordert worden ist, für unvereinbar mit dem Wesen der Pressefreiheit; dies käme letztlich einer mit staatlichen Machtbefugnissen ausgestatteten Ständegerichtbarkeit der Presse gleich; eine solche verbietet sich aber verfassungsrechtlich von selbst.

7.4 Pressefreiheit und Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe

7.4.1 Gerichtsentscheidungen zum Druckerstreik 1978

Die Frage, ob durch Arbeitskämpfe im Druckerei- und Presseverlagsgewerbe die Presse- und Informationsfreiheit (Artikel 5 Abs. 1 GG) verletzt werde, ist schon im Medienbericht 1978⁶²⁾ erörtert worden. Seinerzeit lag ein Urteil des Bundesgerichtshofs vom 19. Januar 1978 vor, demzufolge ein Lohnstreik gegen Zeitungsbetriebe nicht schlechthin das Grundrecht der Pressefreiheit verletze, sondern grundsätzlich zulässig sei. Der BGH hat allerdings in diesem Urteil nicht ausgeschlossen, daß im Einzelfall einer Arbeitskämpfmaßnahme nach Ausmaß, Dauer, Form oder Zielrichtung die Einrichtung der freien Presse nicht nur in einer Randzone, sondern in ihrem Kern treffen könne — etwa wenn die Presse einer bestimmten politischen Richtung getroffen werden solle — und alsdann unzulässig werde. In der Zwischenzeit hat das Bundesarbeitsgericht in mehreren Entscheidungen⁶³⁾ zu Arbeitskämpfen Stellung genommen, die in der Druckindustrie im Jahr 1978 stattgefunden haben. Das Bundesarbeitsgericht bringt unter Hinweis auf die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zum Ausdruck, daß die ungehinderte Information der Bürger durch eine freie Presse für die moderne Demokratie unentbehrlich sei; darüber hinaus gewährleiste Artikel 5 Abs. 1 GG, daß die Presse nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen und in privatrechtlichen Organisationsformen arbeiten könne. Aus letzterem folge, daß auch die Presse dem durch Artikel 9 Abs. 3 GG garantierten tarifautonomen Lohnfindungsprozeß unterliege.

Hiernach stellt der Arbeitskampf als ultima ratio auch im Pressebereich eine notwendige Hilfseinrichtung der Tarifautonomie dar und ist damit zulässig. In Konsequenz dessen zieht das Bundesarbeitsgericht die Rechtmäßigkeit der Streikmaßnahmen im Druckereigewerbe nicht in Zweifel; die von der Arbeitgeberseite verhängte bundesweite unbefristete Aussperrung sämtlicher Arbeitnehmer der Druckindustrie erklärte das Bundesarbeitsgericht dagegen für rechtswidrig, weil die Aussperrung gegen das Übermaßverbot verstoßen habe. Für rechts-

widrig wurden auch Aussperrungen in der Druckindustrie erklärt, die gezielt nur Gewerkschaftsmitglieder erfaßten.

7.4.2 Druckerstreik 1984

Der über 13 Wochen andauernde Arbeitskampf im Druckereigewerbe 1984 ist in den Tarifaueinsetzungen von der „Industrie-Gewerkschaft Druck und Papier“ auf der Arbeitnehmerseite mit dem „Bundesverband Druck“ der Arbeitgeber als Tarifparteien geführt worden. Gegenstand des Arbeitskampfes waren schwerpunktmäßig geführte Streiks mit dem Ziel der Einführung der 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich; die Arbeitgeberseite machte von Aussperrungen keinen Gebrauch.

Die Verlegerverbände waren an den Tarifverhandlungen nicht beteiligt. Die Presse war allerdings insoweit betroffen, als Zeitungs- und Zeitschriftenverleger Drucker als Arbeitnehmer zur Herstellung der Druckerzeugnisse beschäftigen oder den Verlagen Druckereibetriebe zugeordnet sind. Dies führte zeitweise zu Betriebsstilllegungen bestimmter Zeitungsverlage mit der Folge, daß Presseerzeugnisse nicht oder nicht im vollständigen Umfang gedruckt oder ausgeliefert werden konnten.

Nach Feststellungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger konnten in ca. 15 % der Fälle, in denen Zeitungshäuser bestreikt wurden, die Zeitungen nahezu komplett erscheinen; in 65 % der Streikfälle konnten Notausgaben von vier bis zwölf Seiten hergestellt werden, in 20 % der erfaßten Streikfälle konnte die Zeitung nicht erscheinen. Damit ist — anders als während der Druckerstreiks 1976 und 1978 — ein zeitweiliger Ausfall des Pressemarktes nicht eingetreten. Dies wird vor allem auf neue Druck- und Herstellungstechniken zurückgeführt, die das technische Personal im Notfall weithin entbehrlich machen.

Die außergewöhnlichen Begleiterscheinungen des Druckerstreiks 1984 spielten sich im wesentlichen auf polizei- und strafrechtlichem Gebiet ab. Blockade von Druckereibetrieben, Verlagsbesetzungen, Verhinderung der Auslieferung von Presseerzeugnissen, demütigende Behandlung von arbeitswilligen Arbeitnehmern durch Streikposten, Ausweis- und Fahrzeugkontrollen, Gefährdung von Menschenleben auf beiden Seiten der Tarifparteien, Beschädigung von Kraftfahrzeugen, Vernichtung von Presseerzeugnissen u. ä. stellen sich je nach der Ausgestaltung im einzelnen als Straftatbestände dar. Für die Schärfe der Auseinandersetzungen spricht auch, daß in einigen Fällen Streikposten von Auslieferungsfahrern angefahren und zum Teil erheblich verletzt worden sind.

Die Bundesregierung stellt hierzu mit Nachdruck fest, daß sich auch vom Kampfziel her rechtmäßige Streiks im Rahmen der geltenden Rechtsordnung halten müssen, deren Gewährleistungsbestandteil sie selbst sind. Hiermit unvereinbar ist jeglicher Akt von Gewalt gegen Personen oder Sachen. Die während des Streiks von den Arbeitsgerichten im Wege einstweiliger Verfügungen erlassenen Aufla-

⁶²⁾ Drucksache 8/2264, S. 70 f.

⁶³⁾ BAGE 33, 140; AP Art. 9 GG „Arbeitskampf“ Nr. 67; BAG, Urteil vom 13. März 1985, NZA 1985, 537.

gen an örtliche Streikleitungen zeigen nach Auffassung der Bundesregierung zugleich auch die Grenzen auf, die für künftige Auseinandersetzungen um den Begriff eines „fairen Arbeitskampfes“ bedeutsam werden können. Mit dieser Rechtsprechung wäre es beispielsweise unvereinbar, wenn Streikposten Arbeitswillige durch körperliche oder auch nur psychische Gewalt am Betreten oder Verlassen des Betriebes hindern würden, Kunden oder Auslieferer kontrolliert, Passierscheine zum Betreten von Betrieben verlangt, Mitarbeiter von Betrieben als „Streikbrecher“ fotografiert, sie zum „Spießbrutenlaufen“ veranlaßt oder zum Durchkriechen unter Streiktransparenten gezwungen würden⁶⁴). Ein solches Verhalten würde auch die Menschenwürde (Artikel 1 GG) verletzen.

Die Bundesregierung appelliert an dieser Stelle im übrigen erneut an beide Tarifpartner, im Pressebereich nicht nur ihre eigenen wirtschaftlichen und sozialen Probleme zu sehen, sondern auch der besonderen Verantwortung für die Information aller Bürger in unserem Land gerecht zu werden. Dieses Informationsrecht der Bürger hat einen hohen Rang.

8 Gesetzgebung im Pressebereich

8.1 Strafrechtliche Vorschriften

8.1.1 Aufhebung der §§ 88 a und 130 a StGB

Durch das 19. Strafrechtsänderungsgesetz vom 7. August 1981⁶⁵) sind die §§ 88 a und 130 a StGB aufgehoben worden, die durch das 14. Strafrechtsänderungsgesetz vom 22. April 1976 eingeführt worden waren. § 88 a StGB stellte unter anderem die verfassungsfeindliche Befürwortung von bestimmten Straftaten durch Verbreiten von Schriften (z. B. Zeitungen, Zeitschriften) unter Strafe. § 130 a StGB pönalisierte die Anleitung zu schwerwiegenden Straftaten.

In der Praxis erwiesen sich beide Vorschriften als weitgehend bedeutungslos.

So ist nur eine einzige rechtskräftige Verurteilung nach § 88 a StGB erfolgt. In weniger als 10% aller einschlägigen Ermittlungsverfahren stützte sich der Verdacht einer strafbaren Handlung allein auf diese Strafbestimmung, während über 90% der Verfahren auch den Verdacht anderer Straftaten zum Gegenstand hatten.

Bei § 130 a StGB blieb die erhoffte Wirkung ebenfalls aus; in den Jahren 1977 bis 1980 ergingen lediglich fünf rechtskräftige Verurteilungen nach dieser Vorschrift.

Die Aufhebung der §§ 88 a und 130 a StGB hat keineswegs zur Folge, daß nunmehr alle zu mißbilligenden Formen der Propagierung von Gewalt mög-

lich wären. Das übrige Strafrecht garantiert nach wie vor — z. B. durch die Bestimmungen des § 111 (öffentliche Aufforderung zu Straftaten), § 130 (Volksverhetzung), § 131 (Gewaltdarstellung; Aufstachelung zum Rassenhaß), § 140 StGB (Belohnung und Billigung von Straftaten) sowie durch die Vorschriften des Waffengesetzes und des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften — eine wirkungsvolle Bekämpfung des Vorfeldes der Gewalt. Es mißbilligt nicht nur Leib und Leben von Menschen bedrohende Aktivitäten radikaler Minderheiten, sondern auch die verbale oder schriftliche Begünstigung der Gewaltanwendung.

8.1.2 Einundzwanzigstes Strafrechtsänderungsgesetz (21. StrÄndG) vom 13. Juni 1985

Das am 1. August 1985 in Kraft getretene Gesetz⁶⁶) verfolgt das Ziel, propagandistische Aktivitäten extremistischer — insbesondere neonazistischer — Art auch mit strafrechtlichen Mitteln intensiver zu bekämpfen. Ihnen zu begegnen ist zwar in erster Linie eine Aufgabe vorbeugender Gegenwehr, insbesondere auf dem Gebiet der Aufklärung und Erziehung der Jugend. Insoweit wird weiterhin die geistig-politische Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus und mit den neonazistischen Verhaltensweisen das wichtigste Mittel zur Bekämpfung gefährlicher Fehlentwicklungen dieser Art sein. Wo jedoch die demokratische Staatsordnung angegriffen oder der öffentliche Friede berührt wird, erfordern die dadurch begründeten Gefahren auch die Abwehr mit Hilfe des Strafrechts.

Mit dem Gesetz werden erreicht:

- eine Klarstellung in den Vorschriften der §§ 76 a, 78 StGB über Verfall, Einziehung und Verjährung dahin gehend, daß Schriften mit strafbarem Inhalt auch nach Eintritt der Strafverfolgungsverjährung eingezogen werden können;
- eine Erweiterung der Strafvorschrift über das Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (§ 86 a StGB): Schon die Einfuhr, Herstellung und das Vorrätighalten zur Verbreitung solcher Kennzeichen sind strafbar;
- eine Regelung in § 194 Abs. 1 und 2 StGB, die es erlaubt, dem Leugnen des unter der Herrschaft des Nationalsozialismus oder einer anderen Gewalt- oder Willkürherrschaft begangenen Unrechts strafrechtlich zu begegnen. Dabei wird ohne Änderung eines Straftatbestandes durch Verzicht auf das Antragsfordernis bei Beleidigung oder Verunglimpfung Verstorbener eine Strafverfolgung von Amts wegen dann ermöglicht, wenn die Tat mit der Verfolgung durch die nationalsozialistische oder eine andere Gewalt- oder Willkürherrschaft zusammenhängt.

Das Abstellen der Neuregelung auf eine Verfolgung unter der Herrschaft des Nationalsozialismus trägt dem besonderen Schicksal vor allem der Juden während des Nazi-Regimes Rechnung. Sie findet ihre Rechtfertigung in dem be-

⁶⁴) Vgl. Jan Lorant: Gasse der Gewalt. Köln 1984; ferner die von der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ herausgegebene „Chronik des Druckerstreiks 1984“.

⁶⁵) BGBl. I, S. 808.

⁶⁶) BGBl. I, S. 965.

sonderen Verhältnis, das jedes Volk zu seiner eigenen Geschichte hat.

8.2 Änderung der Gewerbeordnung

Das Gesetz zur Änderung des Titel III der Gewerbeordnung und anderer gewerblicher Vorschriften vom 25. Juli 1984⁶⁷⁾ bringt für den Vertrieb von Druckwerken im Reisegewerbe eine gewisse Liberalisierung. Nach § 55 a Abs. 1 Nr. 10 GewO ist das Feilbieten von Druckwerken auf öffentlichen Wegen, Straßen, Plätzen oder anderen öffentlichen Orten nicht mehr reisegewerbekartenpflichtig. Diese Vertriebsform ist nicht mit den spezifischen Gefahren für den Verbraucher verbunden, wie dies etwa beim Werben für Abonnements oder bei Haustürgeschäften der Fall ist, bei denen auch weiterhin aus vorrangigen Verbraucherschutzrechtlichen Gründen eine Reisegewerbekarte erforderlich ist.

9 Beschluß der Ständigen Konferenz der Innenminister der Länder zu den Verhaltensgrundsätzen zwischen Presse und Polizei

Die Ständige Konferenz der Innenminister und -senatoren des Bundes und der Länder hat mit Beschluß vom 14. Januar 1982 einer Änderung der im Jahre 1971⁶⁸⁾ zwischen dem Deutschen Presserat und der Innenministerkonferenz vereinbarten Verhaltensgrundsätze zwischen Presse und Polizei zugestimmt. Die Neufassung der Verhaltensgrundsätze zwischen Presse und Polizei zur Vermeidung von Behinderungen bei der Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung ist durch Erlaß vom 30. Dezember 1982 für die Polizeibehörden im Geschäftsbereich des Bundesministers des Innern für verbindlich erklärt und im Gemeinsamen Ministerialblatt 1983, S. 83 veröffentlicht worden⁶⁹⁾.

Die Bundesregierung geht davon aus, daß die Bundesverbände der Presse, die mit Rundschreiben vom 8. März 1983 entsprechend unterrichtet worden sind, bemüht sein werden, diese Tatsache sowie den Inhalt der neu gefaßten Verhaltensgrundsätze, die ihrem Wesen nach nicht nur Verpflichtungen der Polizei, sondern auch solche der Presse feststellen, ihren Mitgliedern in geeigneter Weise zur Kenntnis bringen.

II. Film

1 Überblick

Unter den heutigen Medien nimmt der Film eine wichtige Stellung ein:

Allein die Zahl der Filmtheaterbesucher — 1984: 112,1 Millionen — weist den Film als eines der Mas-

senmedien unserer Zeit aus. Nimmt man die Betrachter von Filmen im Fernsehen und auf Video hinzu, so erhöht sich die Zuschauerzahl um ein Vielfaches.

Die im Vergleich zur Anzahl der Besucher öffentlicher und privater Bühnen — einschließlich Konzert- und Festspielaufführungen 1984: rd. 24 Millionen — sehr hohe Zahl der Filmkonsumenten kann allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, daß sich der deutsche Film seit Jahren in einer wirtschaftlich und strukturell schwierigen Lage befindet.

Nach der großen Zeit des deutschen Nachkriegsfilms in den 50er Jahren mit einer jährlichen Zahl von über 820 Millionen Besuchern in deutschen Kinos im Jahre 1956 und einer deutschen Spielfilmproduktion von über 120 Filmen mußte die deutsche Filmwirtschaft — sicherlich im Zusammenhang mit dem Aufkommen des Fernsehens — bis Mitte der 60er Jahre einen Besucherrückgang auf 320 Millionen und einen Produktionsrückgang im Bereich Spielfilm unter 70 Filme verkraften. Der Anteil des deutschen Films am inländischen Verleihsatz sank in dieser Zeit von 47,1% (155,9 Mio. DM) auf 28,8% (76,3 Mio. DM). Im Jahr 1975 betrug die Anzahl der Filmtheaterbesucher noch 128 Millionen und der Anteil des deutschen Films am Verleihsatz 12,9% (29,8 Mio. DM)⁷⁰⁾.

2 Staatliche Filmförderung

Auf diese Entwicklung reagierte der Staat mit einer verstärkten Förderung des Films, einmal durch kontinuierlichen Ausbau der kulturellen Filmförderung des Bundes (Bundesminister des Innern), zum andern ab 1967 durch Einführung einer wirtschaftlichen Filmförderung (Filmförderungsgesetz; Bundesminister für Wirtschaft/Filmförderungsanstalt), die von den Bundesländern nach und nach durch eigene Förderungsprogramme ergänzt wurden.

2.1 Filmförderung des Bundes

2.1.1 Kulturell betonte Filmförderung

Die Filmförderung des Bundesministers des Innern erfolgt seit 1951 im Rahmen der vom Haushaltsgesetzgeber zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel (1985: 7,6 Mio. DM). Maßgeblich für die Vergabe der Mittel sind die Richtlinien zur Förderung des deutschen Films vom 27. Februar 1984⁷¹⁾. Die Förderungsschwerpunkte Deutscher Filmpreis (Auszeichnung von Spitzenproduktionen eines Jahrgangs im Bereich Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilm mit Zweckbindung der Förderungsprämien zur Herstellung eines neuen Films, Auszeichnungen für hervorragende Einzelleistungen und für langjähriges und hervorragendes Wirken im deutschen Film) und Produktionsförderung (Förderungsprämien für

⁶⁷⁾ BGBl. I, S. 1008.

⁶⁸⁾ Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 84.

⁶⁹⁾ Vgl. den Wortlaut der Grundsätze in Abschnitt D I 9 der Materialien.

⁷⁰⁾ Vgl. Tabellen 56 bis 60, 66 und 77 bis 78 in Abschnitt D der Materialien.

⁷¹⁾ GMBL, S. 71, i. d. F. der Änderung vom 4. Februar 1986 (GMBL, S. 88).

Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilm) werden ergänzt durch Filmtheaterförderung (Filmprogrammprämien) und Verleihförderung.

2.1.2 Wirtschaftlich betonte Filmförderung

Die Filmförderung des Bundes erfolgt vor allem auch auf der Grundlage des Filmförderungsgesetzes (FFG) in seiner Fassung vom 25. Juni 1979⁷²⁾. Sie obliegt der Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin, die der Rechtsaufsicht des Bundesministers für Wirtschaft untersteht. Die Fördermittel der FFA kommen aus einer Abgabe in Höhe von z.Zt. rd. 3,5% des Kinoeintrittspreises (Volumen der Filmabgabe 1984: 28,2 Mio. DM, 1985: 23,9 Mio. DM). Aus diesen Mitteln werden entsprechend den Regelungen im FFG im wesentlichen die Filmproduktion, der Filmverleih und die Filmtheaterwirtschaft gefördert.

Der Filmförderung kommen auch die Mittel zugute, die vom Bundesminister für Wirtschaft nach den Vorschriften des Gesetzes zur Abwicklung und Entflechtung des ehemaligen reichseigenen Filmvermögens vom 5. Juni 1953⁷³⁾ aus dem Vermögen der aufgelösten Ufa-Filmgesellschaft m.b.H. (Ufi) — jetzt Ufi-Sonderfilmvermögen des Bundes — zur Verfügung gestellt werden. 1984 waren dies 3,7 Mio. DM.

2.1.3 Novellierung des Filmförderungsgesetzes

Das bis zum 31. Dezember 1986 geltende FFG wird z. Zt. als Reaktion auf die veränderten Rahmenbedingungen der deutschen Filmwirtschaft novelliert.

Auf der Einnahmenseite ist u. a. vorgesehen, daß neben den Filmtheatern auch die Videowirtschaft zu einer Filmabgabe herangezogen wird und daß das öffentlich-rechtliche Fernsehen seinen Beitrag nach dem Film-Fernsehabkommen substantiell erhöht.

Auf der Ausgabenseite soll die Förderung der Filmproduktion mit Referenzfilm, erleichterter Referenzfilm-, Projekt- und Kurzfilmförderung fortgesetzt werden, wobei die Anforderungen an die Wirtschaftlichkeit eines Films erhöht und erfolgreiche Filme stärker gefördert werden sollen.

Die Anteile der Verleihförderung und der Filmtheaterförderung sollen von 7 auf 10 bzw. von 15 auf 20% erhöht werden.

Der Auswertungsvorrang des Spielfilms im Kino vor Video (6 Monate) und Fernsehen (2—5 Jahre) soll gesetzlich geregelt werden.

2.2 Filmförderung der Länder

Nach kulturellen und/oder wirtschaftlichen Gesichtspunkten strukturierte Filmförderungssysteme

gibt es in Bayern, Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und neuerdings auch in Hessen. Hinzu tritt — ausschließlich von den Ländern finanziert — mit Schwerpunkt Nachwuchsförderung das Kuratorium Junger Deutscher Film.

Filmförderung auf Länderebene im weiteren Sinne ist auch die Tätigkeit der Filmbewertungsstelle in Wiesbaden (FBW). Ihre Aufgabe ist es, deutsche und ausländische Filme aller Art auf Antrag dahin zu begutachten, ob ihnen das Prädikat „wertvoll“ bzw. „besonders wertvoll“ zuerkannt werden kann. Die Verleihung von Prädikaten stellt zwar keine Filmförderung im engeren Sinne dar; mittelbar hat sie aber wesentliche Auswirkungen finanzieller Art durch vollständige oder teilweise Befreiung von der Vergnügungssteuer in sieben Bundesländern und durch die Begünstigung des prädikatisierten Films bei der Referenz- und Kurzfilmförderung nach dem FFG.

2.3 Ergebnis der Filmförderung

Die Förderung des Bundes, ergänzt durch die Fördersysteme der Länder, hat erheblich dazu beigetragen, daß sich trotz verstärkter ausländischer Konkurrenz und einer radikalen Veränderung des Medienspektrums ein nationales deutsches Filmschaffen erhalten hat und sich deutsche Filme im internationalen Vergleich relativ gut behaupten konnten. Eine Reihe von bekannten Qualitätsfilmen, von internationalen Preisen und Auszeichnungen bis hin zum „Oscar“ belegen dies⁷⁴⁾.

3 Perspektiven der deutschen Filmproduktion

Die Erfolge einzelner Produktionen haben es allerdings nicht vermocht, den deutschen Film insgesamt von öffentlicher Förderung unabhängig zu machen; vielmehr zeigt die Entwicklung der letzten Jahre, daß die deutsche Filmwirtschaft ohne eine staatliche Filmförderung die aktuellen und noch bevorstehenden wirtschaftlichen, strukturellen und medienpolitischen Probleme kaum bewältigen kann:

Auf dem inländischen Markt ist der Anteil deutscher Filme am Bruttoverleihumsatz mit 18,7% im Jahre 1981, 11,3% im Jahre 1982, 14,1% im Jahre 1983 und 16,8% im Jahre 1984 unbefriedigend niedrig und bleibt weit hinter dem Anteil anderer europäischer Filmproduktionen an ihrem heimischen Markt zurück⁷⁵⁾.

Auf den wichtigsten europäischen Märkten (Frankreich, Großbritannien, Italien) rangiert der Marktanteil des deutschen Films mit nur 3% sogar an letzter Stelle (zum Vergleich: italienischer Film 24%, französischer Film 16%, britischer Film 8%)⁷⁶⁾.

⁷²⁾ BGBl. I, S. 803.

⁷³⁾ BGBl. I, S. 276, zuletzt geändert durch Artikel 4 des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes über Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films vom 27. Februar 1974 (BGBl. I, S. 437).

⁷⁴⁾ Vgl. Tabelle 75 in Abschnitt D der Materialien.

⁷⁵⁾ Vgl. Tabellen 66 und 76 sowie — zu den Anteilen der Herstellungsländer an erworbenen Auswertungsrechten — Tabelle 65 in Abschnitt D der Materialien.

⁷⁶⁾ Dok 1-504/83 Europaparlament, S. 13.

Die Ursachen für den geringen Marktanteil und — von Ausnahmen abgesehen — damit geringen wirtschaftlichen Erfolg der deutschen Filmproduktionen sind vielschichtig:

Zum einen steht die deutsche Filmproduktion — wie auch die Produktion in den übrigen europäischen Ländern — einer starken amerikanischen Konkurrenz gegenüber, deren Marktanteil sich in der Bundesrepublik Deutschland seit 1979 stetig von 39,5 auf 55,4% im Jahre 1983 erhöht hat und der auf den wichtigsten europäischen Märkten zwischen 30% (Italien) und 92% (Großbritannien) schwankt und so den jeweiligen inländischen Anteil bei weitem übersteigt.

Zum andern fehlt dem deutschen (Kino-)Film trotz bedeutender internationaler Auszeichnungen einzelner Produktionen immer noch weitgehend der Zugang zum breiten inländischen und ausländischen Publikum. Schließlich ist nicht zu übersehen, daß vor allem bei den Kinofilmherstellern Kleinbetriebe mit eng begrenzter Finanzkraft die Regel sind⁷⁷⁾.

4 Entwicklung der Filmtheater

Während in den Jahren 1977 bis 1980 wieder ein leichter Anstieg des Kinobesuchs zu verzeichnen war, mußte die deutsche Filmwirtschaft in den Jahren 1981 und 1982 einen Rückgang der Kinobesucher um insgesamt 13,4% und im Jahr 1984 um 10,5% hinnehmen. Die Zahl der Kinobesucher betrug 1984 nur noch 112 Millionen (1985 war ein weiterer Rückgang um 7% auf rd. 104 Millionen zu verzeichnen). Vor dem Hintergrund eines sich bereits abzeichnenden Verteilungskampfes im radikal sich verändernden Filmmarkt trifft eine solche Entwicklung die Filmtheaterwirtschaft empfindlich, denn neben der durch den Besucherrückgang bedingten Verringerung des Bruttoumsatzes um 7,3% sieht sich die Filmtheaterbranche einem weiter wachsenden Konkurrenzdruck des Fernsehens (im Vergleich zu 1974 hat sich die Anzahl der im Fernsehen ausgestrahlten Kinofilme im Jahr 1984 verdoppelt) und einer in ihrer Auswirkung auf die Filmtheater noch gar nicht abschätzbaren künftigen Ausweitung des Medienangebots durch Kabel-, Satellitenfernsehen, Video und Pay-TV ausgesetzt. Dabei gibt schon die Entwicklung eines der Konkurrenzmedien des Kinos, nämlich des Videorekorders, dessen Markt annähernd 4 Mio. eingesetzte Geräte (Ende 1984) und ein Angebot von rd. 6 000 Kinofilmen in etwa 4 500 Videotheken umfaßt, einen Eindruck vom Ausmaß der den Filmtheatern erwachsenden und künftig sich noch verstärkenden Konkurrenz.

Angesichts dieser Situation wird es in den kommenden Jahren darauf ankommen, den Filmtheatern als originärer Abspielstätte des Mediums Film den ihnen zukommenden Platz unter den miteinander im Wettbewerb stehenden Massenmedien zu sichern und ein sinnvolles Miteinander, d. h. eine

Chancengleichheit unter den Medien zu ermöglichen⁷⁸⁾.

Auch die Bundesregierung wird Anstöße geben: Die Novelle zum Filmförderungsgesetz sieht zugunsten der Filmtheater eine Senkung der Filmtheaterabgabe um $\frac{3}{4}$ Prozentpunkte von 2,75% bis 3,75% auf 2,0% bis 3,0% und eine Erhöhung des Anteils der Filmtheater an der Gesamtförderung vor.

Die Bundesregierung begrüßt es in diesem Zusammenhang, daß die Rundfunkanstalten und die Vertreter der Filmwirtschaft verstärkt seit Anfang 1985 über eine Kooperation und Berücksichtigung der Belange der Filmwirtschaft miteinander verhandelt haben und auch zum Abschluß konkreter Vereinbarungen gelangt sind, u.a. über die Durchführung einer Testphase zur Untersuchung der Auswirkungen des Ausstrahlens von bestimmten Kinofilmen zu bestimmten Zeiten auf den Kinobesuch.

5 Entwicklung der anderen filmwirtschaftlichen Sparten

Im Vergleich zu der vom intermediären Wettbewerb besonders betroffenen Sparte der Filmtheater haben sich die Sparten Filmverleih und -vertrieb sowie Filmtechnische Betriebe, gemessen am Umsatz, bei leichten Schwankungen der Beschäftigtenanzahl seit 1973 noch günstig entwickelt⁷⁹⁾.

6 Zusammenarbeit von Film und Fernsehen/Filmförderungsabkommen

Seit 1974 haben die Filmförderungsanstalt des Bundes (FFA) und die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von ARD und ZDF in bislang drei Abkommen vom 4. November 1974, 1. Juli 1980 und 10. November 1983 Vereinbarungen über die Förderung der Zusammenarbeit von Film und Fernsehen bis 1986 geschlossen. Zweck der Zusammenarbeit ist es, durch Gemeinschaftsproduktionen und Projektförderungsmaßnahmen die Herstellung von Filmen zu ermöglichen, die den Voraussetzungen des Filmförderungsgesetzes und der Rundfunkgesetze der Länder entsprechen; hierdurch soll das Programmangebot sowohl der Filmtheater als auch des Fernsehens bereichert werden. Im Rahmen dieser Abkommen wurden nach Angaben der ARD bis zum 31. Dezember 1984 von der ARD 112, vom ZDF 93 Spielfilme mit dem Fernsehen koproduziert.

⁷⁸⁾ Eine Übersicht über die Entwicklung der Filmtheater bieten die Tabellen 57, 58, 69 und 77 sowie nach Umsatzgrößenklassen gegliederte Daten über das Jahr 1983 die Tabellen 70 und 71 in Abschnitt D der Materialien.

⁷⁹⁾ Über die Änderung der wichtigsten Daten von 1973 bzw. 1977 bis 1983 unterrichten die Tabellen 57 und 58; nach Spartenbereichen bzw. nach Unternehmensgrößenklassen aufgeschlüsselte Daten über die Lage im Jahr 1983 enthalten die Tabellen 67 und 68 (Filmverleih und -vertrieb) sowie 72 bis 74 (Filmtechnische Betriebe) in Abschnitt D der Materialien.

⁷⁷⁾ Vgl. Tabellen 61 bis 64 in Abschnitt D der Materialien.

In den Abkommen haben sich die Rundfunkanstalten (die nach dem Filmförderungsgesetz keine Filmabgaben zu entrichten haben) verpflichtet, im Rahmen ihrer genehmigten Haushaltsmittel erhebliche Summen für Gemeinschaftsproduktionen aufzubringen. Hierfür waren im ersten Abkommen insgesamt 34 Mio. DM, im zweiten 54 Mio. DM und im dritten, noch laufenden Abkommen 36 Mio. DM an Mitteln der Rundfunkanstalten vorgesehen. Weitere Gelder (im letzten Abkommen in Höhe von 15 Mio. DM) dienen der besonderen Förderung des experimentellen, des Nachwuchs- und des Films mit Innovationscharakter, des programmfüllenden Dokumentarfilms, für Projektfilmförderungsmaßnahmen sowie der Drehbuchförderung und anderen Entwicklungsmaßnahmen.

Ein Teil dieser Mittel wird von den Anstalten in Abstimmung mit der FFA unmittelbar, ein Teil über die FFA vergeben.

7 Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft

Eine wichtige Funktion hinsichtlich der gewerblichen Auswertung von Filmen erfüllt seit 1948 die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK). In ihr wirken im Wege der Selbstverwaltung und der freiwilligen Selbstkontrolle die in der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) zusammengefaßten Verbände der Filmhersteller, Filmverleiher und Filmtheaterbesitzer mit staatlichen Behörden, Vertretern der Kirchen und Jugendverbänden zusammen.

Ursprünglich vor dem Inkrafttreten des Grundgesetzes gegründet zur Vermeidung einer staatlichen Filmzensur, wie sie aufgrund der Ermächtigung des Artikels 118 Abs. 2 der Weimarer Reichsverfassung auch als Vor-Zensur zulässig war, hat die FSK unter der Geltung des Grundgesetzes die Aufgabe übernommen, im Interesse der Produzenten, Verleiher und Kinobesitzer mögliche staatliche Maßnahmen bei der Verletzung der Rechtsordnung — z. B. strafrechtlicher Art — dadurch überflüssig zu machen, daß sie im Wege der Selbstverwaltung eine vorherige freiwillige Prüfung der für die öffentliche Vorführung in der Bundesrepublik Deutschland einschließlich Berlin vorgesehenen in- und ausländischen Filme durchführt. Geprüft wird nach näherer Maßgabe der in den „Grundsätzen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ i. d. F. vom 1. Januar 1979 niedergelegten Prüfungsgrundsätze anhand der Wertvorstellungen des Grundgesetzes und der einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen die Freigabe der Filme für Erwachsene, Jugendliche oder für bestimmte stille Feiertage. Die FSK trägt hiermit zur Rechtssicherheit bei der gewerblichen Filmauswertung bei und besitzt zugleich eine wichtige Funktion im Bereich des Jugend- und Feiertagsschutzes.

8 Ausblick

Festzuhalten für die Situation des deutschen Films bleibt, daß er trotz internationaler Erfolge einzelner

Filme in der Produktion wie im Abspiel weiterhin öffentlicher Unterstützung bedarf. Hierbei wird es auch in Zukunft das Ziel öffentlicher Filmförderung sein, dem deutschen Film zu mehr Qualität und größerer Publikumsresonanz und damit zu wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit zu verhelfen. Die Neufassung der Filmförderungsrichtlinien des Bundesministers des Innern Anfang 1986 und die bevorstehende Novellierung des Filmförderungsgesetzes durch den Bundesminister für Wirtschaft sind Schritte auf diesem Wege.

III. Audiovisuelle Medien

1 Abgrenzung

Im folgenden werden unter audiovisuellen Medien (AV-Medien) elektronische Medien zur Speicherung und Wiedergabe schneller Bild- und Tonfolgen verstanden. Ausgeschlossen sind definitionsgemäß der herkömmliche Tonfilm, als überwiegend nichtelektronisches Medium, und das Fernsehen als ein elektronisches Medium, das nur der sofortigen Verbreitung, nicht aber der Speicherung von Bild- und Tonfolgen dient. Beim sog. Stadtfernsehen dagegen handelt es sich um eine besondere Anwendung von AV-Medien; mit ihrer Hilfe werden über Wiedergabestationen an verkehrsreichen Punkten Informationen in befristet wiederkehrender Folge veröffentlicht.

2 Bisherige wirtschaftliche Entwicklung

Nach der Nutzung läßt sich zwischen AV-Medien unterscheiden, die eigene Aufzeichnungen und deren Wiedergabe ermöglichen (Videorekorder), und AV-Medien, die nur die vom industriellen Hersteller eingespeisten Informationssequenzen reproduzieren. In beiden Gruppen beeinflussen in wechselseitiger Abhängigkeit sowohl Preis und Leistungsfähigkeit des Geräts als auch Preis, Güte und Umfang des damit erschließbaren Programmangebots die Absatzbedingungen eines jeden Bestandteils. Diese Interdependenz verstärkte den — in der Aufbauphase besonders wirksamen — Wettbewerbsvorteil des Videorekorders im Verhältnis zur Bildplatte, mehr Freiheit bei der Auswahl und der Ausschöpfung von Programmquellen zu eröffnen und Programmkosteneinsparungen zu ermöglichen.

Eine Kombination von AV-Medien mit anderen Informations- und Kommunikationstechniken war 1984 fast nur bei institutionellen Anwendern (zum Beispiel Ausbildungseinrichtungen) zu finden. Mit Hilfe entsprechender Datenverarbeitungs- und ggf. auch Telekommunikationstechnik lassen sich AV-Medien in ein dialogfähiges System integrieren, das dazu dienen kann, insbesondere beim Lehren und Lernen, zeitliche und räumliche Grenzen zu überwinden (vgl. unten Ziffer 5).

2.1 Videorekordersysteme

2.1.1 Videorekorder

Die Entwicklung und Markteinführung von Videorekordern, zunächst in Form aufwendiger Spulengeräte für den institutionellen Bereich (Fernsehstudios, Fertigungs- und Ausbildungsstätten usw.), nahm in den frühen fünfziger Jahren von den Vereinigten Staaten ihren Ausgang. Auf dem Markt der privaten Haushalte gelang ein breiterer Durchbruch erst in jüngerer Vergangenheit. Entscheidende Voraussetzung auf dem Gerätesektor war die Markteinführung des Videokassettenrekorders zu einem Preis, der für Haushalte gehobener Einkommensstufe keine hohe Hemmschwelle mehr darstellte. Dieser Prozeß begann in Japan und in den Vereinigten Staaten Mitte der 70er Jahre, in der Bundesrepublik Deutschland erst 1977. Hier bewirkte er, daß der vorher rückläufige Inlandsabsatz von Videorekordern sich schon im Einführungsjahr auf über 30 000 Stück verdoppelte, 1978 auf über 90 000 Stück anstieg und 1979 ein Volumen in der Nähe von 200 000 Stück erreichte. In der ersten Hälfte der achtziger Jahre scheint sich der Absatz „eingeschwungen“ zu haben, wie folgende Zahlen belegen.

Abgesetzte Videorekorder⁸⁰⁾

	in Mio. DM	in Stück
1980	840	370 000
1981	1 400	750 000
1982	2 000	1 100 000
1983	2 700	1 500 000
1984	2 600	1 500 000

Über den Anteil der Anfang 1984 mit Videorekordern ausgestatteten privaten Haushalte finden sich in der Literatur Angaben, die zwischen 11 bis 15% schwanken. Auch die optimistischere Schätzung erreicht nur die Hälfte des Anteils in Großbritannien von rund 30% im Jahr 1984. Der durchschnittliche Einzelhandelspreis für ein solches Gerät war 1984 gegenüber 1978 um etwa ein Drittel auf durchschnittlich 1 800 DM gefallen⁸¹⁾.

⁸⁰⁾ Gerundete Schätzungen des Deutschen Video Instituts e.V.

⁸¹⁾ Vgl. Joachim Wiedemann: Fernsehen wird durch Video erst schön. In: „Media Perspektiven“, Heft 9/1984, S. 706 bis 714 (mit weiteren Hinweisen). Nach dieser Quelle, die sich auf Ifak-Video 1984 stützt, betrug 1984 der durchschnittliche Anschaffungspreis des Videorekorders 2 000 DM. Das Deutsche Video Institut nannte im Februar 1985 für einen „durchschnittlichen“ Videorekorder einen Preis von 1 700 DM nach 1 820 DM im Jahr 1983. Zur Ausstattung mit Videorekordern vgl. auch Abschnitt F I des Berichts sowie Tabelle 90 in Abschnitt F der Materialien.

2.1.2 Videokameras

Der Absatz von Videokameras im Inland stieg nach Ermittlungen des Deutschen Video Instituts e.V. von 1980 bis 1983 von rd. 30 000 Stück auf über 110 000 Stück im Wert von über 220 Mio. DM. Zugleich ermäßigte sich der durchschnittliche Kamerapreis um annähernd ein Fünftel auf etwas weniger als 2 000 DM. 1984 war allerdings trotz Einrechnung des neuen Substituts „Kamerarekorder“ ein Umsatzrückgang zwischen 4 und 5% zu verzeichnen.

2.1.3 Video-Leerkassetten

Besonders rasch expandierte der Absatz von Video-Leerkassetten: von einer halben Mio. Stück im Jahr 1978 über zehn Mio. Stück 1981 auf rd. 36 Mio. Stück im Jahr 1984. Der Durchschnittspreis der Leerkassette sank in dieser Zeit beträchtlich — allein in den letzten Jahren bei verlängerter durchschnittlicher Aufnahmezeit um mehr als ein Drittel. Entsprechend langsamer stieg nach Angaben des Deutschen Video Instituts e.V. der Umsatzwert (1984 um rd. 10% auf rd. 800 Mio. DM).

2.1.4 Bespielte Videokassetten

Das Video-Programm-Verzeichnis 1985 des Deutschen Video Instituts umfaßt rd. 6 000 (nicht indizierte) Titel. Nach Angaben in der Fachpresse stieg die Anzahl der jährlich auf den Markt gebrachten Titel von rd. 230 im Jahr 1979 bis auf rd. 1 600 im Jahr 1982; dann jedoch verringerte sich der Titelzuwachs deutlich. Auf der Einzelhandelsebene wurden 1984 die Videoprogramme zu mehr als 90% durch Vermietung verbreitet. Der Durchschnittspreis je Vermietung verringerte sich seit 1981 um mehr als die Hälfte auf etwa 6,00 DM und ist damit für eine Familie deutlich niedriger als die Kosten eines Kinobesuchs. Die Stückzahl der an den Handel abgesetzten Videoprogrammträger belief sich auf rd. zwei Millionen. Der Verleihsatz 1984 wurde vom Deutschen Video Institut e.V. — grob — auf 600 bis 700 Mio. DM geschätzt.

2.1.5 Gesamtumsatz

Nach Angaben des Deutschen Video Instituts e.V. wuchs 1984 der Gesamtumsatz aus dem Verkauf von Videorekordern, -kameras und -leerkassetten gegenüber dem Vorjahr um 2,7% auf rd. 3,5 Mrd. DM. Die Zeit der hohen Jahreszuwachsrate scheint seit 1983 einstweilen beendet.

2.2 Bildplattensysteme

Bildplattensysteme hatten bis Ende 1984 trotz einiger Absatzerfolge weder in Übersee noch in Europa einen breiten Marktdurchbruch erzielt oder das Vordringen des Videorekorders ernsthaft behindert. Als Speichermedium besitzt zwar die Bildplatte gegenüber dem Videoband beachtenswerte Vorteile, wie den geringeren Flächenbedarf des Informationsträgers und die Möglichkeit präzisen Zugriffs

auf das Einzelbild, ferner auch die Aussicht auf niedrigere Herstellungskosten bei Massenfertigung; doch vermochten diese Pluspunkte offenbar nicht den Nachteil wettzumachen, daß keines der auf dem Konsummarkt angebotenen Systeme dem Käufer eigene Aufzeichnungen, geschweige denn Mehrfachspeicherungen (Aufzeichnungs-Lösch-Zyklen) ermöglichte, und zudem die Programmauswahl nur einen kleinen Bruchteil des auf Videoband vorhandenen Angebots umfaßte. Mit der Markteinführung konkurrenzfähigerer multifunktionaler Bildplattensysteme wird in naher Zukunft nicht gerechnet.

Seit der in Amerika begonnenen Markteinführung der modernen (nichtmechanischen) Bildplattensysteme im Jahr 1979 sind bis Ende 1983 weltweit nicht mehr als zwei- oder dreihunderttausend Bildplattenspieler abgesetzt worden, die große Masse davon in den Vereinigten Staaten und in Japan (Start: 1981). In der Bundesrepublik Deutschland wurde, nachdem es in den siebziger Jahren wiederholt Fehlschläge mit einem mechanischen Verfahren gegeben hatte, 1982 ein opto-elektronisches System, das Laservisionssystem eines europäischen Herstellers, auf den Markt gebracht, das jedoch, wie zuvor schon im Ausland, auch hier keine rasche Verbreitung fand. Die Verbilligung des Abspielgerätes um ein Drittel zum Weihnachtsgeschäft 1983 auf rd. 1 300 DM zeitigte keine größeren Wirkungen.

3 Auswirkungen auf Filmwirtschaft und Rundfunk

Die Sparten der Filmwirtschaft sind von der Expansion der AV-Medien sehr unterschiedlich betroffen. Den Produzenten und, soweit sie über die erforderlichen Rechte verfügen, auch den Verteilern von Kinofilmen erschlossen Videokassette und Bildplatte neue Märkte und Vertriebswege, die eine zusätzliche Verwertung auch des alten Materials ermöglichen und bereits jetzt erhebliches wirtschaftliches Gewicht besitzen. Den filmtechnischen Betrieben eröffnete die Nachfrage der AV-Medien nach Konfektionierungs- und Vervielfältigungsleistungen ebenfalls neue Betätigungsfelder. Dagegen schmälert der wachsende Vertrieb von Spielfilmen über AV-Medien die Absatzchancen der — ohnehin einer intensiver werdenden Fernsehkonkurrenz entgegensehenden — Filmtheater. Das gut ausgerüstete Filmtheater ist in der Wiedergabequalität von Bild und Ton den heutigen AV-Medien, die sich zur Wiedergabe des Heimfernsehempfängers bedienen, deutlich überlegen; andererseits zwingt es seinem Besucher Wege und Termine sowie oft ein Ambiente auf, das nicht von allen Publikumskreisen den eigenen vier Wänden vorgezogen wird. Gerade in der Altersgruppe, die den Hauptteil der Filmtheaterbesucher stellt, bei jungen Leuten bis zum 30. Lebensjahr, sind auch überdurchschnittlich viele Besitzer von Videorekordern anzutreffen.

Die bisherigen unmittelbaren Rückwirkungen der AV-Medien auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk konzentrieren sich auf die Märkte für Filmverwertungsrechte. Der zu einem wesentlichen Teil antizipierte Wettbewerb des öffentlich-rechtlichen

Rundfunks mit dem privaten Rundfunk bzw. mit potentiellen Veranstaltern privaten Rundfunks ließ wiederum die AV-Medien nicht unberührt und verteuerte insbesondere Rechte, die sich auf den Märkten beider Medien verwerten lassen.

4 „Stadtfernsehen“

Wie das sog. „Stadtfernsehen“ verdeutlicht, werden die AV-Medien — neben der ihnen zukommenden eigenständigen Bedeutung — auch als ein Medium betrachtet, das sich zur Vorbereitung auf den Eintritt in den Rundfunkmarkt eignet. Ein größeres medienwirtschaftliches Eigengewicht vermochte das „Stadtfernsehen“ allerdings nicht zu entwickeln.

Eine Untersuchung des „Stadtfernsehens“ gelangte 1984 zu dem Ergebnis, daß diese erstmals im Juli 1982 begonnenen Versuche, auf Videokassette gespeicherte, primär lokale „Fernsehberichterstattung“ über Monitorwände an verkehrsreichen Standplätzen zu verbreiten, keine Zukunft hätten⁸²⁾. Ob sich andere Möglichkeiten finden lassen, dieser Nutzungsform Eigenwirtschaftlichkeit zu verschaffen, etwa als Informationsmittel in Verkaufszentren, steht noch dahin. Von über vierzig Unternehmen, die sich mit „Stadtfernsehen“ befaßt hatten, waren 1984 nur noch zwölf auf diesem Feld tätig, und auch darunter befand sich kein Unternehmen, das daraus kostendeckende Erträge erzielte.

Ein dringlicher Handlungsbedarf für den Gesetzgeber wird aufgrund der tatsächlichen Entwicklung dieses Mediums nicht erkennbar. Nach Auffassung der Länder fällt das „Stadtfernsehen“ nicht unter den Rundfunkbegriff⁸³⁾. Die Darbietungen werden weder drahtlos gesendet noch mittels Kabel übertragen. Vielmehr werden sie auf Kassetten aufgenommen und gespeichert, sodann über Videorekorder abgespielt und über Monitore sichtbar gemacht. Die fernsehtechnische Empfangsapparatur dient lediglich der individuellen Nutzung, ohne daß es sich um eine fernsehtechnische Ausstrahlung im rundfunkrechtlichen Sinne handelt. Die rechtliche Einordnung als Medium „Film“ liegt deshalb nahe. Dies entspräche aber ersichtlich nicht dem Selbstverständnis der Betreiber; sie fühlen sich eher der presserechtlichen Ordnung zugehörig.

5 Technische und wirtschaftliche Perspektiven

Auf dem Feld der (opto-)elektronischen Verbreitung schneller Bild- und Tonfolgen an Privathaushalte zeichnet sich für die neunziger Jahre als technisch

⁸²⁾ Hans-Dieter Doeblin unter Mitarbeit von Georg Flachbart / Herbert Kirk / Sigrid Rösner: Forschungsprojekt „Stadtfernsehen“ 1984. Untersuchung im Auftrag des Bundesministers des Innern (bisher unveröffentlicht).

⁸³⁾ Vgl. Antwort des Chefs der Staatskanzlei des Landes Rheinland-Pfalz auf die Große Anfrage der Fraktion der SPD im Landtag Rheinland-Pfalz vom 28. Juni 1982 (Landtags-Drucksache 9/2352).

und wirtschaftlich weitreichender Entwicklungssprung die breitere Einführung des Hochauflösenden Fernsehens ab, das selbst großformatige Bildwiedergaben in Diapositivqualität ermöglicht. Diese — noch nicht zu terminierende — Innovation läßt beachtliche Rückwirkungen vor allem auf den Ausbau von Telekommunikationswegen und die Produktion von Fernsehgeräten erwarten, dürfte aber auch die AV-Medien und die herkömmlichen Filmtheater stark beeinflussen. Im gewerblichen Raum werden auf hohe Bildauflösung ausgelegte Speicher- und Wiedergabegeräte wohl noch in diesem Jahrzehnt Anwendung finden. Vor solchem Hintergrund ließe sich die höhere Speicherkapazität der Bildplatte deutlicher zur Geltung bringen, und zwar um so nachfragewirksamer, je besser es inzwischen gelingt, eine löschbare und zu mehrfachen Aufzeichnungen fähige Bildplatte für den Konsummarkt reif zu machen. Unabhängig von der Einführung des Hochauflösenden Fernsehens ist damit zu rechnen, daß sich die Rückwirkungen der zeitüberbrückenden AV-Medien auf den Rundfunk allmählich verstärken. Fernsehprogrammteile, die weitgehend abgekoppelt von den Tagesereignissen der Unterhaltung bzw. Unterrichtung künftiger Zielgruppen dienen, in denen Videorekorderbenutzung die Regel ist, hätten, sofern sich die Nutzungsgewohnheiten unter dem Einfluß der Aufzeichnungsmöglichkeiten ändern, einerseits bei genügender eigener Attraktivität weniger unter sendeterminbedingten Publikumsverlusten zu leiden und wären andererseits breiterem Wettbewerb anderer Programmquellen ausgesetzt. Die Vermutung liegt nahe, daß sich zwischen Fernseh Rundfunk und AV-Medien Beziehungen herausbilden werden, die im Grundmuster dem Verhältnis des Hörfunks zu Tonband und Schallplatte ähneln. Der auf weite Sicht für die große Mehrzahl der Fernsehhaushalte zu erwartende Besitz von Videorekordern dürfte die Möglichkeiten des Fernseh Rundfunks als kostengünstigstem Vertriebsweg für audiovisuelle Darbietungen, die kurzfristig ein großes Publikum ansprechen sollen, verstärken — bis hin zur Nutzung der knappen Sendefrequenzen „rund um die Uhr“. Besonders enge Wettbewerbsbeziehungen sind zwischen den AV-Speichermedien und dem gegen besonderes Entgelt verbreiteten Fernsehen (Pay-TV, Pay-per-view) zu erwarten.

Die in den Privathaushalten bisher vor allem durch Kassetten- und Videorekorderkäufe geschaffenen Kapazitäten zur Einspeicherung und Wiedergabe von Ton- oder auch Bildfolgen werden heute meist nur für Informationen genutzt, die von den Massenmedien verbreitet worden sind. Der sich aus technisch/wirtschaftlichen Gründen verstärkende Trend, in der Telekommunikation multifunktionale Instrumente zu verwenden, stützt die Annahme, daß in nicht allzu ferner Zukunft derartige Leistungen von Geräten erbracht werden, die ebenfalls der rechnergestützten Individualkommunikation dienen können. Insoweit könnte auch hier die von der Massenkommunikation profitierende Unterhaltungselektronik zur Verbesserung technischer Bedingungen der Individualkommunikation beitragen.

In zunehmendem Maße gelangen AV-Medien im Bildungsbereich zur Anwendung; sie werden meist im Verbund mit anderen Kommunikations- und Informationstechniken in vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft geförderten Pilotprojekten erprobt bzw. bereits planmäßig benutzt. So entstehen vielversprechende Betätigungsfelder und neue Märkte.

IV. Tonträger

1 Abgrenzung

Die Sammelbezeichnung Tonträger umfaßt jene Produkte der informationstechnischen Industrie, die im Unterschied zu audiovisuellen Speichermedien nur als Träger von Aufzeichnungen schallwiedergebender Schwingungsfolgen dienen. Es gibt zwei Hauptgruppen von Tonträgern: Schallplatten und Tonbänder.

2 Bisherige wirtschaftliche Entwicklung

2.1 Langfristige Entwicklung

Die langfristige Entwicklung des Tonträgermarktes spiegelt Ergebnisse oft in Wechselwirkung stehender Innovationen, die sich keineswegs immer auf die Speichermedien beschränken. Vielmehr ist dabei etwa der Ausbreitung des Hörfunks oder auch der des Fernsehens eine Hauptrolle zuzuweisen. Ein knapper chronologischer Überblick der medien-spezifischen, technischen Neuerungen, die zu ihrer Zeit das Marktgeschehen prägten, findet sich in den Materialien dieses Berichtes⁸⁴).

2.2 Verhältnis Schallplatte/Tonband

Die absatzwirksamen Beziehungen zwischen Schallplatte und Tonband lassen sich derzeit nicht sicher beurteilen. Das liegt an der Vielzahl jeweils schwer zu gewichtender, zum Teil gegensätzlicher Einflußgrößen. Beide Speichermedien haben austauschbare und sich ergänzende Leistungseigenschaften: dem großen Vorteil des Magnetbandes, sowohl zur Wiedergabe als auch zur Aufzeichnung dienen zu können, setzt die Schallplatte eine oft bessere Wiedergabequalität und das umfassendere Programmangebot entgegen. Die Entwicklung des Angebots an Abspielgeräten deutet darauf hin, daß sich beide Medien, jedenfalls im Bereich des „gehobenen“ Konsums, wechselseitig Kunden zuführen. Auch hat in jüngerer Zeit der Kassettenrekorder manche Marktsegmente erst erschlossen. Andererseits beeinträchtigt die vom Tonband eröffnete Möglichkeit der Eigenaufzeichnung den Absatz gespielter Tonträger beider Art. Da sich außerdem der Wettbewerb um das Medienbudget des Verbrauchers nicht zuletzt infolge der raschen Ausbreitung audiovisueller, also leistungsverwandter Aufnahme- und Wiedergabesysteme verschärft, und die sich wandelnde gesamtwirtschaftliche Entwicklung

⁸⁴) Vgl. Abschnitt D IV der Materialien.

ebenfalls von Belang ist, können stichhaltige Bewertungen einzelner Faktoren nur selten über qualitative Aussagen hinausgehen.

2.3 Tonträgerumsätze

2.3.1 Schallplatten

Gemessen an den Stückumsätzen zählte die Bundesrepublik Deutschland 1983 nach den Vereinigten Staaten — in denen, bei 3,8fach höherer Einwohnerzahl, mehr als das Doppelte an Schallplatten und fast das 4,5fache an Musikkassetten abgesetzt wurden — noch vor Japan, einem Markt gleicher Größenordnung — zu den drei umsatzstärksten Tonträgermärkten der westlichen Welt⁸⁵⁾. Nach Erhebungen des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft steigerte sich hierzulande in den Jahren von 1969 bis 1978 die Stückzahl verkaufter Langspielplatten auf mehr als das Dreifache, ging seither aber zurück; sie sank von 119,9 Mio. (1979) auf 81,1 Mio. Stück (1984), also um fast ein Drittel. Bei den anderen herkömmlichen Schallplatten (Platten niedriger Preislage von meist nur 17 cm Durchmesser zur Wiedergabe von Unterhaltungsmusik) brachte das Spitzenjahr 1978 gegenüber 1969 eine Steigerung der abgesetzten Stückzahl um ein gutes Drittel. Der danach zu beobachtende Rückgang des Mengenabsatzes wandelte sich 1982 in einen Wiederanstieg, der auch 1983 anhielt und in diesem Jahr gegenüber 1979 eine Erhöhung um 22% auf 62,1 Mio. Stück ergab; 1984 allerdings sank der Absatz erneut (um 10,6%) und betrug noch 55,5 Mio. Stück. Das Ende 1984 im Inland verfügbare Gesamtangebot an Musikaufzeichnungen auf Langspielplatten umfaßte nach Ermittlungen des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft 18 778 Titel (darunter 8 327 mit klassischer Musik); es wurde durch 4 973 Titel (partiell gleichen Inhalts) auf anderen herkömmlichen Schallplatten ergänzt⁸⁶⁾. Der Käufer von Kompaktschallplatten konnte Ende 1983, neun Monate nach der Markteinführung, zwischen 473 Titeln wählen, rd. 0,9 Mio. dieser Platten wurden im selben Jahr abgesetzt; 1984 stieg der Absatz auf 3 Mio. und das am Jahresende verfügbare Gesamtangebot (ohne Importdienste) auf 1 819 Titel.

2.3.2 Tonbänder

Die in den sechziger Jahren beginnende rasche Expansion des Absatzes bespielter Tonbänder verlangsamte sich zwar in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre erheblich, aber immerhin waren auch noch in jüngerer Zeit positive Jahreszuwachsrate der insgesamt abgesetzten (ungewichteten) Stückzahl die Regel. Anders als die Langspielplatte zeigte die Musikkassette in den zwei großen Haupt-

gruppen zuletzt jedoch deutliche Tendenzunterschiede: In der Stückzahl wurden bis 1983 die Absatzrückgänge bei aufwendigeren Erzeugnissen vom Absatzgewinn der sog. Niedrigpreiskassetten überdeckt. Der jährliche Gesamtabsatz schwankte von 1982 bis 1984 zwischen rund 51 und 53 Mio. Stück. Ende 1984 waren im Inland an Tonaufzeichnungen in Form von Musikkassetten insgesamt 10 026 Titel (darunter 2 804 mit klassischer Musik) verfügbar.

Der Jahresumsatz an unbespielten Tonbändern, an sog. Leerkassetten, wurde für 1983 auf über 100 Mio. Stück geschätzt; ein wesentlicher Teil davon soll zu Lasten der Verkäuflichkeit von Tonträgern vor allem höherer Preislage erzielt worden sein⁸⁷⁾. Die mit Ausnahme der (jungen) Kompaktschallplatte bis Ende 1984 langfristig bei allen Tonträgern zu beobachtenden Abflachungen bzw. Rückgänge der Absatzmengen, zu denen allerdings andere, insbesondere gesamtwirtschaftliche Einflüsse beitrugen, stehen jedenfalls nicht im Widerspruch zu dieser These⁸⁸⁾.

2.4 Inländische Anbieterstruktur

Der Inlandsmarkt der bespielten Tonträger wird von wenigen Anbietern beherrscht. Der Umsatz, dessen Wert im Jahr 1984 auf über zwei Mrd. DM veranschlagt wurde, entfiel zu rd. zwei Dritteln auf die Spitzengruppe der vier führenden Anbieter und zu etwa 95% auf die Unternehmen mit den zehn größten Marktanteilen. Der Marktanteil des größten Anbieters in deutschem Alleinbesitz lag 1984 bei 15%. Die Mehrzahl der umsatzstarken Anbieter befand sich in ausländischem Eigentum⁸⁹⁾. Da Sprachgrenzen zumindest die Verbreitung wortfreier Tonaufzeichnungen nur wenig behindern, lassen sich auf frei zugänglichen Tonträgermärkten Größen- und Verbundvorteile eines Unternehmens auch international weitgehend ungeschmälert zur Geltung bringen.

3 Perspektiven

Die Internationalisierung des Angebots auf dem inländischen Tonträgermarkt wird auch künftig eher wachsen — vornehmlich wohl zugunsten weltweit operierender Großunternehmen. Der sich andeutende Trend zu multifunktionalen Lösungen für kommunikationstechnische Aufgaben spricht auf weite Sicht dafür, daß die Grenzen, die einer engeren Verflechtung mit audiovisuellen Medien bei der Nutzung von Geräten und Programmen noch entgegenstehen, spürbar an Durchlässigkeit gewinnen dürften.

⁸⁵⁾ Vgl. Phono Press Nr. 1/1985, S. 36. Pro Kopf gerechnet ist von diesen drei Ländern der Absatz von Schallplatten in der Bundesrepublik Deutschland und der von Musikkassetten in den Vereinigten Staaten von Amerika am höchsten.

⁸⁶⁾ Vgl. Phono Press Nr. 1/1985, S. 3.

⁸⁷⁾ Vgl. Phono Press Nr. 1/1984, S. 16.

⁸⁸⁾ Einzelheiten zur langfristigen Entwicklung der Absatzmengen vgl. Abschnitt D IV der Materialien, insbesondere Tabellen 79 bis 81.

⁸⁹⁾ Vgl. dazu den Bericht über die deutsche Schallplattenindustrie in: „neue medien“, Mai 1985, S. 88 ff.

V. Rundfunk

1 Wirtschaftliche Entwicklung

Die Darstellung beschränkt sich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, auf dessen wirtschaftliche Entwicklung und auf diejenigen Daten, die unter gesamtwirtschaftlichen Gesichtspunkten bzw. zur Beurteilung der Aufwendungen und Erträge bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts bedeutsam sind. Im Berichtszeitraum⁹⁰⁾ hatten die privaten inländischen Rundfunkanbieter die Experimentier- und Erprobungsphase noch nicht überschritten; auch fehlten noch die verbreitungstechnischen und teilweise die rechtlichen Voraussetzungen für eine massenkommunikative Betätigung neuer Rundfunkanbieter.

1.1 Rundfunkgebühren

Seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland sind die Rundfunkgebühren, wie im einzelnen der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen ist, insgesamt viermal erhöht worden.

Die drei ersten Gebührenerhöhungen sind in den Medienberichten 1974 und 1978 angesprochen⁹¹⁾. Die ab Juli 1983 geltende Gebühr geht auf eine Empfehlung der (seit 1975 tätigen) Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF)⁹²⁾ zurück, die allerdings eine geringere und spätere Erhöhung vorsah, nämlich für die Grundgebühr ein Mehr von 0,95 DM und für die Fernsehgebühr 1,25 DM Aufschlag, beides erst mit Wirkung vom 1. Januar 1984. Gegenüber diesem Vorschlag haben die Regierungschefs der Länder in dem am 2. Juli 1982 zwischen ihnen abgestimmten Staatsvertrag, der von den Landesparlamenten in den Monaten April bis Juni 1983 ratifiziert worden ist, die Grundgebühr um insgesamt 0,30 DM weiter aufgestockt, und zwar um 0,20 DM für die Umstruk-

turierung des Finanzausgleichs sowie um 0,10 DM für „Innovationen und verlängerte Laufzeit“; die Mehranhebungen der Fernsehgebühr erreichten zusammen 0,70 DM, und zwar 0,35 DM für Innovationen und verlängerte Laufzeit, 0,20 DM für den sog. Kabelgrotschen zur Aufbringung von 140 Mio. DM Finanzierungsbeitrag für die Kabelpilotprojekte und 0,15 DM zur Verbesserung der Restversorgung, d. h. der Rundfunkempfangsbedingungen in sendetechnisch bzw. sendeökonomisch schwierigen Bereichen des Versorgungsgebietes. Der Vertrag kann frühestens zum 31. Dezember 1986 mit Wirkung zum 31. Dezember 1987 gekündigt werden.

1.2 Aufwands- und Ertragsentwicklung

In Fortschreibung der Angaben in den Medienberichten der Jahre 1974 und 1978⁹³⁾ sind die wichtigsten Zahlen zur Aufwands- und Ertragsentwicklung bei den Landesrundfunkanstalten und beim ZDF im Abschnitt D der Materialien (Tabellen 82 bis 84) als Periodenvergleich über den Zeitraum von 1978 bis 1984 zusammengefaßt. Die Daten für die Rundfunkanstalten des Bundesrechts, Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF), befinden sich ebenfalls im Abschnitt D der Materialien (Tabellen 85 und 86).

Die Entwicklung der Gebührenerahmen im Berichtszeitraum erhielt ihre Prägung von den staatsvertraglichen Vereinbarungen, mit denen die monatliche Gesamtgebühr für Hörfunk und Fernsehen zum 1. Januar 1979 um 2,50 DM auf 13,00 DM und zum 1. Juli 1983 um 3,25 DM auf 16,25 DM erhöht wurde. Dagegen nahm die Anzahl der gebührenpflichtigen Empfangsgeräte mit jährlichen Steigerungsraten bis zu 2,1% erwartungsgemäß nur schwach, insgesamt aber doch etwas stärker zu als von den Rundfunkanstalten angenommen worden war⁹⁴⁾.

Anwendungszeitraum der Gebühr	Hörfunk-/ Grundgebühr	Fernsehgebühr	zusammen
	DM	DM	DM
bis 31. 12. 1969	2,00	5,00	7,00
1. 1. 1970 bis 31. 12. 1973	2,50	6,00	8,50
1. 1. 1974 bis 31. 12. 1978	3,00	7,50	10,50
1. 1. 1979 bis 30. 6. 1983	3,80	9,20	13,00
ab 1. 7. 1983	5,05	11,20	16,25

⁹⁰⁾ Die Daten über die Aufwendungen und Erträge der Landesrundfunkanstalten wurden aus Zuständigkeitsrückichten lediglich veröffentlichten Quellen entnommen und decken deshalb nur den Zeitraum bis Ende 1984 ab; dies erforderte im Interesse einer einheitlichen Datenpräsentation eine entsprechende Begrenzung bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts.

⁹¹⁾ Drucksachen 7/2104, S. 49 f. und 8/2264, S. 78 ff.

⁹²⁾ Vgl. Vierter Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) vom 9. Dezember 1983, S. 2 ff.

⁹³⁾ Vgl. Drucksachen 7/2104, S. 53 bis 55 und 8/2264, S. 81 bis 84.

⁹⁴⁾ Vgl. Vierter Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) vom 9. Dezember 1983, S. 13 sowie ARD-Jahrbücher 1979 bis 1985 (hier jeweils Tabelle 23 der Finanzstatistik); zur Entwicklung der Anzahl der angemeldeten Geräte (Rundfunkteilnehmer) und der Haushaltungen vgl. Tabelle 89, zur Entwicklung des Gebührenaufkommens Tabelle 88 in Abschnitt D der Materialien.

Im Berichtszeitraum stiegen die Erträge aus Kostenerstattungen langsamer als die betrieblichen Aufwendungen. Die sonstigen betrieblichen Erträge der Jahre nach 1980 lassen sich mit denen früherer Perioden nicht unmittelbar vergleichen, weil sie nunmehr auch die Erträge aus Geldanlagen sowie aus dem Finanzausgleich zwischen den ARD-Anstalten enthalten, die früher beide in die neutralen Erträge eingingen.

Der Anteil der Personalkosten an den betrieblichen Aufwendungen nahm insgesamt geringfügig ab. Mit Ausnahme der Bundesrundfunkanstalt Deutsche Welle (+ 5,6%) sanken von 1980 bis 1984 bei allen Rundfunkanstalten die prozentualen Anteile der Personalkosten an den Betriebskosten; niedriger als 1973, dem ersten Vergleichsjahr des vorigen Medienberichtes, waren sie 1984 jedoch nur beim Saarländischen Rundfunk, beim Süddeutschen Rundfunk und bei der Deutschen Welle⁹⁵). Bei Vergleich der Personalkostenentwicklungen von Rundfunkanstalten, die (wie z.B. ZDF, DW und WDR) in unterschiedlichen Bereichen oder Bereichskombinationen des Rundfunks tätig sind, ist insbesondere zu berücksichtigen, daß der Anteil der Personalkosten an den Gesamtkosten im Hörfunk normalerweise höher ist als im Fernsehen⁹⁶).

1.3 Finanzierung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle und Deutschlandfunk

Das Gesetz über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts vom 29. November 1960 enthält keine Regelung der Finanzierung der Bundesrundfunkanstalten. Deutsche Welle und Deutschlandfunk werden — abgesehen von einer Anteilsfinanzierung für den Deutschlandfunk aus dem Gebührenaufkommen der Landesrundfunkanstalten (1985: 52,1 Mio. DM) — aus dem Bundeshaushalt finanziert. Die Ansätze im Bundeshaushalt 1985 betragen für die Deutsche Welle 245,4 Mio. DM und für den Deutschlandfunk 84,3 Mio. DM.

Der Deutsche Bundestag hat — wie im übrigen auch die Parlamente der Länder — die Haushalts- und Wirtschaftsführung der Rundfunkanstalten in den vergangenen Jahren besonders kritisch beobachtet und insbesondere die Transparenz des Vergütungsgefüges, die Angleichung der Vergütungs- und Versorgungsstrukturen der Anstalten an die des öffentlichen Dienstes einschließlich Abbau der Überversorgung, den Abbau von Vergünstigungen bei den Zulagen und die Abschaffung der Nebentätigkeitsvergütung zwischen den Anstalten gefordert.

Deutsche Welle und Deutschlandfunk sind diesen Forderungen weitgehend nachgekommen. Die tariflich vereinbarten Vergütungen werden mit den Haushaltsplänen der Anstalten veröffentlicht. Die Überversorgung ist abgebaut und der Altersversorgung im öffentlichen Dienst angeglichen worden.

⁹⁵) Im einzelnen vgl. Tabelle 87 in Abschnitt D der Materialien sowie Drucksache 8/2264, S. 83 (Tabelle C 7).

⁹⁶) Vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 80 mit weiterem Quellennachweis.

Die Zulagengewährung wird nach einer 50%igen Reduzierung der Vergütungen für Nebentätigkeiten bei anderen Rundfunkanstalten restriktiv gehandhabt. Die Angleichung der Vergütungen an die für Angestellte und Arbeiter im öffentlichen Dienst geltenden Regelungen ist jedoch ebensowenig erreicht worden wie die Bildung einer Tarifgemeinschaft.

2 Schwerpunkte der rundfunkpolitischen Entwicklung seit 1978

2.1 Infrastrukturelle Verbesserung der Rundfunkversorgung

Für die Verbreitung von Rundfunkprogrammen in der Bundesrepublik Deutschland stehen terrestrische Sendernetze, Breitbandverteilnetze, Fernmeldesatelliten (Verteilsatelliten zur Programmheranführung und -einspeisung) und künftig Rundfunksatelliten zur Verfügung.

Die für die terrestrische Fernsehversorgung verfügbaren Frequenzen werden voll genutzt. Das Netz der Fernsehsender besteht aus 250 Sendern großer Leistung und ca. 5 400 Füllsendern (Umsetzern) kleiner Leistung. Durch diese Anlagen ist die Versorgung mit mindestens drei Fernsehprogrammen flächendeckend sichergestellt. Der Grad der Gesamtversorgung liegt (gemittelt) bei 98% und umfaßt alle Orte mit mindestens 800 Einwohnern. Die beabsichtigte Restversorgung zur Schließung von Versorgungslücken für Orte mit mindestens 200 Einwohnern wird durch Füllsender und teilweise durch Breitbandanlagen erfolgen. Noch verfügbare Frequenzen für Sender kleiner Leistung werden zur zusätzlichen Versorgung einzelner Städte neu bereit gestellt. Auch im Hörfunkbereich werden die vorhandenen, auf internationalen Wellen-Konferenzen festgelegten Frequenzen voll ausgenutzt. Größere Veränderungen der Frequenzsituation sind, abgesehen vom UKW-Bereich, nicht zu erwarten. Die Verteilung zusätzlicher UKW-Frequenzen bis 108 MHz, die 1984 in Genf auf der internationalen UKW-Planungskonferenz der ITU beschlossen wurde, kann teilweise (100 bis 104 MHz) ab 1986 realisiert werden, für den Teilbereich 104 bis 108 MHz jedoch erst bis 1996.

Kabelrundfunk über Breitbandverteilnetze, deren großflächiger Ausbau z. Zt. erfolgt, ermöglicht die Versorgung mit einer größeren Anzahl von Hörfunk- und Fernsehprogrammen. Die eingesetzte Kupferkoaxialtechnik erlaubt die Übertragung von 24 Fernseh- und ebensovielen Hörfunk-Programmen. In den Breitbandverteilnetzen können neben den ortsüblich empfangbaren Programmen auch direkt eingespeiste lokale und regionale Programme und Programme von Rundfunksatelliten übertragen werden. Auch Programme geringerer Empfangsfeldstärke (sog. ortsmögliche Programme) sowie über Richtfunk oder Fernmeldesatelliten herangeführte Programme können in diese Netze eingespeist werden.

Einen Überblick über die zur Zeit bzw. zukünftig zur Verfügung stehenden Rundfunk- und Fernmeldesatelliten gibt der Bericht in Abschnitt C I 4.4 f.

Aus rundfunkpolitischer Sicht ist hier darauf hinzuweisen, daß direkt empfangbare Rundfunksatelliten eine wichtige Ergänzung im System der Rundfunkversorgung darstellen. Für ein solches Rundfunksatellitensystem sprechen verfassungs-, medien-, außen- und industriepolitische Gründe:

- Stärkung der Informations- und Meinungsvielfalt,
- Versorgung der Bundesrepublik Deutschland und Europas mit direkt über Antenne individuell empfangbaren Programmen,
- Verstärkung eines integrationsfördernden, europaweiten Informationsflusses,
- Verbesserung der Marktchancen der deutschen Industrie.

2.2 Der Zugang privater Anbieter zum Rundfunk

Die durch Kabel, Satelliten, terrestrische Restfrequenzen für Sender kleiner Leistung und den neu verfügbaren Frequenzbereich für UKW-Tonrundfunk eröffneten zusätzlichen und verbesserten Verbreitungsmöglichkeiten für den Rundfunk schaffen die technischen Voraussetzungen für private Anbieter, neben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu treten. Die Voraussetzungen und Modalitäten ihrer Zulassung, die durch Gesetze geregelt werden müssen, sind seit Jahren eines der wichtigsten Themen in der rundfunkpolitischen Diskussion.

Auch die Bundesregierung begrüßt im Interesse der Meinungs- und Informationsvielfalt diese Öffnung für private Veranstalter. Die bisher vorherrschende öffentlich-rechtliche Organisation des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland ist kein Verfassungsgrundsatz des Grundgesetzes, sondern rechtfertigt sich historisch aus dem Frequenzmangel und dem außergewöhnlichen finanziellen Aufwand, der für die Veranstaltung von Rundfunk in der Vergangenheit betrieben werden mußte. Durch die Möglichkeiten der Satellitentechnik und der Breitbandverkabelung ist die öffentlich-rechtliche Organisation des Rundfunks als alleinige Organisationsform in Frage gestellt. Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit, das in Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG als Individualrecht gewährleistet ist, kann auch von Privaten ausgeübt werden.

Dies setzt jedoch voraus, daß privater Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland — und zwar überall — faire Startbedingungen und Verbreitungsmöglichkeiten erhält, Planungssicherheit für die erfolgreiche Gründung und den Betrieb der Unternehmen gegeben ist und auch die wirtschaftlichen und finanziellen Grundlagen nicht eingeschränkt werden, derer die privaten Unternehmen — namentlich bei der Ausstrahlung von Werbung — zu ihrer Existenzsicherung bedürfen. Die Bundesregierung weist darauf hin, daß prinzipiell zum Bestandteil einer wirksamen Garantie der Rundfunkfreiheit gehört, daß der Gesetzgeber eine funktionsgerechte Finanzierungsmöglichkeit eröffnet und private Anbieter nicht gezwungen werden, zur Aus-

übung ihres Grundrechts Programme im Ausland zu veranstalten, weil im Inland keine geeigneten Voraussetzungen geschaffen werden.

Die Etablierung privater Veranstalter auf dem Rundfunkmarkt ist allerdings unter den derzeitigen rechtlichen, wirtschaftlichen, organisatorischen und technischen Voraussetzungen im Vergleich zu dem durch öffentlich-rechtliche Gebühren wesentlich finanzierten und mit staatlichen Garantien ausgestatteten öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden.

Für die Entwicklungsschwierigkeiten der privaten Rundfunkveranstalter gibt es vor allem folgende Gründe:

- Das Medienrecht in den Ländern gestaltet sich uneinheitlich, insbesondere hemmen die Unterschiede bei den landesrechtlichen Gebühren und den Regelungen zur Einspeisung, zur Werbung, zum Jugendschutz und zur Rechtsaufsicht die Entwicklung des privaten Rundfunkmarktes.
- Es besteht Rechtsunsicherheit wegen einer Reihe von Verfahren vor den Verfassungsgerichten, die die Fragen der Vereinbarkeit neuer gesetzlicher Regelungen zur Zulassung privater Rundfunkanbieter mit dem Grundgesetz zum Gegenstand haben.
- Die Reichweite der privaten Rundfunkprogramme läßt trotz großer Anstrengungen der Deutschen Bundespost noch zu wünschen übrig, da die Anzahl der Haushalte, die technisch in der Lage sind, private Programme zu empfangen, noch zu gering ist. Während die Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ca. 90% der 25 Millionen Haushalte erreichen (Versorgungsgrad 98 — 99%), waren Ende 1985 erst ca. 4,7 Millionen Haushalte an Kabelnetze anschließbar, 1,6 Millionen tatsächlich angeschlossen. Satellitenprogramme wie SAT 1 konnten zu diesem Zeitpunkt von etwa einer Million Haushalte empfangen werden. Nach Untersuchungen sollen die bundesweit ausstrahlenden privaten Rundfunkanbieter zur Sicherung ihrer wirtschaftlichen Existenz aber mindestens 4,4 Millionen Haushalte benötigen, die private Fernsehprogramme empfangen können. Diese Zahl wird Mitte 1988 erreicht sein. Diese Sicherung kann nur unter der Voraussetzung gelten, daß nicht durch weitere öffentlich-rechtliche Rundfunkangebote der Markt für private Anbieter stärker als bisher eingengt wird.
- Die privaten Rundfunkanbieter sind bei bundesweiter Verbreitung derzeit noch allein auf die Verbreitung über Satellit angewiesen, können also im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten den unkomplizierteren technischen Verbreitungsweg der terrestrischen Frequenzen noch nicht nutzen. Dies macht sie — solange andere Übertragungswege (z. B. terrestrische Frequenzen oder direkt empfangbare Satellitenprogramme) nicht eröffnet werden — vom Ausbaustand der Breitbandverkabelung und der Zahl der angeschlossenen Haushalte abhängig.

— Darüber hinaus berühren die erkennbaren Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hinsichtlich der Ausweitung von Werbung, der bundesweiten Verbreitung ihrer dritten Programme sowie zusätzlicher, bundesweit verbreiteter und grenzüberschreitender neuer Programme (3-SAT, ARD-Eins-Plus) den Rundfunkmarkt und die Marktchancen der privaten Anbieter nicht unerheblich.

2.2.1 FRAG-Urteil

Im Zusammenhang mit dem Versuch der — privaten — Freien Rundfunk AG (FRAG) im Saarland, gerichtlich eine Hörfunkkonzession zu erreichen, hat das Bundesverfassungsgericht sich mit der Verfassungsmäßigkeit der Privatrundfunkbestimmungen des saarländischen Rundfunkgesetzes i. d. F. vom 7. Juni 1977 befaßt.

In seinem Urteil vom 16. Juni 1981⁹⁷⁾ hat es aus Anlaß der Feststellung, daß die Privatrundfunkbestimmungen des saarländischen Rundfunkgesetzes verfassungswidrig seien, Grundsätze zur Zulassung privater Rundfunkveranstalter aufgestellt. Diese Grundsätze sind allerdings bei der Schaffung neuen Landesrundfunkrechts der jüngsten Zeit, das die Zulassung privater Rundfunkveranstalter regelt, von den einzelnen Landesgesetzgebern hinsichtlich der vom Bundesverfassungsgericht vorgegebenen Rahmenbedingungen für die Rundfunkordnung unterschiedlich interpretiert worden. Dies hat zur Folge, daß sich das Rundfunkrecht der Länder in wesentlichen Bereichen weitgehend uneinheitlich entwickelt. Die tatsächlichen und technischen Voraussetzungen haben sich seit 1981 freilich stark verändert; der Bundesregierung erscheint es daher nicht zweifelsfrei, ob sämtliche Aussagen des FRAG-Urteils heute noch ohne weiteres in die rundfunkrechtliche Gesetzgebung übernommen werden können.

2.2.2 Private Rundfunkveranstalter

Seit Anfang 1984 bieten in der Bundesrepublik Deutschland auch private Veranstalter Fernseh- und Hörfunkprogramme an. Abgesehen von grenznahen Bereichen, in denen das in Luxemburg veranstaltete deutschsprachige Fernsehprogramm RTL plus (Tochtergesellschaft der Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT) und der Bertelsmann AG) drahtlos empfangbar ist, waren die neuen privaten Programme zunächst jedoch nur bei Anschlüssen an örtliche Breitbandnetze (im allgemeinen Sprachgebrauch: Kabelfernseh-Anschlüsse) empfangbar und dabei auch anfangs nur in den Bereichen der Kabelpilotprojekte Ludwigshafen und München.

Über den Einstieg in Pilotprojekte und mit Hilfe der Satelliten-Übertragungsmöglichkeiten können private Programmveranstalter inzwischen mit Ausnahme Hessens bundesweit in Kabelnetzen ihre Programme anbieten. In diesem Zusammenhang

sind als Anbieter deutschsprachiger Programme SAT 1 und RTL plus zu nennen.

3 Fortentwicklung des Rundfunkrechts

3.1 Mediengesetzgebung der Länder

3.1.1 Überblick

Unter dem Eindruck der raschen Entwicklung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken ist auch die Mediengesetzgebung der Länder in Fluß gekommen. Die Länder beanspruchen den gesamten Bereich der Nutzung der „neuen Medien“ als eigene Ländergesetzgebungskompetenz; sie begründen dies im wesentlichen mit dem Hinweis, daß es nach der in Art. 70 GG enthaltenen verfassungsrechtlichen Kompetenzvermutung zugunsten der Länder allein Ländersache sei, auch den über den herkömmlichen Rundfunkbereich hinausgreifenden Bereich der neuen Informations- und Kommunikationstechniken hinsichtlich der mit ihnen verbundenen Nutzung durch die Landesgesetzgebung abschließend zu regeln.

Die Gesetzgebung der Länder zum Rundfunkrecht läßt sich hierbei insgesamt in drei Gruppen einteilen:

- Gesetze, die sich auf die Fortentwicklung des bisherigen Rundfunks beschränken, d. h. Rundfunkgesetze im engeren Sinne;
- Gesetze, die daneben auch andere Kommunikationsdienste regeln;
- Gesetze über Kabelpilotprojekte.

3.1.2 Rundfunkgesetze im engeren Sinne

Hierzu rechnen:

- das Niedersächsische Landesrundfunkgesetz vom 23. Mai 1984⁹⁸⁾;
- das Rundfunkgesetz für das Land Schleswig-Holstein (Landesrundfunkgesetz — LRG) vom 27. November 1984⁹⁹⁾;
- das Gesetz Nr. 1174, Rundfunkgesetz für das Saarland (Landesrundfunkgesetz) vom 28. November 1984¹⁰⁰⁾;
- das Gesetz über den „Westdeutschen Rundfunk Köln“ — WDR-Gesetz — vom 19. März 1985¹⁰¹⁾.

Bei diesen Gesetzen handelt es sich teilweise um Gesetze zur Ablösung bisheriger Rundfunkgesetze (NRW, Saarland), teilweise um die erstmalige Schaffung von spezifischem Landesrundfunkrecht (Niedersachsen, Schleswig-Holstein). Mit Ausnahme des WDR-Gesetzes gestatten sie auch die Veranstaltung privaten Rundfunks.

⁹⁸⁾ GVBl., S. 147.

⁹⁹⁾ GVOBl.Sch.-H., S. 214.

¹⁰⁰⁾ Amtsbl., S. 1249.

¹⁰¹⁾ GV.NW., S. 237.

⁹⁷⁾ BVerfGE 57, 295 (319 ff).

3.1.3 Mediengesetze

Gesetze, die neben dem Rundfunk auch andere Kommunikationsdienste regeln, sind bisher verabschiedet worden von

- Bayern: Gesetz über die Erprobung und Entwicklung neuer Rundfunkangebote und anderer Mediendienste in Bayern (Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz — MEG) vom 22. November 1984¹⁰²;
- Baden-Württemberg: Landesmediengesetz Baden-Württemberg (LMedienG) vom 16. Dezember 1985¹⁰³;
- Hamburg: Hamburgisches Mediengesetz (HmbMedienG) vom 3. Dezember 1985¹⁰⁴.

3.1.4 Kabelpilotprojektgesetze

Eigene Gesetze über Kabelpilotprojekte sind in folgenden Ländern in Kraft:

- Berlin: Gesetz über die Durchführung des Kabelpilotprojekts Berlin (Kabelpilotprojektgesetz — KPPG) vom 17. Juli 1984¹⁰⁵;
- NRW: Gesetz über die Durchführung eines Modellversuchs mit Breitbandkabel (Kabelversuchsgesetz NW — KabVersG NW) vom 20. Dezember 1983¹⁰⁶;
- Rheinland-Pfalz: Landesgesetz über einen Versuch mit Breitbandkabel vom 4. Dezember 1980¹⁰⁷.

3.1.5 Vorschaltgesetze

Zur Beschleunigung der Einspeisung nicht ortsüblich empfangbarer oder herangeführter Rundfunkprogramme (z. B. über Satellit) haben folgende Länder (noch in Kraft befindliche) „Vorschaltgesetze“ verabschiedet, die den Zeitraum bis zur Verabschiedung eines Landesmediengesetzes überbrücken sollen:

- NRW: Gesetz über die vorläufige Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen in Kabelanlagen (VorlWeiterverbreitungsG NW) vom 19. März 1985¹⁰⁸;
- Bremen: Gesetz über die vorläufige Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen in Kabelanlagen vom 30. Juli 1985¹⁰⁹.

Damit sind die rechtlichen Voraussetzungen für die Einspeisung solcher Programme in Kabelanlagen

¹⁰²) BayGVBl., S. 455.

¹⁰³) GBl., S. 539.

¹⁰⁴) GVBl., S. 315.

¹⁰⁵) GVBl., S. 964, geändert durch Gesetz vom 27. März 1986 (GVBl., S. 526).

¹⁰⁶) GV.NW., S. 640.

¹⁰⁷) GVBl., S. 229, geändert durch Gesetz vom 20. Dezember 1984 (GVBl., S. 241).

¹⁰⁸) GV.NW., S. 248.

¹⁰⁹) Brem.GBl., S. 143.

in der gesamten Bundesrepublik Deutschland — außer in Hessen — geschaffen.

Die Hessische Landesregierung hat am 2. Dezember 1985 dem Hessischen Landtag den Entwurf eines Gesetzes über die Weiterverbreitung von Satellitenprogrammen zur Beschlußfassung zugeleitet¹¹⁰). Durch dieses Gesetz soll die Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen, die von Fernmeldesatelliten abgestrahlt und in Kabelanlagen eingespeist werden, zugelassen werden; dies gilt auch für Programme privater Veranstalter. Die Veranstaltung privater Rundfunkprogramme in Hessen ist aber weiterhin nicht zulässig.

3.2 Zur „inneren Rundfunkfreiheit“

3.2.1 Festanstellung sog. ständiger freier Mitarbeiter

Mit seinem Beschluß vom 13. Januar 1982¹¹¹) zur Festanstellung sog. ständiger freier Mitarbeiter setzte das Bundesverfassungsgericht seine Rechtsprechung zur Rundfunkfreiheit, hier bezogen auf die personalwirtschaftliche Seite des Rundfunks, mit richtungweisenden Abgrenzungskriterien fort.

Das Bundesarbeitsgericht¹¹²) hatte mehrfach entschieden, daß sog. ständige freie Mitarbeiter der Rundfunkanstalten, wenn sie sich in „persönlicher Abhängigkeit“ befinden, d. h. in ihrer Arbeit auf den Apparat der Anstalt und das Mitarbeiterteam angewiesen sind, als Arbeitnehmer zu betrachten, folglich fest anzustellen seien. Die Rundfunkfreiheit lasse sich auch im Rahmen des arbeitsrechtlichen Schutzsystems für den Mitarbeiter voll verwirklichen.

Den hiergegen eingelegten Verfassungsbeschwerden des WDR gab das Bundesverfassungsgericht statt. Ein Programmangebot, das der gebotenen Vielfalt Rechnung trägt, lasse sich nicht allein durch rechtlich normierte, inhaltliche Anforderungen oder organisatorische Regelungen gewährleisten; es setze auch, wenn nicht in erster Linie, voraus, daß die Sendungen von Personen gestaltet werden, die in der Lage sind, die gebotene Vielfalt in das Programm einzubringen. Ebensowenig ließen sich Aktivität, Lebendigkeit, Einfallsreichtum, Sachlichkeit, Fairneß oder künstlerisches Niveau rechtlich regeln. Insoweit hänge vielmehr die Erfüllung der Rundfunkaufgaben davon ab, daß deren personelle Voraussetzungen hergestellt und aufrechterhalten werden könnten. Allerdings umfasse der Schutz des Artikels 5 Abs. 1 Satz 2 GG nicht Personalentscheidungen der Rundfunkanstalten, die sich auf Mitarbeiter beziehen, die nicht unmittelbar den Inhalt der Sendungen mitgestalten.

Daraufhin hat das Bundesarbeitsgericht mit Urteilen vom 13. Januar 1983¹¹³) darüber entschieden, ob

¹¹⁰) Landtags-Drucksache 10/5010 vom 3. Dezember 1985.

¹¹¹) BVerfGE 59, 231.

¹¹²) Urteil des BAG vom 15. März 1978, EzA § 611 BGB, Arbeitnehmerbegriff Nr. 17 — RdA 1978, S. 266.

¹¹³) BAG AP Nr. 42, 43 zu § 611 BGB Abhängigkeit.

sich die beim WDR mit unterschiedlichen Aufgaben beschäftigten Kläger entsprechend ihrem Klagebegehren in unbefristeten Arbeitsverhältnissen zu dem beklagten Sender befinden. Zu der Frage der Rechtsstellung als Arbeitnehmer hat das BAG den Beschluß des Bundesverfassungsgerichts dahingehend interpretiert, daß der Begriff der Rundfunkfreiheit nicht verlange, einen von den allgemeinen arbeitsrechtlichen Grundsätzen abweichenden Arbeitnehmerbegriff zu entwickeln. Das BAG hat daher nach arbeitsrechtlichen Kriterien wie bisher geprüft, ob die Kläger die ihnen übertragenen Aufgaben als Arbeitnehmer oder als freie Mitarbeiter im Rahmen von Dienstverträgen erfüllt haben.

Mit der Formel, der arbeitsrechtliche Bestandsschutz begrenze nicht nur die Rundfunkfreiheit, er werde seinerseits durch die Rundfunkfreiheit begrenzt, und wegen seiner klarstellenden Abgrenzungskriterien ist der Beschluß des Bundesverfassungsgerichts zur Festanstellung für die Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland von erheblicher personalwirtschaftlicher Bedeutung. Wie das Bundesverfassungsgericht a.a.O. ausführt, waren nach Angaben der ARD bei den Rundfunkanstalten im Jahre 1978 insgesamt 20 532 Personen festangestellt. Davon waren in den programmgestaltenden Tätigkeiten 3 854 Mitarbeiter beschäftigt. Dem standen im selben Jahr rd. 83 000, das ZDF eingeschlossen, rd. 90 000 freie Mitarbeiter gegenüber, mit denen rd. 800 000 Honorarverträge abgeschlossen wurden (zur Anzahl vgl. auch Abschnitt E II 2). Seit 1974 hatten im Bereich der ARD im Klagewege rd. 450 Programmmitarbeiter die Festanstellung erreicht.

3.2.2 Zur Funktionsbindung des Redakteurs

Auf der Grundlage der Ausführungen des Bundesverfassungsgerichts zur unmittelbaren Grundrechtsgebundenheit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten¹¹⁴⁾ behandelte das Urteil des OVG Münster vom 16. April 1981¹¹⁵⁾ die Frage des Grundrechtsschutzes eines Redakteurs gegenüber der Rundfunkanstalt.

In dem zugrunde liegenden Rechtsstreit hatte der Kläger, Redakteur beim WDR, gegenüber der vom WDR-Verwaltungsrat beschlossenen Beanstandung der von ihm produzierten Sendung seinerseits — unter Berufung u.a. auf das Grundrecht der Rundfunkfreiheit — die Feststellung beantragt, daß ein solcher Verstoß nicht vorliege.

Das OVG Münster führt hierzu aus: Die Tätigkeit des Redakteurs sei nicht subjektiv-rechtlich durch Grundrechte gegenüber der Rundfunkanstalt begründet und geschützt. Auch als verantwortlichem Redakteur seien ihm seine Ermessensbefugnisse nur zur funktionsbedingten Wahrnehmung des öffentlichen Programmauftrags der Rundfunkanstalt und nicht zur Entfaltung seiner Persönlichkeit überantwortet. Anderenfalls verstieße nämlich ein

im individuellen Interesse gewährtes Recht, Rundfunk zu gestalten und Meinungen über das Medium Rundfunk zu verbreiten, gegen die durch Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG definierten Strukturvorgaben, Rundfunk als öffentliche Aufgabe in öffentlicher Verantwortung zu betreiben. Als Funktionshelfer des Rundfunks könne dem Redakteur allenfalls ein seinem Dienstauftrag entsprechender Bereich an Rundfunkfreiheit zukommen. Jedoch wirke dieser Grundrechtsschutz lediglich parallel zu dem der Anstalt selbst gegen von außen durch den Staat drohende Beeinträchtigungen der Rundfunkprogrammgestaltung. Er wirke nicht auch im Innenverhältnis gegen das Rundfunkunternehmen.

Die vom OVG Münster getroffene Klarstellung wurde in die vom Rundfunkrat des Deutschlandfunks am 29. September 1983 verabschiedeten „Programmrichtlinien des Deutschlandfunks“ übernommen¹¹⁶⁾.

3.2.3 Neue Redakteurstatuten

Mit beeinflusst von dem eben erwähnten Urteil des OVG Münster wurde kontrovers über rundfunkspezifische Beteiligungsrechte von Mitarbeitern bei der Programmgestaltung in den Rundfunkanstalten diskutiert. Diese Diskussionen sind geprägt von dem Bestreben, derartige rundfunkspezifische Beteiligungsrechte durch sogenannte Redakteurstatute neben der in den Personalvertretungsgesetzen gewährleisteten betrieblichen Mitbestimmung zu institutionalisieren. Redakteurstatute werden i.d.R. von Zusammenschlüssen der Programmmitarbeiter erarbeitet oder zumindest mit ihnen beraten und vom Intendanten durch Erlaß oder auch als „Verbindungen“ in Kraft gesetzt. Sie dienen insbesondere als anstaltsinterne Konfliktregelungsinstrumente der Klarstellung und Grenzziehung im Spannungsfeld zwischen der Verantwortlichkeit des Intendanten für die Erfüllung des jeweiligen gesetzlichen Programmauftrags und den Auffassungen und Überzeugungen der einzelnen Programm-Redakteure.

Hierin finden sie zugleich auch ihre rechtlichen Schranken, weil die Erfüllung des gesetzlichen Programmauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten allein in der Verantwortung des Intendanten und der gesetzlich bestimmten, der Beteiligung durch die gesellschaftlich relevanten Kräfte unterliegenden Gremien bleiben muß und nicht auf andere Gremien verlagert werden darf, die nicht auf solche Weise legitimiert sind.

In der Berichtszeit — am 28. Oktober 1983 — trat das Redakteurstatut der Deutschen Welle in Kraft¹¹⁷⁾. Für den WDR gilt seit dem 9. September 1980 ein vom Intendanten als verbindlich erklärtes Statut der Fachgruppe Programmmitarbeiter. Beim NDR ist seit dem 19. September 1982 — notwendig geworden durch den neuen NDR-Staatsvertrag — ebenfalls ein neues Redakteurstatut in Kraft.

¹¹⁴⁾ BVerfGE 47, 198 (225).

¹¹⁵⁾ AfP 1981, 424.

¹¹⁶⁾ Vgl. Wortlaut in Abschnitt D V 3.2.2 der Materialien.

¹¹⁷⁾ Vgl. Wortlaut in Abschnitt D V 3.2.3 der Materialien.

4 Deutschlandpolitische Aspekte

Die Entwicklung neuer Rundfunktechniken macht nicht vor Ländergrenzen halt. Sie ermöglicht eine Vergrößerung des Angebots von Informationen und Meinungen und damit eine Intensivierung des von der Bundesregierung vertretenen freien grenzüberschreitenden Informationsflusses.

Angesichts der fortbestehenden Teilung Deutschlands leisten die Medien Hörfunk und Fernsehen einen wichtigen Beitrag zur Wahrung der Einheit der Nation. Durch Programmgestaltung und Berichterstattung tragen Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland einen Teil der Verantwortung bei der Aufrechterhaltung der Bindungen zwischen den Menschen in beiden Staaten in Deutschland.

In einem Briefwechsel mit der DDR (1972) im Zusammenhang mit dem Grundlagenvertrag ist die Akkreditierung von Journalisten in beiden Staaten geregelt worden. Unter den in Ost-Berlin akkreditierten Korrespondenten befinden sich mehrere Mitarbeiter, die Hörfunk- und Fernsehanstalten aus der Bundesrepublik Deutschland vertreten. Sie berichten regelmäßig aus der und über die DDR.

Auch unter den in Bonn tätigen Korrespondenten aus der DDR arbeiten Journalisten für Hörfunk und Fernsehen der DDR.

Außerdem berichten Reisekorrespondenten aus beiden Staaten zu besonderen Anlässen für ihre Sendeanstalten.

Gegen die Anwendung später erlassener, die journalistischen Arbeitsbedingungen in der DDR einschränkender Bestimmungen hat die Bundesregierung wiederholt mit Nachdruck bei der Regierung der DDR protestiert. Sie bleibt darum bemüht, daß Behinderungen der journalistischen Arbeit in der DDR abgebaut, die Grundsätze des Briefwechsels über die Arbeitsmöglichkeiten für Journalisten eingehalten und die in der KSZE-Schlußakte vereinbarten Verbesserungen ermöglicht werden.

Große Bedeutung hat für die Bundesregierung die ebenfalls in der KSZE-Schlußakte von allen Regierungen bekundete Absicht zu mehr grenzüberschreitender Information durch Rundfunksendungen im Interesse der gegenseitigen Verständigung zwischen den Menschen. Das Prinzip des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses, zu dem sie sich national wie international bekennt, ist für die Bundesregierung Ausfluß des Rechts jedes Menschen auf Informations- und Meinungsfreiheit.

Der Empfang von Hörfunk- und Fernsehsendungen aus der Bundesrepublik Deutschland einschließlich Berlin(West) gibt vielen Hörern und Zuschauern in weiten Teilen der DDR die Möglichkeit, sich ungehindert über Ereignisse und Meinungen zu informieren, wie sie in Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland dargestellt werden. In dem starken Interesse, das Hörfunk- und Fernsehprogramme aus der Bundesrepublik Deutschland in der DDR finden, manifestiert sich der Wille der

Menschen zur Überwindung des Trennenden. Der Fortbestand der Einheit der Nation wird in dieser Form der Kommunikation deutlich.

Im Rahmen ihres verfassungsmäßigen Auftrags zur Wahrung der Einheit der Nation ist es das Ziel der Bundesregierung sicherzustellen, daß die Menschen in der DDR weiterhin die Möglichkeit haben, ungehindert Hörfunk- und Fernsehsendungen aus der Bundesrepublik Deutschland empfangen zu können. Besondere Bedeutung kommt hierbei den Rundfunkanstalten zu, deren Programmauftrag sich auf Deutschland und Europa bezieht. In diesem Zusammenhang weist die Bundesregierung besonders auf die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags des Deutschlandfunks hin.

Weil die Auswirkungen der derzeit erkennbaren medientechnologischen Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland auch auf Hörer und Fernsehzuschauer in der DDR noch nicht übersehbar sind, dürfen die bestehenden terrestrischen Sende- und Empfangsmöglichkeiten nicht beeinträchtigt werden.

In einigen Gebieten der DDR, in denen der Empfang von Fernsehprogrammen aus der Bundesrepublik Deutschland möglich ist, werden seit Beginn der achtziger Jahre auch diese Programme in neu installierte, der Verbesserung der Programmversorgung dienende Kabelverteilanlagen (Gemeinschaftsantennen) eingespeist.

VI. Elektronische Textkommunikationsdienste

1 Die neuen Textkommunikationsformen

Die neuen Textkommunikationsformen als elektronische Abruf(Zugriffs-) und Kommunikationsdienste erlauben es, elektronisch gespeicherte Informationen weltweit für jeden Interessenten zu dem von ihm gewählten Zeitpunkt nach individueller Auswahl sekundenschnell zugänglich zu machen.

Diese zukunftssträchtige Entwicklung hat mit Bildschirmtext und Videotext als Prototypen dieser neuartigen Dienste ihren Anfang genommen. Weitere Textkommunikationsdienste können folgen, sobald Breitband-Kabelnetze, Satelliten sowie verbesserte Speicher- und Übertragungstechniken die Voraussetzungen geschaffen haben.

2 Bildschirmtext

2.1 Das Bildschirmtextsystem und die Bedeutung seiner Anwendungsmöglichkeiten

Bildschirmtext (Btx)¹¹⁸⁾ ist ein für jeden als Teilnehmer und als Anbieter zur inhaltlichen Nutzung bestimmtes neues Informations- und Kommunika-

¹¹⁸⁾ Zur internationalen Bezeichnung der mit dem deutschen Btx-System vergleichbaren Telekommunikationsformen siehe Abschnitt D VI der Materialien.

tionssystem, bei dem elektronisch gespeicherte textorientierte Informationen und andere Dienste über die öffentlichen Fernmeldenetze (z. B. das Telefonnetz) abgerufen oder Mitteilungen an bestimmte andere Teilnehmer übermittelt werden können. Das Fernsprechnetz ist wegen seiner weiten Verbreitung — man rechnet für Ende 1985 mit einem Versorgungsgrad von etwa 90 % aller Privathaushalte — und wegen seiner Vermittlungsfähigkeit ein besonders geeignetes Medium für eine derartige Anwendung. Die abgerufenen Informationen werden auf dem Bildschirm z. B. eines Fernsehempfängers sichtbar gemacht, der einen „Bildschirmtext-Decoder“ enthält, durch den die empfangenen Informationen gespeichert und in stehende Texte und Graphiken („Bildschirmtext-Seiten“) umgewandelt werden. Zusätzlich benötigen Bildschirmtext-Teilnehmer zu ihrem Fernsprechananschluß ein Gerät, das den Fernsehempfänger an das Fernsprechnetz anpaßt; nach seiner Hauptfunktion (modulieren und demodulieren) heißt das Anpassungsgerät „Modem“ (genauer: Btx-Anschlußbox). Zum Abruf der Information bzw. zum Dialog im Bildschirmtextsystem kann der Teilnehmer die entsprechend eingerichtete Fernbedienung seines Fernsehempfängers (numerische Tastatur) oder eine zusätzliche alphanumerische Spezialtastatur verwenden. Neuerdings kommen insbesondere für gewerbliche Zwecke auch Bildschirmtext-Geräte ohne Fernsehempfänger zum Einsatz.

Bei der Entwicklung der technischen Möglichkeit, EDV-Anlagen der verschiedensten Betreiber und deren Datenbestände in Bildschirmtext zu nutzen (Rechnerverbund), nimmt die Bundesrepublik Deutschland international eine Spitzenstellung ein. Wegen der raschen Entwicklung der Telekommunikationstechnik ist weltweit ein Innovationsschub zu erwarten, der Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Industrie hat. Die Deutsche Bundespost hat sich deshalb entschlossen, ab 1983 stufenweise ein bundesweites Bildschirmtextsystem einzurichten. Dabei wurde gleichzeitig die in den Bildschirmtext-Feldversuchen angewandte Btx-Norm (Prestel) durch den europäisch genormten CEPT-Standard abgelöst, wodurch eine bessere graphische Gestaltung der Btx-Seiten sowie ein grenzüberschreitender Btx-Dienst ermöglicht wird.

Die Speicherkapazität der Bildschirmtexteinrichtungen der Deutschen Bundespost umfaßte bei Beginn der bundesweiten Einführung eine Größenordnung von einigen Millionen Btx-Seiten, die den Informationsanbietern zur Verfügung standen. Zum Abruf können Textinformationen aller Art einschließlich Grafiken gespeichert und angeboten werden. Hinzu kommt die nahezu unbegrenzte Kapazität der angeschlossenen externen Speicher, die auch Verarbeitungsprogramme (andere Dienste), wie z. B. Kontenführung, Ferneinkauf oder Rechen-dienstleistungen, bereitstellen können. Jeder Teilnehmer kann über das Bildschirmtextsystem jedem anderen Teilnehmer Mitteilungen übermitteln. Darüber hinaus ermöglicht Bildschirmtext auch den Zugriff auf Angebote aus ausländischen Bildschirmtextsystemen.

2.2 Die Bildschirmtext-Feldversuche in Berlin und Düsseldorf/Neuss

Im Zusammenwirken mit der Deutschen Bundespost haben die Länder Berlin und Nordrhein-Westfalen befristete Bildschirmtextversuche durchgeführt. Diesen Feldversuchen lagen landesgesetzliche Regelungen zugrunde: in Berlin das „Gesetz über die Erprobung von Bildschirmtext in Berlin (Bildschirmtexterprobungsgesetz — BiTEG)“ vom 29. Mai 1980¹¹⁹⁾, in Nordrhein-Westfalen das „Gesetz über die Durchführung eines Feldversuchs mit Bildschirmtext (Bildschirmtextversuchsgesetz NW)“ vom 18. März 1980¹²⁰⁾.

Zweck der Versuche war es, die Nutzung von Bildschirmtext zu erproben und „die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Folgen zu untersuchen, insbesondere die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt und den Medienbereich, und die Probleme des Datenschutzes“ (§ 2 Abs. 1 und Abs. 2 BiTEG Berlin; ähnlich § 3 Abs. 1 Satz 2 Bildschirmtextversuchsgesetz NW).

Beide Versuche wurden wissenschaftlich begleitet und ausgewertet. Die Zusammenfassung dieser wissenschaftlichen Begleituntersuchungen ergeben, daß Bildschirmtext nach derzeitigem Erkenntnisstand keine Verdrängung vorhandener Medienstrukturen zur Folge haben und in der Anfangsphase vorwiegend der Geschäftskommunikation dienen wird. Langfristig kann Bildschirmtext Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt haben. Das neue elektronische Medium wird traditionelle Arbeitsplätze überflüssig machen, aber auch neue entstehen lassen; gleichzeitig wird eine Reihe von Arbeitsplätzen qualitativ verändert werden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß Bildschirmtext nur als ein Teil der allgemeinen informationstechnologischen Entwicklung anzusehen ist und deshalb zur Einschätzung der Entwicklung mit ihren Chancen und Risiken eine umfassende und sorgfältige Beobachtung erforderlich ist. So haben Landesparlamente bei ihren Erörterungen über Bildschirmtext ihre Landesregierungen aufgefordert, „gemeinsam mit allen Bundesländern und dem Bund die weitere Entwicklung sorgfältig zu beobachten“¹²¹⁾.

2.3 Medienrechtliche Einordnung

Der Fernmeldedienst Bildschirmtext unterteilt sich in drei Anwendungskategorien:

- Informationen für mehrere;
- Informationen für den einzelnen;
- Dialog mit dem Rechner.

Von diesen Kategorien sind die beiden letzteren nach Auffassung des Bundes reine Formen der In-

¹¹⁹⁾ GVBl., S. 1002, 2166.

¹²⁰⁾ GV.NW., S. 153.

¹²¹⁾ Entschließung des Niedersächsischen Landtages vom 10. November 1983, Drucksache 10/1859; ähnlich Beschluß des Bayerischen Landtages vom 19. Juli 1983, Drucksache 10/1526.

dividualkommunikation. Auch die Kategorie „Informationen für mehrere“ enthält zu einem Teil publizistisch nicht relevante Informationsangebote, z. B. Informationen für geschlossene Teilnehmergruppen. In diesen Anwendungsbereichen der zur ausschließlichen Gesetzgebungskompetenz des Bundes gehörenden Individualkommunikation ist Bildschirmtext reiner Fernmeldedienst und — ebenso wie vergleichbare andere Fernmeldedienste (z. B. Fernsprech-, Telegramm-, Fernschreib- und Datendienst) — Fernmeldewesen im Sinne von Artikel 73 Nr. 7 GG.

Nach Auffassung der Länder handelt es sich indes bei Bildschirmtext in allen genannten Erscheinungsformen um ein — rechtlich als solches zu qualifizierendes — „Neues Medium“, das entsprechend der verfassungsrechtlichen Regelung in Artikel 30, 70 GG in die Zuständigkeit der Länder fällt. Dementsprechend haben die Länder durch Staatsvertrag vom 18. März 1983 den gesamten Nutzungsbereich von Bildschirmtext landesrechtlich geregelt. Der Bund hat in der Fernmeldeordnung gemäß § 14 des Postverwaltungsgesetzes fernmeldebenutzungsrechtliche Regelungen zu Bildschirmtext getroffen.

2.4 Staatsvertrag der Länder über Bildschirmtext

Im Hinblick darauf, daß Bildschirmtext im gesamten Bundesgebiet angeboten und abgerufen werden kann, ist es sachgerecht, für den Nutzungsbereich, insbesondere für die inhaltliche Ausgestaltung der Bildschirmtext-Angebote, bundesweit einheitliche Regelungen zu treffen. Für einen solchen ordnungsrechtlichen Rahmen haben deshalb die Länder einen Staatsvertrag über Bildschirmtext (Bildschirmtext-Staatsvertrag) ausgearbeitet, den die Ministerpräsidenten am 18. März 1983 unterzeichnet und dem die Parlamente der einzelnen Bundesländer durch jeweilige Landesgesetze zugestimmt haben¹²²⁾.

In diesem Bildschirmtext-Staatsvertrag, der einheitliche Regelungen für Bildschirmtext entsprechend seiner bundesweiten Verfügbarkeit enthält, sind nach den Ausführungen der Länder die Erfahrungen der zuständigen Landesbehörden durch die Bildschirmtext-Erprobungen in Berlin und Düsseldorf/Neuss sowie die Erkenntnisse der wissenschaftlichen Begleituntersuchungen zu diesen Versuchen berücksichtigt worden. Die staatsvertraglichen Regelungen erfassen demnach alle Bereiche der Bildschirmtextnutzung, die nach den Erfahrungen mit den Bildschirmtext-Feldversuchen der ordnenden Hand des Gesetzgebers bedürfen. Von der Legaldefinition Bildschirmtext des Artikel 1 Btx-Staatsvertrag nicht erfaßt werden Datenverarbeitungssysteme, die nur einem geschlossenen, nach bestimmten Kriterien beschränkten Kreis von An-

biotern und Teilnehmern, d. h. nicht jedem, zugänglich sind (z. B. DATEV-System; JURIS; private „in-house-Systeme“¹²³⁾). Da der Staatsvertrag diesen Bereich der Individualkommunikation nicht einbezieht, sieht die Bundesregierung hierin einen gewissen Ausgleich der gegensätzlichen Standpunkte zwischen Bund und Ländern zur Kompetenzabgrenzung in den Anwendungsbereichen von Bildschirmtext.

2.5 Die Nutzung von Bildschirmtext

Das deutsche Btx-System ist das erste, das von vornherein auf den Rechnerverbund hin konzipiert worden ist. Die Eigenschaften des Btx-Systems, nämlich eines Informations- und Kommunikationssystems für Anbieter und Nutzer auf der Basis des Verbundes privater und öffentlicher Rechner, machen dieses deswegen technisch führende System zum Vorläufer erweiterter zukünftiger Systeme, die auch Informationen mit breitbandigem Übertragungsbedarf vermitteln können.

In Bestätigung von Prognosen des Instituts Diebold und des Heinrich-Hertz-Instituts über die Akzeptanz von Bildschirmtext hat sich ein erheblicher Trendwechsel auf der Nutzerseite vollzogen. Hiernach wird Bildschirmtext in der Anfangsphase zum erheblichen Teil der Geschäftskommunikation dienen: 70 bis 90 % werden kommerzielle Teilnehmer und nur 10 bis 30 % private Nutzer sein. Private Nutzer werden erst später in größerer Zahl an dem Btx-Dienst teilnehmen. Ende 1985 waren insgesamt ca. 39000 Teilnehmer angeschlossen, darunter ca. 4000 Anbieter.

Die Nutzung der modernen Technik zur geschäftlichen Information und Kommunikation ist ein bedeutender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft. Insbesondere kleine und mittlere Betriebe, die nicht in der Lage sind, umfangreiche Datenbestände anzulegen und in einem kostenintensiven eigenen System zu verwalten, erhalten durch die verbesserten Zugangsmöglichkeiten zu Information und rationaler Informationsverarbeitung Chancen, sich auf veränderte Umfeldbedingungen schnell und gezielt einzustellen. Schneller Zugang über das Btx-System mit seinem Rechnerverbund zu zentralen öffentlichen oder speziellen privaten Datenbanken versetzen die Wirtschaftsunternehmen in die Lage, aktuelle Umfeld- und Marktdaten zu nutzen und effizient auszuwerten.

Die Nutzung des Btx-Systems für überwiegend kommerzielle Information und Kommunikation bedeutet allerdings, daß mehr und mehr Geschäftskommunikation auch in den privaten Haushalten zu verzeichnen ist. Das Fernsehgerät wird dann neben seiner jetzigen — weitgehend auf Massenkommunikation gerichteten — Funktion auch zum multifunktionalen Terminal für Geschäftskommunikation.

¹²²⁾ Vgl. z. B. das baden-württembergische Gesetz zu dem Staatsvertrag über Bildschirmtext (Bildschirmtext-Staatsvertrag) vom 21. November 1983 (GBl. S. 700), dessen Anlage den Text des Staatsvertrages wiedergibt.

¹²³⁾ Amtliche Begründung zum Staatsvertrag der Länder über Bildschirmtext (Bildschirmtext-Staatsvertrag), abgedruckt u. a. bei Ring: Deutsches Presse- und Rundfunkrecht, Band 2, unter FV 1.2.

tion. Ob sich diese Entwicklung schnell und in großem Umfang vollzieht, hängt insbesondere von den Preisen für Btx-fähige Endgeräte, der Gebührenpolitik der Deutschen Bundespost sowie von der Attraktivität des Btx-Informationsangebotes ab.

Die Gebührenpolitik der Deutschen Bundespost ist darauf angelegt, Bildschirmtext für möglichst weite Kreise attraktiv zu machen. So können durch günstige Kostenstrukturen der Deutschen Bundespost über den Bildschirmtext-Dienst z. B. auch solche gewerblichen und privaten Interessenten an Informationsdiensten und Datenverarbeitungsanwendungen teilhaben, denen dies aufgrund ihrer nur gelegentlichen Nutzungsfrequenzen bisher nicht möglich war.

Die Entwicklung bei den Preisen für Btx-fähige Endgeräte hat bisher nicht einen so günstigen Verlauf genommen, wie er zu Beginn des Dienstes von einzelnen Vertretern der herstellenden Industrie in Erwartung einer hohen Akzeptanz beim breiten Publikum erhofft worden ist. Auf Grund der schnellen technologischen Entwicklung in diesem Bereich kann jedoch erwartet werden, daß Senkungen bei den Produktionskosten rasch an die Verbraucher weitergegeben werden.

Dem Bildschirmtext vergleichbare interaktive Kommunikationsdienste werden derzeit in praktisch allen Industrienationen entwickelt. Die Entwicklungen sind in den verschiedenen Ländern allerdings unterschiedlich fortgeschritten¹²⁴).

2.6 Die Anwendung von Bildschirmtext in der Bundesverwaltung

Nach den Erfahrungen, die von Bundesdienststellen während der Btx-Feldversuche gemacht worden sind, bietet Bildschirmtext für die Bundesverwaltung zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten. Zur Verbesserung des Informationswesens der Bundesverwaltung hat der Bundesminister des Innern das Statistische Bundesamt in Wiesbaden beauftragt, an dem Projekt „Bildschirmtext in der amtlichen Statistik“ die Nutzungsmöglichkeiten von Bildschirmtext in der Bundesverwaltung bereits während der Feldversuche zu erproben. Die zeitgleich mit den Feldversuchen der Post in Berlin und im Raum Düsseldorf/Neuss durchgeführten Projektarbeiten sowie die Erfahrungen anderer Stellen des Bundes als Anbieter von Bildschirmtextinformationen haben ergeben, daß Btx in vielen Bereichen sowohl zur Verbesserung des Informations- und Kommunikationswesens in der Verwaltung als auch zur Erleichterung des Zugangs zu Informationen des Bundes für den Bürger beitragen kann. So erprobt das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung seit Dezember 1984 für die obersten Bundesbehörden den Einsatz von Bildschirmtext für die Informationspolitik und die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung. Die bisherigen Erfahrungen mit Bildschirmtext sind vom Bundesminister des Innern der Bundesverwaltung im Jahre

1983 in Form eines Handbuchs für die Anwendung von Bildschirmtext zur Verfügung gestellt worden.

Der Btx-Mitteilungsdienst dürfte künftig Möglichkeiten der elektronischen Korrespondenz zwischen Bürger und Verwaltung sowie zwischen Stellen der öffentlichen Verwaltung untereinander eröffnen.

3 Videotext

3.1 Das Videotextsystem

Videotext¹²⁵) ist ein Informationssystem mit einseitig gerichtetem Informationsfluß, durch das neben dem Fernsehprogramm über die sog. „vertikale Austastlücke“ des Fernsehbildsignals Texte und einfache Graphiken übertragen und mittels eines Zusatzgeräts (Decoder) auf dem Bildschirm des Fernsehempfängers wiedergegeben werden. Zum Empfang von Videotext ist eine erweiterte Fernbedienung für den Fernsehempfänger erforderlich, mit der sowohl die allgemein empfangbaren Fernsehprogramme eingeschaltet als auch die einzelnen Videotext-Tafeln mit den gewünschten Informationen angewählt werden können.

Videotext ist ursprünglich in Großbritannien in der Absicht entstanden, Hörgeschädigten eine bessere Nutzung der Fernsehprogramme zu ermöglichen¹²⁶).

Heute sind die Untertitelungen laufender Fernsehsendungen eine wichtige Hilfe für Hörbehinderte¹²⁷).

Neben programmbegleitenden und -ergänzenden Informationen zu den Fernsehsendungen bietet das Videotextsystem eine begrenzte Menge von Kurzinformationen, die ständig aktualisiert werden können (z. B. Meldungen von Ereignissen, Pressevorschau, Sport, Wirtschaft, aktuelle Programminformation, Wetterbericht u. a.).

3.2 Medienrechtliche Einordnung

Die Bundesregierung ist der Meinung, daß die Übertragung von Videotextsignalen im Fernsehbild unabhängig von der Frage, ob Videotext dem Rundfunk zuzuordnen ist oder nicht, einen eigenständigen Sendevorgang darstellt.

Die Deutsche Bundespost geht bei ihrer fernmelderechtlichen Genehmigungspraxis davon aus, daß Vi-

¹²⁵) Die Benennung „Videotext“ geht auf eine Wortschöpfung der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) zurück: Telekommunikationsbericht 1976, S. 101 ff.; zur internationalen Bezeichnung der mit dem deutschen System Videotext vergleichbaren Telekommunikationsformen siehe Abschnitt D VI der Materialien.

¹²⁶) Britische Ingenieure entwickelten Anfang der siebziger Jahre die international als „Teletext“ benannten Textprogramme zum Fernsehen — damals zunächst unter dem Namen „Ceefax“ (— see facts).

¹²⁷) Ehlers: Videotext im Urteil von Hörbehinderten. In: „Media Perspektiven“ Heft 8/1983, S. 582 ff.

¹²⁴) Siehe Abschnitt D VI der Materialien.

deotext keineswegs zwangsläufig unter den Rundfunkbegriff fällt, sondern eine andere, medienrechtlich neuartige Nutzung darstellt, die nicht nur den Rundfunkanstalten vorbehalten ist. Demgemäß bedürfen die Ausstrahlungen von Videotextsendungen durch die Landesrundfunkanstalten oder einen anderen Videotextanbieter über die (anstaltseigenen) Senderketten des 1. Fernsehprogramms einer zusätzlichen fernmelderechtlichen Genehmigung, die Ausstrahlungen über die (posteigenen) Senderketten der 2. und 3. Fernsehprogramme der Zustimmung der Deutschen Bundespost.

Da nach Ansicht der Landesrundfunkanstalten die Ausstrahlung von Videotext keine Veränderung des bisherigen Übertragungsverfahrens des Rundfunks darstellt, halten sie weder die Erteilung einer Genehmigung noch die Zustimmung der Deutschen Bundespost für gerechtfertigt. Sie vertreten unter Hinweis auf das „Würzburger Papier“¹²⁸⁾ die Auffassung, Videotext sei kein neues Medium, sondern sowohl technisch und rechtlich als auch funktional im Hinblick auf die Nutzung der Austastlücke der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme „Rundfunk“ und deshalb von den Rundfunkanstalten allein zu nutzen. Demgegenüber ist der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger der Auffassung, Videotext sei nach seinen Inhalten ein Lesemedium, das nicht dem Rundfunk zugeordnet werden könne, sondern als eigenständiges Medium zu charakterisieren sei. Im Hinblick auf die publizistische und wirtschaftliche Tangierung der Presse solle es in wesentlichem Umfang durch Dritte, vor allem die Zeitungen, genutzt werden.

Die Rundfunkreferenten der Länder gehen aufgrund der gewonnenen Erfahrungen mit Videotext¹²⁹⁾ letztlich davon aus, daß die medienrechtliche Einordnung nicht der entscheidende Ansatzpunkt für die Lösung der Nutzungsfrage von Videotext sei; im Interesse einer bürgernahen Lösung und einer möglichst hohen Attraktivität des Videotext-Systems solle — zumindest für eine Übergangszeit, bis ausreichend Kapazitäten über Satellit oder Kabel zur Verfügung stünden — die Austastlücke der bestehenden öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme sowohl durch die Rundfunkanstalten als auch durch Dritte genutzt werden.

3.3 Videotext-Feldversuch

Unabhängig von den unterschiedlichen Standpunkten zur medienrechtlichen Einordnung von Videotext begann mit Billigung der Deutschen Bundespost am 1. Juni 1980 der bundesweite Videotext-Feldversuch der „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesre-

publik Deutschland (ARD)“ und des „Zweiten Deutschen Fernsehens“ (ZDF).

Die neun Landesrundfunkanstalten der ARD, der Deutschlandfunk und das Zweite Deutsche Fernsehen schlossen hierzu am 13./16. Mai 1980 eine Verwaltungsvereinbarung, die eine Versuchsdauer von zunächst zwei Jahren mit der Möglichkeit der Verlängerung um ein drittes Jahr vorsah¹³⁰⁾. Als Standort dieser ARD/ZDF-Gemeinschaftseinrichtung wurde Berlin festgelegt und die Federführung für den Videotext-Feldversuch dem „Sender Freies Berlin“ übertragen. Im März 1983 wurde von ARD/ZDF eine vorsorgliche Verlängerung des Versuchs um ein viertes Jahr beschlossen, das als Übergangsphase zur endgültigen Einführung von Videotext angesehen wurde¹³¹⁾. Erklärtes Ziel des Versuchs war „die Feststellung der Akzeptanz dieses neuen zusätzlichen Rundfunkdienstes durch die Rundfunkteilnehmer ... sowie die Klärung noch offener technischer und programmlicher Fragen“ (§ 3 der Verwaltungsvereinbarung).

Während der (jetzt im fünften Jahr andauernden) Versuchsphase wird Videotext über die Senderketten der ersten und zweiten Fernsehprogramme bundesweit ausgestrahlt. Gleichzeitig werden in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz über die dritten Fernsehprogramme eigenständige Videotext-Tafeln angeboten. Das Dritte Hessische Fernsehprogramm führt zusätzliche Erprobungen durch.

Seit Beginn des Feldversuchs werden die Zeitungsverleger — allerdings unter der Programmverantwortlichkeit der Landesrundfunkanstalten — am Videotext-Angebot beteiligt. Nach einer „Vereinbarung zwischen dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und den Rundfunkanstalten über den Videotext-Feldversuch“ vom 16. Mai 1980¹³²⁾ werden die von den Zeitungsverlagen hergestellten Pressevorschauen in das Videotext-Angebot dergestalt einbezogen, daß für den Fernsehteilnehmer die jeweiligen Zeitungen erkennbar sind (titelbezogene Pressevorschau). Für die Pressevorschauen werden den überregionalen Zeitungen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Frankfurter Rundschau, Deutsches Handelsblatt) insgesamt 15 Videotext-Grundtafeln zur Verfügung gestellt. Per Telex, Telefax und — bei kleineren, aktuellen Veränderungen — per Telefon werden die Inhalte der „Pressevorschauen“ nach Berlin übermittelt und in der Videotext-Redaktion ins Videotext-Programm eingegeben. Auf Anregung der Videotext-Redaktion liefern die Zeitungen seit 1982 zusätzlich am Abend ihre Aufmacher der Ausgaben des nächsten Tages¹³³⁾.

¹²⁸⁾ Zweiter Bericht der Rundfunkreferenten der Länder zur Frage des Rundfunkbegriffs, insbesondere zur medienrechtlichen Einordnung von „Videotext“, „Kabeltext“ und „Bildschirmtext“ (Teleschriftformen) — „Würzburger Papier“ — vom 25. Mai 1979, abgedruckt bei Ring: Deutsches Presse- und Rundfunkrecht, Band 2, unter F I 1.6.

¹²⁹⁾ Bericht der Rundfunkreferenten der Länder über Fragen des Videotextes von Dezember 1984.

¹³⁰⁾ „Media Perspektiven“ Heft 5/1980, S. 337 ff.

¹³¹⁾ dpa-Information 35/83, S. 4.

¹³²⁾ ARD-Jahrbuch 1980, S. 329.

¹³³⁾ Kulpok: Vier Jahre Videotext-Feldversuch ARD/ZDF. In: „Media Perspektiven“ Heft 3/1984, S. 203. — Zur Beurteilung der Pressevorschau durch die Nutzer vgl. das im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission erschienene Sonderheft 1 der „Media Perspektiven“ vom August 1985 „Videotext-Begleitforschung 1981 bis 1985“, S. 13.

3.4 Entwicklung und inhaltliche Ausgestaltung des Videotextes

Die programmliche Entwicklung von Videotext als ein Informationsdienst, der aktuell und attraktiv sowie auch publikumswirksam sein soll, hat systembedingte Grenzen. Erweiterungen im Angebot der anfangs 75 (Grund-)Tafeln auf etwa 150 (Grund-)Tafeln wurden schrittweise vorgenommen. Als technisch weitere Neuerung, die sich auf die Attraktivität von Videotext auswirkte, wird das Videotext-Programm seit Dezember 1983 in zwei weiteren Zeilen der Austastlücke gesendet. Diese Ausstrahlung in nunmehr vier Zeilen bewirkt für die Zuschauer eine Verkürzung der Wartezeit; alternativ kann die Zeilenvermehrung für Ausweitungen im Angebot genutzt werden. Die Zahl der Videotext-Decoder in der Bundesrepublik Deutschland nimmt stetig zu. Nach Schätzungen der Geräteindustrie gab es an der Jahreswende 1983/84 etwa eine halbe Million Videotext-Teilnehmer; bis Ende 1985 dürfte sich diese Zahl mehr als verdoppelt haben. 1983 belief sich der Anteil von videotext-tüchtigen Fernsehapparaten am Gesamtabsatz auf 14 %. Für 1984 rechnet die Industrie in Deutschland mit einem Marktanteil von 20 %. In Großbritannien mit seinen 1,5 Mio. Teletext-Haushalten dürfte 1984 ein Marktanteil von fast 50 %, in Schweden von 35 % und in den Niederlanden von 30 % erreicht worden sein¹³⁴⁾.

4 Kabeltext

Kabeltext ist eine neue Form der elektronischen Textkommunikation, die zwar vorsorglich bereits in die Landesmediengesetzgebung einbezogen ist, als Dienst aber noch nicht angeboten werden kann. Durch Nutzung eines fernsehbreitbandigen Kanals können Text- und Graphikinformatoren mit hoher Geschwindigkeit (etwa 800 Seiten/Sekunde) zum Teilnehmer übertragen werden. Im Grunde handelt es sich um eine Erweiterung von Videotext, bei der für die Übertragung nicht die Lücke eines Fernsehsignals, sondern ein ganzer Fernsehkanal genutzt wird. Liegen die Grenzen des Videotextes in der Anzahl der Informationen (Grundtafeln) oder im Zeitaufwand beim Abruf, so vermag der Kabeltext unter der Voraussetzung eines Breitband-Kabelnetzes in geringer Zeit eine Vielfalt von Informationen bei hoher Wiedergabequalität zu übermitteln, d. h. auch Bilder und Text-Bild-Informationen. Beim Kabeltextdienst über Breitbandverteilstetze ist die gleiche Information zur gleichen Zeit bei allen angeschlossenen Teilnehmern verfügbar.

5 Sonstige Kommunikationsdienste

5.1 Telefaxdienst

Der Telefaxdienst ist ein Dienst zur Faksimileübertragung von Texten und Graphiken mit Fernkopierern über das Fernsprechnetz. Aufgrund einer Empfehlung der „Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems — KtK —“¹³⁵⁾,

die auf Beurteilung des bereits damals erkennbaren Bedarfs und der wirtschaftlichen Effekte beruhte, hat die Deutsche Bundespost am 1. Januar 1979 den Telefaxdienst als Fernmeldedienst für die standardisierte Textkommunikation eröffnet.

Telefax dient im Bereich der geschäftlichen Kommunikation der Übermittlung schriftlicher Vorlagen wie formblattgebundener Geschäftspost, Zeichnungen, Graphiken, die vorlagegetreu beim Empfänger mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von ca. 1 Min. pro DIN A 4-Seite bei Fernkopierern neuester Bauart wiedergegeben werden. Neben diesem für den Dienst zugelassenen Fernkopierer mit einer Anschalteneinrichtung muß der Teilnehmer über einen Fernsprechananschluß verfügen, da das öffentliche Fernsprechnetz als Übertragungsmittel dient. Aus technischen Gründen werden besondere Anforderungen an die Papierbeschaffenheit (Empfängerseite) und an die Mindeststrichstärke der Schrift (Zeichnung usw.) auf der Senderseite gestellt.

Am 31. Dezember 1985 konnten ca. 22 550 Teilnehmer an diesem Dienst registriert werden.

Der internationale Telefaxdienst, der gewährleistet, daß alle Teilnehmer untereinander fernkopieren können, ist mit der Schweiz und den Niederlanden aufgenommen worden. Entsprechende Vereinbarungen mit weiteren Ländern werden folgen.

Im übrigen ist Fernkopieren im Prinzip weltweit möglich, wenn die Partner kompatible Geräte verwenden. In 44 Ländern ist der Betrieb von Fernkopierern der Gruppe 2 (Übertragungsgeschwindigkeit ca. 3 Min./Seite) und der Gruppe 3 (ca. 1 Min./Seite) möglich.

5.2 Telexdienst

Telex ist ein Fernschreibdienst, der über das Fernschreibwählnetz als Teil des „Integrierten Text- und Datennetzes (IDN)“ der Deutschen Bundespost abgewickelt wird und den Teilnehmern ermöglicht, weltweit unmittelbar untereinander mittels Fernschreibmaschinen über Leitungen des Telexnetzes (öffentliches Fernschreibnetz) Nachrichten (Texte) auszutauschen.

Ende 1985 hatte der Telexdienst im Bereich der Deutschen Bundespost ca. 164 000, weltweit ca. 1,6 Millionen Teilnehmer.

Im Telexdienst steht nur ein eingeschränkter Zeichenvorrat (kleine Buchstaben, Zahlen, Satzzeichen, wenig Sonderzeichen) zur Verfügung. Die Übertragung erfolgt mit einer Geschwindigkeit von 400 Zeichen pro Minute.

5.3 Teletexdienst

Die Deutsche Bundespost hat als erste Verwaltung auf der Welt — auf der Basis einer Empfehlung der KtK — am 10. März 1981 zunächst im nationalen Probetrieb den völlig neuartigen Teletexdienst als weiteren Fernmeldedienst für die standardisierte Text-Kommunikation eingeführt. Die Anpassung an den erst Ende 1980 festgeschriebenen internationalen Teletex-Standard erfolgte Mitte 1982

¹³⁴⁾ Kulpok, a. a. O., S. 205.

¹³⁵⁾ KtK: Telekommunikationsbericht. Bonn 1976, S. 90.

durch Umrüstung aller bis dahin eingesetzten Endgeräte.

Der Teletexdienst wird über das Teletexnetz innerhalb des IDN der Deutschen Bundespost betrieben.

Neben einer gegenüber Telex wesentlich kürzeren Textübermittlungszeit (ca. zehn Sek./Seite DIN A 4) bietet der Dienst Einsatzmöglichkeiten für ein breites Spektrum von Endeinrichtungen wie kommunikationsfähige Speicherschreibmaschinen, Textverarbeitungsanlagen, DV-Anlagen mit Textspeichern oder konzentrierende Einrichtungen (z. B. Mehrplatzsysteme). Die Übermittlung erfolgt seitenorientiert vom Sendespeicher der sendenden Station zum Empfangsspeicher der empfangenden Station. Die Teletex-Endgeräte sind mit dem vollen Zeichenvorrat einer Büroschreibmaschine ausgestattet. Sie verfügen über einen Lokalteil, der auch unabhängig vom Fernmeldenetz betreibbar ist, und einen Kommunikationsteil, der auch bei abgeschaltetem Lokalbetrieb empfangsbereit ist, so daß Kommunikation auch außerhalb der Bürostunden möglich ist. Ein wesentlicher Vorteil besteht darin, daß über den Telex-Teletex-Umsetzer auch mit Telex kommuniziert werden kann.

Der Anwendungsbereich des Teletexdienstes liegt insbesondere bei der Geschäftskorrespondenz. Die übertragenen (maschinenschriftlichen) Texte werden format- und layoutgetreu übertragen und können elektronisch weiter bearbeitet werden. Wegen der hohen Übertragungsgeschwindigkeit besteht eine erhöhte Erreichbarkeit des Empfängers, die durch den Hinweis auf eingegangene Nachrichten zusätzlich verbessert werden kann.

Erste internationale Teletexverbindungen bestehen seit 1982 mit Österreich, seit 1983 mit Kanada, USA, Schweden und Finnland, seit 1984 mit Italien, Dänemark, Norwegen und Südafrika sowie seit 1985 mit Luxemburg. Für 1986 sind weitere Verbindungen, vor allem mit Frankreich, Großbritannien, den übrigen Benelux-Ländern, Spanien, der Schweiz, Japan, Australien, Hongkong und Singapur vorgesehen.

E. Journalisten und freie Mitarbeiter

Für den Beruf des angestellten oder freiberuflich tätigen Journalisten gibt es kein geschlossenes Berufsbild. Zulassungsvoraussetzungen sind nicht normiert. Auch die Ausübung ist nicht gesetzlich geregelt.

Unbeschadet des freien Zugangs haben der Deutsche Journalisten-Verband e.V. (1984), die Rundfunk-, Fernseh-, Film-Union in der Gewerkschaft Kunst im DGB (1981) und die Deutsche Journalisten-Union in der Industriegewerkschaft Druck und Papier (1979) Berufsbilder beschrieben, die Auskunft über das Selbstverständnis der Journalisten und ihre Tätigkeitsfelder geben. Hierzu gehören

Ende 1985 bestanden in der Bundesrepublik Deutschland 12 525 Teletex-Hauptanschlüsse.

6 Elektronische Fachinformation

Auch im Bereich der Fachinformation werden die modernen Informations- und Kommunikationstechniken zunehmend eingesetzt. Bei speziellen Fachinformationsrechenzentren in staatlicher und zunehmend auch in privater Trägerschaft können Informationen über Kabel unmittelbar („online“) abgerufen werden. Elektronische Fachinformation umfaßt folgende drei Grundformen:

- Volltextbanken (Bücher, Zeitschriften, Patentdokumente, Gerichts- und Verwaltungsentscheidungen, Graue Literatur, Geschäftsberichte, Zeitungsartikel, Newsletter u. a.);
- Faktenbanken (Statistiken, Arzneimitteldaten, Meßdaten, chemische und physikalische Daten, Software, Börseninformationen, Wirtschaftsinformationen, Gesetz u. a.);
- Hinweisbanken (Literatur-, Forschungs-, Expertenhinweise u. a.).

Durch den verstärkten Einsatz neuer IuK-Techniken entsteht gedruckte und elektronische Fachinformation immer häufiger in einem integrierten Produktionsprozeß, so daß die Informationen in gedruckter und elektronischer Form angeboten werden können.

Der weitere Ausbau der deutschen Telekommunikationsnetze sowie ihre weltweite Verknüpfung stärken das deutsche Angebot elektronischer Fachinformation und dessen Nutzung. Die zunehmende Verbreitung von Datenendgeräten (PC, Btx) ermöglicht weiteren potentiellen Nutzern den Zugang zu Informationsbanken und läßt damit Umsatzsteigerungen des elektronischen Fachinformationsmarktes erwarten, die internationale Studien auf jährlich ca. 20% — 30% schätzen.

auch die vom Deutschen Presserat (1973) aufgestellten publizistischen Grundsätze zur Wahrung der Berufsethik.

Die Bundesregierung sieht keine Notwendigkeit, vom traditionellen Leitbild des Journalistenberufes als einem „offenen Begabungsberuf“ abzugehen. Die dem Sinngehalt des Art. 5 GG entsprechende Offenhaltung hat sich bewährt. Sie räumt Arbeitgeber- wie Journalisten-Verbänden den notwendigen Freiraum ein, um die Anforderungen an den Journalistenberuf dem ständigen technischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel anpassen zu können.

I. Angestellte Journalisten**1 Arbeitsmarkt****1.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**

Nach der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten¹⁾ gab es Ende Juni 1985 in der Bundesrepublik Deutschland 27 087 beschäftigte Publizisten²⁾. Die Zahl aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten belief sich auf 20 378 000.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Publizisten ist in den letzten Jahren ständig angestiegen.

Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Publizisten³⁾

— Stand jeweils Juni —

Jahr	Männer	Frauen	Gesamt
1978	15 948	4 970	20 918
1979	16 656	5 348	22 004
1980	17 547	5 962	23 509
1981	18 161	6 223	24 384
1982	18 472	6 522	24 994
1983	18 694	6 601	25 295
1984	19 197	6 887	26 084
1985	19 785	7 302	27 087

Die statistische Gliederung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hört bei der Berufsordnung auf. Dies hat zur Folge, daß nur die Zahl der Publizisten, nicht aber die der Journalisten ausgewiesen ist. Deshalb läßt sich anhand dieser Statistik auch nicht ermitteln, wie viele Journalisten derzeit in welchen Medienbereichen tätig sind.

Eine bisher nicht veröffentlichte, von der Bundesregierung in Auftrag gegebene Studie über die „Journalistische Arbeitsmarktsituation 1983“⁴⁾ schätzt

die Gesamtzahl aller Journalisten (nicht nur die der sozialversicherungspflichtig beschäftigten)⁵⁾ auf ca. 23 000.

1.2 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

Angaben über festangestellte Journalisten in den Landesrundfunkanstalten und beim ZDF liegen der Bundesregierung nicht vor.

Am 1. September 1985 waren bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF) 442 (DW) bzw. 210 (DLF) Journalisten festangestellt.

1.3 Arbeitslosigkeit

Nach der Bestandsstrukturerhebung der Bundesanstalt für Arbeit (Stand: September 1985) befanden sich unter den insgesamt 2 151 577 Arbeitslosen 2046 arbeitslose Publizisten, darunter 578 Journalisten und 962 Redakteure.

Demnach lag 1985 die Arbeitslosenquote bei Publizisten wesentlich unter dem Gesamtdurchschnitt der allgemeinen Arbeitslosigkeit.

Die Zentralstelle für Arbeitsvermittlung der Bundesanstalt für Arbeit wies in ihrem Jahresbericht für 1984 1 074 Journalisten/Redakteure als Bewerber aus, denen 63 offene Stellen gegenüberstanden⁷⁾.

Wegen der Vielfältigkeit der journalistischen Arbeitsplätze ist die Aussagefähigkeit der Arbeitslosenzahlen allerdings eingeschränkt. Eine Erörterung der Frage der journalistischen Arbeitslosigkeit führt deshalb häufig wegen des wenig gesicherten Zahlenmaterials zu stark divergierenden Auffassungen. Um in etwa für diese Diskussion eine tragfähige Basis zu finden, ist nach 1975 auch 1983

Arbeitsmarktdaten

— Stand jeweils September —

	1983	1984	1985
Arbeitslose insgesamt	2 133 900	2 143 008	2 151 577
Arbeitslose Publizisten	1 848	1 826	2 046
darunter			
arbeitslose Journalisten ⁶⁾	410	486	578
arbeitslose Redakteure ⁶⁾	808	810	962

¹⁾ Arbeiter, Angestellte, Auszubildende.

²⁾ Die Berufsordnung 821 — Publizisten — umfaßt alle Erwerbstätigen, die im Hauptberuf publizistisch arbeiten: dazu gehören u. a. neben den Journalisten die Schriftsteller, Dramaturgen, Lektoren, Sprecher.

³⁾ Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

⁴⁾ Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München: Journalistische Arbeitsmarktsituation 1983. Einzelheiten dazu in Abschnitt E I 1.3 der Materialien.

⁵⁾ Nicht sozialversicherungspflichtig beschäftigt sind die freiberuflich Tätigen, die Beamten, aber auch die Arbeitnehmer mit weniger als 15 Wochenstunden und unter 390 DM monatlichem Arbeitseinkommen.

⁶⁾ 1982 erfolgte eine Umstellung der Klassifizierung der Berufe. Ein Vergleich mit Daten vor 1982 ist deshalb nicht möglich.

⁷⁾ Arbeitsmarktbeobachtungen der Fachvermittlung für besonders qualifizierte Fach- und Führungskräfte — Bericht für das Jahr 1984. Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit Nr. 5/1985 vom Mai 1985.

mit Unterstützung der Bundesregierung und der Bundesanstalt für Arbeit die oben genannte schriftliche Erhebung⁸⁾ durchgeführt worden (in die rd. 57% der zum Befragungszeitraum arbeitslos gemeldeten Publizisten einbezogen waren), in der u. a. festgestellt werden sollte, inwieweit es sich bei den als arbeitslos registrierten Publizisten um „echte“ Journalisten handelt⁹⁾.

Diese Abgrenzung ist erforderlich, weil die Einordnung der Arbeitslosen zu bestimmten Berufen in den amtlichen Arbeitslosen-Statistiken zwar unter der Berücksichtigung der beruflichen Qualifikation, aber nach dem für die Zukunft geäußerten Berufswunsch erfolgt, unabhängig davon, ob der Arbeitslose eine entsprechende Tätigkeit bereits ausgeübt hat oder nicht. Die derzeitige Auswertung des Datenmaterials über die Arbeitslosen gibt daher keine zuverlässige Auskunft darüber, in welchem Ausmaß bestimmte Berufe vom Risiko der Arbeitslosigkeit betroffen sind.

Die Autoren haben durch ihr Verfahren sowohl die Berufsanfänger als auch solche Personen ausgeschlossen, die nicht bereits in den den Journalisten normalerweise zugeordneten Arbeitsfeldern tätig waren.

2 Aus- und Weiterbildung

2.1 Freier Zugang zum Journalistenberuf

Die Bundesregierung hat bereits in ihrem Medienbericht 1974¹⁰⁾ unter Verweisung auf die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts¹¹⁾ darauf hingewiesen, daß das Grundgesetz den freien Zugang zu den journalistischen Berufen gewährleistet: hiermit wäre es grundsätzlich unvereinbar, objektive Zulassungsvoraussetzungen für den Zugang zu diesem Beruf aufzustellen, ebenso wie es aus den gleichen Gründen unzulässig wäre, eine einheitliche Ausbildung als Zulassungsvoraussetzung für den Journalistenberuf verbindlich vorzuschreiben. Ebenso wenig wäre es möglich, die Berufsbezeichnung „Journalist“ gesetzlich zu schützen.

Die Bundesregierung hält daran fest, daß der Beruf des Journalisten ein „offener Begabungsberuf“ bleiben muß. Sie verkennt dabei nicht, daß die qualitativen Anforderungen an den Beruf angesichts der mit ihm zwangsläufig verbundenen außergewöhnlichen Einwirkungsmöglichkeiten auf die Meinungs- und Willensbildung der Bevölkerung heute sehr hoch anzusetzen sind. Diese Anforderungen dürfen sich nicht nur auf die rein fachliche Qualifikation beschränken; wegen der meinungsbildenden Wirkungen journalistischer Arbeit muß auch ein hohes

Niveau berufsethischer Grundsätze angestrebt werden.

Die Bundesregierung ist sich bewußt, daß das verfassungsmäßig gewährleistete Recht des freien Zugangs zum Journalistenberuf Probleme für das journalistische Selbstverständnis mit sich bringen kann und appelliert deshalb an alle für die Aus- und Weiterbildung von Journalisten Verantwortlichen, möglichen Fehlentwicklungen durch qualifizierte fachliche wie berufsethische Ausbildung zu begegnen und dabei die besondere journalistische Verantwortung bewußt zu machen.

2.2 Grundsätze und Empfehlungen von Arbeitgeber-, Arbeitnehmerorganisationen und Kirchen

Der journalistische Nachwuchs wird traditionell im Volontariat ausgebildet. Verbindliche Ausbildungsordnungen sind nicht erlassen worden. Zwar gibt es für die Ausbildung Grundsätze, Empfehlungen, Konzepte und Tarifvertragsentwürfe von Arbeitgeber-, Arbeitnehmerorganisationen und Kirchen, doch wird das Prinzip des offenen Zugangs für die Journalistenberufe dadurch nicht in Frage gestellt.

Seit dem letzten Medienbericht (1978) haben solche Leitvorstellungen für die Journalistenausbildung vorgelegt bzw. verabschiedet¹²⁾:

- der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV),
- der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ),
- die im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz arbeitende Medien-Dienstleistung GmbH (MDG),
- der Fachbereich Zeitschriften im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e.V.,
- der Deutsche Journalisten-Verband e.V. (DJV), gemeinsam mit der Deutschen Journalisten-Union in der Industriegewerkschaft Druck und Papier im DGB (dju) und der Deutschen Angestellten Gewerkschaft (DAG),
- die Rundfunk-Fernseh-Film-Union der Gewerkschaft Kunst im DGB (RFFU).

2.3 Von Bund und Ländern (mit-)getragene Förderungsmaßnahmen

Trotz einer guten allgemeinen Vor- und Ausbildung der Journalisten muß angesichts der Komplexität der Verhältnisse und Entwicklungen in nahezu allen Bereichen, über die der Journalist zu berichten hat, der quantitativen und qualitativen Verbesserung ihrer medienpezifischen Ausbildung wie auch ihrer Fortbildung besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden. Deshalb fördern auch Bund und Länder verschiedene Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, im universitären Bereich teilweise mit

¹²⁾ Vgl. die Zusammenfassungen im einzelnen in Abschnitt E I 2.2 der Materialien.

⁸⁾ Vgl. Anm. 4.

⁹⁾ Zu den Erkenntnissen des Forschungsgutachtens des Instituts für Kommunikationswissenschaften (Zeitungswissenschaft) der Universität München (vgl. Anm. 4) siehe Abschnitt E I 1.3 der Materialien.

¹⁰⁾ Drucksache 7/2104, S. 80.

¹¹⁾ BVerfGE 20, 162 (175 f).

geregelten Studiengängen und Prüfungsabschlüssen.

Die Bundesregierung beschränkt sich dabei auf Einzelmaßnahmen. Sie sieht sich nämlich wegen der ausschließlichen Länderzuständigkeit grundsätzlich daran gehindert, die Journalistenausbildung allgemein finanziell zu fördern; dies gilt auch für solche Bildungseinrichtungen, die über das jeweilige Sitzland hinaus überregionale Bedeutung erlangt haben. Dennoch hat sie in Ausnahmefällen, um bewährte Einrichtungen in ihrer Existenz nicht zu gefährden, journalistische Aus- und Fortbildungsmaßnahmen unterstützt, wenn damit keine institutionelle Förderung verbunden war. Im Bundeshaushalt sind auch für 1986 wieder Mittel für diesen Zweck als Projektförderung vorgesehen¹³⁾.

2.4 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Die Bemühungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, den Mitarbeitern attraktive Fortbildungsangebote zu unterbreiten, sind in den vergangenen Jahren verstärkt fortgesetzt worden¹⁴⁾. Die Bereitschaft, an Fortbildungsveranstaltungen teilzunehmen, ist nach wie vor so groß, daß die Zentralstelle Fortbildung Programm (ZFP) und die Schule für Rundfunktechnik (SRT) als zentrale Einrichtungen von ARD und ZDF die Nachfrage nicht immer befriedigen können.

Die Rundfunkanstalten haben auch die Ausbildung erweitert. Das gilt für künftige Programm-Mitarbeiter ebenso wie für 32 nach dem Berufsbildungsgesetz anerkannte Berufe.

Die Fortbildungsarbeit in den Rundfunkanstalten ist gekennzeichnet durch vielfältige Seminarangebote zur Erweiterung der fachlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten¹⁵⁾.

3 Soziale Sicherung

3.1 Grundsatzregelung

Die angestellten Journalisten sind seit dem Wegfall der Versicherungspflichtgrenze ab 1. Januar 1968 in der Angestelltenversicherung grundsätzlich pflichtversichert. Sie haben somit wie alle Arbeitnehmer eine soziale Sicherung in der gesetzlichen Rentenversicherung.

3.2 Einrichtungen zu einer ergänzenden sozialen Sicherung

Aufbauend auf der gesetzlichen Rentenversicherung bestehen bei Presse und Rundfunk Versor-

gungseinrichtungen unterschiedlicher Art, die eine zusätzliche Sicherung bieten.

Für Journalisten, die bei Tageszeitungen und bei Zeitschriftenverlagen angestellt sind, besteht das „Versorgungswerk der Presse GmbH“ mit seinen Zusatzeinrichtungen¹⁶⁾.

Die Rundfunkanstalten haben für ihre angestellten Mitarbeiter anstaltseigene Versorgungssysteme geschaffen¹⁷⁾.

3.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes

Wenig förderlich für eine Mobilität zwischen den einzelnen Medien waren lange Zeit die Bestimmungen über die Verfallbarkeit von Ansprüchen aus der betrieblichen Altersversorgung. Das Betriebsrentengesetz¹⁸⁾ hat durch die Vorschriften über die weitgehende Unverfallbarkeit von betrieblichen Versorgungsanswartschaften hier und in anderen Punkten eine bessere Sicherung von Versorgungsanswartschaften und -ansprüchen bewirkt¹⁹⁾.

3.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanswartschaften

Die in den letzten Jahren oft diskutierte Frage der gegenseitigen Anrechenbarkeit von Versorgungsanswartschaften bei den Rundfunkanstalten im Sinne einer einheitlichen Alterssicherung hat bei den meisten Sendern dazu geführt, daß frühere Beschäftigungszeiten wechselseitig anerkannt werden. Daneben wurde bei acht Rundfunkanstalten eine Wahlmöglichkeit zwischen der Anstaltsversorgung und dem Versorgungswerk der Presse eröffnet²⁰⁾.

Auch gelten — allerdings durchweg auf der Grundlage von „Kann-Bestimmungen“ — bei den meisten Anstalten Regelungen, nach denen Zeiten früherer Journalistentätigkeit bei anderen Medien unter bestimmten Voraussetzungen auf die Versorgungsanswartschaften angerechnet werden können²¹⁾, beispielsweise wenn früher erworbene Kenntnisse und Erfahrungen für die betreffende Anstalt von besonderer Bedeutung sind.

3.5 Regelung zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Ähnlich der Regelung der Rentenversicherung gewähren die Rundfunkanstalten der ARD eine vor-

¹⁶⁾ Vgl. hierzu Abschnitt E I 3.2 der Materialien.

¹⁷⁾ wie Anm. 16.

¹⁸⁾ Gesetz zur Verbesserung der betrieblichen Altersversorgung (BetrAVG) vom 19. Dezember 1974, BGBl. I, S. 3610.

¹⁹⁾ Vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 120 f.

²⁰⁾ Vgl. Deutschlandfunk (Hrsg.): Versorgungsregelungen ARD/ZDF. Synopse zur Altersversorgung, Köln 1977.

²¹⁾ Vgl. Andreas Johannes Wiesand: Mobilität und beruflich-soziale Lage der Journalisten in ihrer Bedeutung für die „Publizistische Vielfalt“. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Hamburg 1975; veröffentlicht als: Andreas Wiesand: Journalisten-Bericht, Berlin 1977.

¹³⁾ Ausführungen zu den Einzelmaßnahmen in Abschnitt E I 2.3 der Materialien.

¹⁴⁾ Vgl. Pressedienst Erstes Deutsches Fernsehen/ARD 17/1985.

¹⁵⁾ Einzelheiten dazu in Abschnitt E I 2.4 der Materialien.

zeitige Altersrente ab dem vollendeten 63. Lebensjahr (bei Schwerbehinderten ab vollendetem 62. Lebensjahr). Beim ZDF erhalten männliche Arbeitnehmer mit Vollendung des 65. Lebensjahres und weibliche Arbeitnehmer mit Vollendung des 60. Lebensjahres ihre Altersrente aus der betrieblichen Altersversorgung des ZDF.

3.6 Auswirkung von Befreiungsmöglichkeiten zur gesetzlichen Rentenversicherung

Journalisten, die bereits vor dem 1. Januar 1968 (Wegfall der Versicherungspflichtgrenze) in einem Beschäftigungsverhältnis standen, haben zu diesem Zeitpunkt in größerem Umfang von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, unter Hinweis auf die Versorgungsansprüche beim Versorgungswerk der Presse und bei der Versorgungskasse der Deutschen Presse sich von der gesetzlichen Rentenversicherung befreien zu lassen.

Während 1974 immer noch rd. ein Drittel der festangestellten Zeitungs- und Zeitschriften-Redakteure nicht von der Rentenversicherung erfaßt waren, hat sich die Zahl bis Ende 1983 auf etwa 1 500 Redakteure, das sind rd. 10% des Bestandes, verringert. Die Anzahl der nicht in der gesetzlichen Rentenversicherung versicherten Redakteure wird sich 1985/86 nicht unerheblich reduzieren. Auch wenn damit rd. 90% aller angestellten Redakteure jetzt durch die gesetzliche Rentenversicherung erfaßt sind, haben ältere Redakteure, bei denen zudem der Anteil der Befreiten noch relativ hoch ist, oftmals nur während eines Teils ihrer beruflichen Laufbahn Beiträge geleistet und dementsprechend geringe Ansprüche bei der gesetzlichen Rentenversicherung erworben.

3.7 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen

Ein Vergleich der verschiedenen Möglichkeiten der Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenversorgungen im Medienbereich ergibt, daß Einrichtungen wie beispielsweise das Versorgungswerk der Presse (ursprünglich für eine Gesamtversorgung der Journalisten konzipiert) jetzt überwiegend die Funktion einer Zusatzversicherung erhalten haben. Nur noch bei solchen Journalisten, die keinen Rentenversicherungsanspruch erworben haben (überwiegend ältere Journalisten) muß das Versorgungswerk auch die Funktion erfüllen, die der der Rentenversicherung entspricht.

Bei den Bediensteten der Rundfunkanstalten verhält es sich ähnlich. Auch hier hat die anstaltseigene Versorgung den Charakter einer Zusatzversorgung, muß aber in den Fällen, in denen ein eigener Anspruch aus der Rentenversicherung fehlt (meist bei älteren Journalisten), (noch) die Aufgabe einer sozialen Sicherung übernehmen, die sonst die Rentenversicherung erfüllt.

Für die angestellten Journalisten des Pressesektors läßt sich zwar grundsätzlich nicht behaupten, daß man es hier — im Vergleich zur übrigen Erwerbsbevölkerung — mit einer in ihrer sozialen Sicherung besonders benachteiligten Berufsgruppe zu tun hät-

te. Im Vergleich zur Versorgungssituation der Journalisten bei den Rundfunkanstalten ergibt sich jedoch für diese eine erwähnenswerte Besserstellung. Die Versorgungseinrichtungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind unter allen für Journalisten zugänglichen Systemen diejenigen mit den höchsten Leistungen und auch den besten übrigen Konditionen.

Dieses Ungleichgewicht der intermediären Alterssicherung zeigt sich bei den Rundfunkanstalten in der Höhe der Gesamtversorgungsleistungen (mit in der Regel automatischer Anpassung der Versorgungsbezüge bei Änderung des Vergütungstarifs der Arbeitnehmer) und in teilweise besseren Bedingungen für den Zeitpunkt der Altersgrenze. Dagegen stehen die halbdynamischen Leistungen des Versorgungswerks der Presse. Sie müssen zudem durch eigene Beiträge der Journalisten mitfinanziert werden, wobei eine Verbesserung der Versorgungslage 1970 erst durch einen Gehaltsverzicht der Journalisten ermöglicht wurde.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß die älteren Journalisten die Problemgruppe sind. Bei ihnen wirkt sich der verspätete Eintritt in die Rentenversicherung noch regelmäßig aus.

3.8 Einfluß der Regelungen über die Altersversorgung auf die Arbeitsplatzmobilität

Bisher wurde die Ansicht vertreten, die Situation der Alterssicherung sei ein wesentlicher Faktor für die inter- und intramediare Mobilität von Journalisten. Demgegenüber haben neuere Untersuchungen ergeben, daß der Alterssicherung tatsächlich keine solch hohe Bedeutung zukommt²²⁾. Vielmehr spielen hier andere Gesichtspunkte wie Ausbildung, Arbeitsplatzsicherung oder familiäre Gründe eine wesentliche Rolle. Wie oben dargelegt, haben Änderungen, die in den letzten Jahren insbesondere durch das Betriebsrentengesetz und die entsprechenden Bestimmungen in den Rundfunkanstalten eingetreten sind, Fortschritte bei der journalistischen Altersversorgung gebracht, die auch zu einer Verbesserung der Mobilitätsbereitschaft beigetragen haben.

3.9 Harmonisierung der Versorgungssysteme

Die derzeit vorhandenen unterschiedlichen Regelungen zeigen, daß erhebliche Leistungsunterschiede in der Altersversorgung bei den einzelnen Medien bestehen, mit besonders günstigen Bedingungen bei den Rundfunkanstalten.

Eine Vereinheitlichung der Alterssicherung auf dem erhöhten Niveau der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wäre allerdings nicht vertretbar. Ziel müßte sein, in allen Bereichen zu einer Gesamtversorgung zu gelangen, die einen sozialpolitisch angemessenen Abstand zwischen dem letzten Aktiv-Nettoeinkommen und der Gesamtversorgung wahrt.

²²⁾ Vgl. Wiesand: Journalisten-Bericht, a. a. O., S. 233.

II. Freie Mitarbeiter

1 Begriffsbestimmung

Im Sprachgebrauch der in den Medien Tätigen werden alle auf Honorarbasis entlohnten Mitarbeiter in Abgrenzung zu den Gehaltsempfängern, den sog. Festangestellten, als freie Mitarbeiter bezeichnet. Dem rechtlichen Status nach kann es sich dabei sowohl um Arbeitnehmer als auch um Selbständige handeln.

2 Tätigkeitsarten und Größenordnungen

Für die Massenmedien sind eine Vielzahl von freien Mitarbeitern tätig. Sie arbeiten in sehr verschiedenen Fachgebieten (z. B. Politik, Wirtschaft, Lokalberichterstattung, Bildung, Kunst, Sport, Unterhaltung) und kommen aus unterschiedlichen Berufen (z. B. Reporter, Hörspielautor, Musiker, Schauspieler, Sänger, Tänzer, Regisseur, Bildjournalist, Kameramann, Cutter). Die freie Mitarbeit ist also — vor allem beim Rundfunk — keineswegs auf Journalisten beschränkt und reicht in vielen Abstufungen von der nur gelegentlichen Mitwirkung bis zur hauptberuflichen Tätigkeit. Hier soll jedoch zunächst nur die freie Mitarbeit im engeren Sinne, die freiberufliche Tätigkeit für Massenmedien erörtert werden.

Die Gesamtzahl der bei den Medien beschäftigten freien Mitarbeiter ist nicht bekannt. Die Zahlen der von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen beschäftigten freien Mitarbeiter können allerdings der amtlichen Pressestatistik entnommen werden. Hiernach betrug im Jahre 1983 die Anzahl der von Zeitungsverlagen beschäftigten freien Mitarbeiter 21 728; bei den Zeitschriftenverlagen waren es 8 579.

Für die Zahl der freien Mitarbeiter bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ergibt sich — nach dem Erfahrungsbericht zu § 12 a des Tarifvertragsgesetzes aus dem Jahre 1981²³⁾ über Tarifvertragsabschlüsse für arbeitnehmerähnliche Personen — aufgrund von Schätzungen der Gewerkschaften und anderer Organisationen im Medienbereich folgendes: Legt man den engen Maßstab der Tarifgebundenheit an, so bewegen sich die Schätzungen zwischen 2 500 und 3 500 Personen; bezieht man jedoch alle diejenigen ein, auf die die tariflichen Regelungen für arbeitnehmerähnliche Personen angewendet werden, so belaufen sich die Schätzungen auf 15 000 bis 20 000 Personen.

Insgesamt dürfte die Zahl der freien Mitarbeiter je nach Abgrenzung zwischen 50 000 bis 100 000 liegen. Berücksichtigt man die Tätigkeitsüberschneidungen zwischen den verschiedenen Medien (d. h. freie Mitarbeiter erbringen in vielen Fällen Leistungen für mehrere Medien), so dürfte sich die Zahl der freien Mitarbeiter bei einer engeren Abgrenzung auf 30 000 bis 50 000 belaufen. Diese Zahlen scheinen geeignet, eine Vorstellung von der Größenordnung zu vermitteln, in der sich die freie Mitarbeit abspielt.

²³⁾ Drucksache 9/993, S. 8 f.

3 Rechtsstellung

Nach wie vor bestehen Schwierigkeiten bei der Abgrenzung der abhängigen Beschäftigung von der selbständigen Tätigkeit bei freier Mitarbeit. Die hierzu ergangene Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts und deren Korrektur durch das Bundesverfassungsgericht ist oben ausführlich dargestellt²⁴⁾.

4 Wirtschaftliche und soziale Lage

4.1 Tarifvertragliche Regelungen

Die wirtschaftliche, soziale und rechtliche Lage der Zielgruppen des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes konnte im Rahmen und mit den Mitteln der Tarifautonomie verbessert werden.

4.1.1 Pressebereich

Im Bereich des Verlagswesens für Tageszeitungen besteht eine tarifvertragliche Regelung für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten, derzeit vom 7. Dezember 1983, geändert durch Tarifvertrag vom 11. Juli 1984. Tarifvertragsparteien sind der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. als Vertreter seiner Mitgliedsverbände einerseits und der Deutsche Journalisten-Verband e.V., die Deutsche Angestellten-Gewerkschaft sowie die Industriergewerkschaft Druck und Papier andererseits. Der Tarifvertrag gilt nicht in Hessen, weil er vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. nicht auch in Vertretung für den Verband Hessischer Zeitungsverleger e.V. geschlossen worden ist. Der Tarifvertrag enthält im wesentlichen Begriffsbestimmungen für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten, Festlegungen von Honorarsätzen, urheberrechtliche Bestimmungen und Ankündigungsfrieten für den Fall der Beendigung der Zusammenarbeit zwischen Verlag und Journalist.

Im Zeitschriftenbereich ist es bisher nicht zum Abschluß von tarifvertraglichen Regelungen für die dort tätigen arbeitnehmerähnlichen Journalisten gekommen.

4.1.2 Rundfunkbereich

Die weitere Entwicklung seit der Darstellung im Medienbericht 1978 hat dazu geführt, daß nunmehr für freie (arbeitnehmerähnliche) Mitarbeiter bei allen Rundfunkanstalten im Bereich der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD) und beim Zweiten Deutschen Fernsehen Tarifverträge geschlossen worden sind. Eine Auflistung der Tarifverträge nach dem Stand vom 1. September 1981 enthält der „Weitere Bericht der Bundesregierung über Erfahrungen bei der Anwendung des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes“²⁵⁾. Danach belief sich am 1. September 1981 die Zahl der Tarifvertragswerke für arbeit-

²⁴⁾ Vgl. oben Abschnitt D V 3.2.1.

²⁵⁾ Vgl. Anm. 23.

nehmerähnliche Personen bei Rundfunkanstalten auf 43.

Darüber hinaus sind Tarifverträge für arbeitnehmerähnliche Personen geschlossen worden, die für folgende Werbe- oder Produktionsgesellschaften im Bereich der Rundfunkmedien arbeiten:

- Westdeutsches Werbefernsehen GmbH, Köln,
- Bayerische Rundfunkwerbung GmbH, München,
- european television service GmbH, (e-te-s), Köln,
- TransTel GmbH, Köln.

Damit ist für freie Mitarbeiter im Bereich der Rundfunkmedien, soweit sie die Voraussetzungen der Arbeitnehmerähnlichkeit erfüllen, ein umfassendes Netz tariflicher Regelungen geschaffen worden.

4.2 Soziale Sicherung

Seit dem letzten Medienbericht im Jahre 1978 sind die gesetzlichen Voraussetzungen für einen umfassenden Sozialversicherungsschutz der freien Mitarbeiter geschaffen worden.

4.2.1 Unständig Beschäftigte

Ähnliche Probleme bei der Abgrenzung der abhängigen Beschäftigung von der selbständigen Tätigkeit wie im Arbeitsrecht bestehen bei freien Mitarbeitern auch im Bereich des Sozialversicherungsrechts. So wurde im Medienbericht 1974 erwähnt, daß mehr als 1 000 Prozesse um die Sozialversicherungspflicht von freien Mitarbeitern der Rundfunkanstalten geführt würden. Die Rechtsprechung des Bundessozialgerichts aus dem Jahre 1973 hat dazu geführt, daß freie Mitarbeiter, soweit sie ausübend, interpretierend und nicht schöpferisch als Urheber (z. B. Autor) tätig sind, in aller Regel als abhängig Beschäftigte sozialversicherungspflichtig sind.

Das Bundessozialgericht stellte insbesondere darauf ab, daß diese freien Mitarbeiter in den Betrieb der Rundfunkanstalt eingegliedert seien, da sie ohne Apparat ihre Leistung nicht erbringen könnten. Aufgrund der Häufigkeit und Kurzfristigkeit ihrer (unter Umständen nur stundenweisen) Tätigkeit erkannte das Bundessozialgericht ihnen allerdings den Sonderstatus des „unständig Beschäftigten“ zu.

Der Begriff der unständigen Beschäftigung ist in den Vorschriften des Krankenversicherungsrechts (§ 441 RVO) definiert, und zwar als eine Beschäftigung, die auf weniger als eine Woche entweder nach der Natur der Sache beschränkt zu sein pflegt oder im voraus durch den Arbeitsvertrag beschränkt ist. Die zu jener Zeit geltenden Sondervorschriften für unständig Beschäftigte (§§ 442 ff. RVO a. F.) waren auf an wechselnden Stellen beschäftigte Arbeiter zugeschnitten (z. B. Hafenarbeiter). Die Anwendung auf den völlig anderen Personen-

kreis der freien Mitarbeiter der Rundfunkanstalten führte zu einer Reihe von Unzulänglichkeiten hinsichtlich des Umfangs des sozialen Schutzes.

Durch eine Novellierung der Vorschriften über die unständige Beschäftigung²⁶⁾ im Jahre 1979 wurden diese Probleme beseitigt, indem die unständig Beschäftigten hinsichtlich der Kranken- und Rentenversicherung mit allen anderen abhängig Beschäftigten weitgehend gleichgestellt wurden.

4.2.2 Künstlersozialversicherung

Diejenigen freien Mitarbeiter, die auch nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts aus dem Jahre 1973 noch als Selbständige anzusehen sind, insbesondere die als Urheber Tätigen (z. B. Autoren, Komponisten, Textdichter, Bearbeiter, Bühnenbildner, Architekten) erhielten ihren sozialen Schutz mit dem zum 1. Januar 1983 in Kraft getretenen Künstlersozialversicherungsgesetz²⁷⁾, das diese Personengruppe — wie viele andere selbständige Künstler und Publizisten — in die Versicherungspflicht zur gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung einbezieht. Nach jahrelangen parlamentarischen Beratungen hatte der Deutsche Bundestag 1981 mit der Verabschiedung des Künstlersozialversicherungsgesetzes entschieden, daß auch selbständige Künstler und Autoren zu ähnlichen Bedingungen wie Arbeitnehmer einen Leistungsanspruch in der gesetzlichen Renten- und Krankenversicherung erhalten sollen.

Ebenso wie Arbeitnehmer zahlen sie den halben Beitragssatz zur Renten- und Krankenversicherung selbst. Die andere Hälfte der Beitragszahlungen wird von der Künstlersozialkasse aufgebracht. Diese erhält die Mittel für die andere Beitragshälfte zu einem Drittel aus Steuermitteln als Bundeszuschuß und zu zwei Dritteln von den Unternehmen und Institutionen, die am Markt für Kunst und Publizistik tätig sind. Diese Beitragszahlungen der Unternehmen und anderen Einrichtungen, die sich als „Kunstvermarkter“ betätigen, tragen die Bezeichnung „Künstlersozialabgabe“. Unternehmen und Einrichtungen der Film- und Verlagsbranche, des Musik- und Theaterbetriebes, des Kunsthandels und der Werbewirtschaft leisten damit ebenso wie die Rundfunkanstalten einen solidarischen Beitrag zugunsten der sozialen Absicherung von selbständigen Künstlern und Publizisten.

Für die Künstlersozialversicherung wurde kein neuer selbständiger Leistungsträger im Verbund der gesetzlichen Sozialversicherung geschaffen, sondern lediglich eine Art Clearingstelle, die Künst-

²⁶⁾ Artikel 1 Nr. 11 des Gesetzes über die Verwaltung der Mittel der Träger der Krankenversicherung (KVMG) vom 15. Dezember 1979 (BGBl. I, S. 2241), der aufgrund § 1400 Reichsversicherungsordnung und § 122 Angestelltenversicherungsgesetz auch für die Rentenversicherung gilt.

²⁷⁾ Gesetz über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG) vom 27. Juli 1981, BGBl. I, S. 705.

lersozialkasse mit Sitz in Wilhelmshaven. Sie hat die Aufgabe, die Versicherungs- und Abgabepflicht im Einzelfall festzustellen und bundesweit die drei unterschiedlichen Beitragsarten einzuziehen: die Sozialversicherungsbeiträge der Künstler und Publizisten, den Bundeszuschuß und auch die Künstlersozialabgabe von Unternehmen und anderen Einrichtungen. Die eingezogenen Gelder werden von der Künstlersozialkasse danach an die einzelnen Krankenkassen und an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte in Berlin (BfA) weiter-

geleitet. Zu ihren Aufgaben gehört auch die Beratung der Versicherten und der Abgabepflichtigen.

In welchem Umfang freie Mitarbeiter der Massenmedien durch Selbstmeldung bei der Künstlersozialkasse inzwischen einen sozialen Schutz für Alter und Krankheit haben, läßt sich zur Zeit nicht feststellen, da die Versicherten eine entsprechende Frage nach den Hauptauftraggebern vielfach aus Furcht vor Benachteiligungen bei der Auftragsvergabe unbeantwortet lassen.

F. Mediennutzung/Medienforschung

I. Mediennutzung

Fragen der Mediennutzung sind seit vielen Jahren ein wichtiger Gegenstand kommunikationspraktischer und -theoretischer Studien. Nähere Kenntnis der Nutzung ist nicht nur für die Werbewirtschaft wertvoll; sie erleichtert auch eine akzeptanzfördernde Gestaltung des Informationsangebotes. Nutzungsstudien belegen außerdem, welche Rolle der Medienkonsum im täglichen Leben spielt, und liefern Anhaltspunkte darüber, wie sich zusätzliche Informationen auswirken könnten. Die zunächst rein quantitativen Ergebnisse solcher Studien dienen auch zur Stützung wertender Aussagen; sie werden z. B. als Ausdruck sozialen Verhaltens, als Verzicht auf andere Freizeitbeschäftigungen usw. ausgelegt. Kommunikationswissenschaftlich unbestritten ist, daß die tagesaktuellen Medien im besonderen Maß Information und Unterhaltung beeinflussen, da sie fast sämtliche Haushalte und beträchtliche Nutzungswerte erreichen¹⁾.

Erste Hinweise zur Mediennutzung vermitteln Daten über die Ausstattung der Haushalte mit den dazu erforderlichen Produkten. Die Versorgung der Haushalte mit Radio- und Fernsehgeräten, mit Zeitungen und Zeitschriften hat im Berichtszeitraum

weiter zugenommen. Radio- und Fernsehapparate sind in nahezu jedem Haushalt vorhanden. Ihre Zahl kann im wesentlichen nur durch Anschaffung zusätzlicher Geräte je Haushalt bzw. durch ein Anwachsen der Haushaltsanzahl (etwa mehr Ein- und Zwei-Personen-Haushalte) noch ansteigen. 96,4% aller Haushalte verfügen über mindestens einen Fernsehapparat, 95,5% haben mindestens ein Radio und 12,7% einen Videorekorder²⁾.

82,7% der Erwachsenen verfügen über eine abonnierte oder regelmäßig gekaufte Tageszeitung, 91,4% über entsprechende Publikumszeitschriften³⁾.

Stellt die Versorgungsdichte nur die instrumentelle Menge als eine Grundlage der Mediennutzung dar, so zeigen Reichweitenwerte an, welcher Anteil der Bevölkerung sich in einem begrenzten Zeitraum tatsächlich einem bestimmten Medium zuwendet. Die Massenmedien erreichen täglich zwischen 90 und 95% der erwachsenen Bevölkerung: An der Spitze steht der Hörfunk, der von 84% der Erwachsenen täglich gehört wird, gefolgt von Tageszeitung (80%), Fernsehen (78%), Zeitschrift (71%), Buch (44%) und Schallplatte/Kassette/Tonband (16%)⁴⁾.

Wie sich zeigt, überschneiden sich die Reichweiten der aktuellen Medien Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitung und Zeitschrift. Die meisten Erwachsenen

¹⁾ Den Zahlenangaben dieses Abschnittes und ihrer Einschätzung ist vorzuschicken, daß die Mediennutzungsforschung je nach gewählter Methode häufig nicht zu einheitlichen Resultaten kommt und im wesentlichen Aufschlüsse nur darüber zuläßt, welche Bevölkerungskreise wann welche massenmedialen Angebote aufnehmen. Dabei wurde die Anlage solcher Spezialstudien im Laufe der Jahre oft verändert und verfeinert. Deshalb sind Werte verschiedener Jahre, Auftraggeber und Institute nur bedingt miteinander vergleichbar, auch wenn dies aus der folgenden Darstellung nicht hervorgeht. Das gilt beim Fernsehen besonders für den seit 1. Januar 1985 wirksamen Wechsel von der „teleskopie“-Gesellschaft (Bonn) zur „Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)“ in Nürnberg. Zur Erläuterung der neuen Erhebungsgrundsätze und zur Auseinandersetzung um die unterschiedlichen Methoden vgl. Jürgen Pfifferlings und Joachim Wiedemanns Kapitel „Das GfK-System in der Kritik“ in ihrem Beitrag „Die Fernsehnutzung im ersten Halbjahr 1985“. In: Media Perspektiven, Heft 8/1985, S. 653—664.

²⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 90 im Abschnitt F der Materialien.

³⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 91 im Abschnitt F der Materialien.

⁴⁾ Vgl. die im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung von Claudia Mast angefertigte Literaturstudie: „Neue“ Medien und Alltagskommunikation, Bericht vom November 1984, S. 135. (Als Buch veröffentlicht unter dem Titel „Medien und Alltag im Wandel“, Konstanz 1985, dort S. 127.) Mast legt Ergebnisse der Südfunk-Medienforschung und aus Infratest-Umfragen zugrunde. — Daten der teleskopie-Strukturerhebungen im Sommer 1983 und Winter 1983/84 ergaben bei abweichender Erhebungsmethode folgende Daten der durchschnittlichen Reichweiten bei Erwachsenen: Radio 80,7 %, Fernsehen 78,4 %, Tageszeitung 74,7 %, Zeitschrift 33,6 %, Schallplatte/Kassette/Tonband 20,0 %, Buch 19,1 %, Video-Kassette 2,8 %. Andere Untersuchungen kommen zu wieder anderen Ergebnissen.

(90%) nutzen in der Regel nicht nur ein Medium; 23% rezipieren zwei Medien, 39% drei und 28% alle vier⁵⁾.

Zur langfristigen Entwicklung läßt sich sagen, daß die Werte für die Funkmedien herkömmlicher Art trotz vermehrter Geräteausstattung seit einiger Zeit stagnieren, während die Tagespresse einen schwachen, aber kontinuierlichen Reichweitenzuwachs verzeichnet⁶⁾. Die meisten Nutzungsstudien lassen erkennen, daß Unterschiede nach Alter, Bildung, Einkommen und anderen demographischen Kategorien gering sind; dagegen spielen Freizeitgewohnheiten und persönliches Kommunikationsverhalten eine größere Rolle.

Aussagen über die Reichweite „neuer“ Medien und zusätzlicher Programmangebote können wegen der noch ausstehenden Ergebnisse laufender Begleitprojekte bislang nicht getroffen werden.

Kenntnisse über spezifische Reichweiten sagen noch nichts über die Intensität der Mediennutzung. Deshalb ermittelt man über die Frage hinaus, ob und welche Massenmedien genutzt werden, auch die zum Empfang bzw. zur Lektüre aufgewendete Zeit. Dabei hat sich ergeben, daß im Vergleich zur — zwischen 1976 und 1982 um 12% vermehrten — Freizeit das Zeitbudget für die Nutzung der tagesaktuellen Medien auf hohem Niveau stagniert⁷⁾.

Der Zuwachs bei der Gesamtdauer geht allein auf die „Wiederentdeckung“ des Hörfunks zurück. Für Fernsehen und Zeitung ergaben sich keine höheren Werte mehr⁸⁾, obwohl mehr Freizeit als früher zu Hause verbracht wird. Festzuhalten bleibt, daß das Aufkommen des Fernsehens die Presselektüre generell weder — wie früher oft befürchtet — verdrängt noch nennenswert eingeschränkt hat⁹⁾. Allerdings mußten sowohl das Fernsehen als auch die Tagespresse bei Personen mit höherer formaler Bildung und bei Nutzern unter 30 Jahren deutliche Einbußen hinnehmen¹⁰⁾. Nach neueren Messungen der GfK betrug 1983/84 der durchschnittliche Tageswert beim Hörfunk 2 Std. 33 Min.; beim Fernsehen 2 Std. 19 Min., wobei der Fernsehkonsum im Gegensatz zum Radioempfang mit zunehmendem Alter der Teilnehmer kontinuierlich stieg¹¹⁾. Kinder zwischen 6 und 13 Jahren verbringen durchschnittlich 79 Min. pro Tag vor dem Bildschirm; bezieht man nur die 60% der Kinder ein, die an einem Tag

fernsehen, so errechnet sich eine Verweildauer von 132 Minuten. Generell haben der jeweilige Wochentag, das Wetter und die Jahreszeit deutlichen Einfluß auf die Einschaltquoten und die Nutzungsdauer.

Eine wesentlich längere Nutzung ergibt sich, wenn nach der Einschaltdauer in Haushalten (und nicht nur bei Durchschnittszuschauern) gefragt wird. Sie betrug im ersten Halbjahr 1985 3 Std. 27 Min., wovon je 89 Min. auf das 1. und 2. Fernsehprogramm entfielen, 23 Min. auf die 3. Programme und 7 Min. auf die aus den Nachbarländern einstrahlenden Programme¹²⁾.

Die von ARD und ZDF gesendete Werbung empfangen im Durchschnitt aller Werktage und Blöcke des 1. Halbjahres 1985 18% der Erwachsenen, und zwar zu gleichen Teilen für beide Anstalten. Das entspricht einem Durchschnitt von etwa je 4 Millionen Zuschauern. Unterschiedliche Reichweiten sind durch bestimmte Wochentage, regionale Besonderheiten, jahreszeitliche Schwankungen, Plazierungen innerhalb der Werbeblöcke sowie durch verschiedene Zielgruppen bedingt¹³⁾.

Im Vergleich zum Rundfunk liegt die Nutzungsdauer bei den Druckmedien erheblich niedriger: Die Dauer der Zeitungslektüre beträgt durchschnittlich 38 Min., bei Büchern sind es täglich 27 Min. und bei Zeitschriften 22 Min.¹⁴⁾.

Die Daten zur Geräteausstattung, Reichweite und vor allem zur Nutzungsdauer zeigen die Bedeutung, die die Massenmedien als Freizeitfaktor haben. Ihre Nutzung steht unter den vielen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung obenan, wie beispielsweise die Ergebnisse einer Allensbach-Umfrage von 1984 zeigen¹⁵⁾.

Daraus folgt aber auch, daß es bei etwa gleichem Freizeitbudget für zusätzliche Angebote nicht leicht sein wird, die bisherigen Nutzungsgewohnheiten zu ändern und sich im Informations- und Unterhaltungswettbewerb der Medien einen guten Platz zu sichern.

Medienwissenschaftlich besteht Konsens darüber, daß neue Medien die älteren nicht ganz verdrängen, doch können sich Formen und Funktionen, individuelle Nutzung und sozialer Nutzen verändern. Ein neues Medium vervollständigt durch seine besonderen Qualitäten als ergänzendes, jedoch eigenständiges und neuartiges Kommunikationsmittel das bestehende System¹⁶⁾. Die Nutzung eines Mediums stimuliert die Aufnahme weiterer Angebote. Bei

⁵⁾ Claudia Mast: Medien und Alltag im Wandel, a. a. O., S. 129.

⁶⁾ Vgl. Infratest-Umfragen 1964—1980.

⁷⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 92 im Abschnitt F der Materialien.

⁸⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 93 im Abschnitt F der Materialien.

⁹⁾ Seit der Einführung eines bundesweiten Fernsehprogramms im Jahre 1954 ist die erscheinungstägliche Verkaufsaufgabe der Tageszeitungen von 13 auf fast 21 Mio. Exemplare 1985 gestiegen (vgl. oben Abschnitt D I 1.1.).

¹⁰⁾ Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation II. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964—1980, Frankfurt 1982, S. 26—30.

¹¹⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 94 im Abschnitt F der Materialien.

¹²⁾ Jürgen Pfifferling und Joachim Wiedemann, a. a. O., S. 653—655.

¹³⁾ Jürgen Pfifferling und Joachim Wiedemann, a. a. O., S. 658.

¹⁴⁾ Claudia Mast: Medien und Alltag im Wandel, a. a. O., S. 126.

¹⁵⁾ Einzelheiten dazu in Tabelle 95 im Abschnitt F der Materialien.

¹⁶⁾ Winfried B. Lerg: Verdrängen oder ergänzen die Medien einander? Innovation und Wandel in Kommunikationssystemen. In: Publizistik, Heft 2/1981, S. 193 bis 201.

spielsweise schließt Fernsehen die Presselektüre nicht aus, sondern regt sie an. In diesem Sinne ergänzen sich auch andere Massenmedien.

Bei der jüngeren Generation deutet sich ein spürbarer Wandel des Rezeptionsverhaltens an. Die Distanzierung von den Medien, auch der Hang zum selektiven Umgang mit ihnen wächst; die unter 30jährigen nutzen heutzutage weniger Medien als die gleiche Altersgruppe in früheren Jahren. 1980 wurden nur 26% der 14—19jährigen von drei Medien erreicht, 1974 waren es 44%. Fast ein Drittel (31%) nutzt normalerweise nur noch ein Medium. Umgekehrt verläuft die Entwicklung bei der mittleren und älteren Generation. 50% (gegen 45% im Jahr 1974) der 40—59jährigen hören täglich Radio, lesen Zeitung und sehen fern¹⁷⁾. Die Einführung des Vormittags-Fernsehens hat generell die für Fernsehen eingeplante Zeit ausgeweitet. Auch kommt es öfter als früher vor, daß der Fernsehapparat einen ganzen Tag lang nicht eingeschaltet wird. Durchschnittlich sind es 40% der Erwachsenen, die an einem Tag in der Woche nicht fernsehen¹⁸⁾.

Besonderes Interesse verdient die Frage, wieviele Zuschauer die Hauptnachrichtensendungen und die politischen Magazine im Fernsehen verfolgen. Entgegen der früher zutreffenden Vorstellung, zu den Hauptsendezeiten um 19 und um 20 Uhr sehe fast jedermann die Nachrichten am Bildschirm, erreichen diese heute nur eine Minderheit: 1984 betrug die durchschnittliche Reichweite unter erwachsenen Zuschauern bei den vom ZDF ausgestrahlten Sendungen „heute“ 14% und „heute-journal“ 12%; die ARD erreichte mit der „Tagesschau“ 15% und mit den „tagesthemen“ 9%. Bezieht man diese Daten auf die Haushalte, so kommt es bei den genannten Nachrichtensendungen zu Reichweiten zwischen 14 und 25%¹⁹⁾. 1979 wurden die Hauptnachrichten um 19 bzw. 20 Uhr noch in 24 bzw. 29% der Haushalte (nach der früheren Erhebungsmethode) eingeschaltet.

Kaum geändert hat sich dagegen nach neueren Zuschauerbefragungen die Inanspruchnahme der politischen und wirtschaftspolitischen Fernsehmagazine. Im Vergleich der Jahre 1979 bis 1984 differierte deren Durchschnittsreichweite unter erwachsenen Zuschauern um nie mehr als 3%. Am meisten werden die dienstags ausgestrahlten Magazine der ARD beachtet, nämlich von 17% der Zuschauer; es folgen „Plusminus“ (11%), „Bilanz“/„WISO“ (10%), „Kennzeichen D“ und „Kontraste“ (je 9%) sowie das „ZDF-Magazin“ (8%)²⁰⁾. Zum Vergleich: Die Serien

„Dallas“ und „Denver-Clan“ hatten 1984 Durchschnittswerte von 22—27%, während deutsche Kriminalserien zwischen 24 und 33% der Zuschauer erreichten. Shows, Quizsendungen und ähnliche Unterhaltungsprogramme zählen etwa 20 bis 25% der Erwachsenen zu ihrem Publikum; die Einschaltquoten einzelner Sendungen dieses Genres liegen erheblich über diesen Durchschnittszahlen.

Im Zusammenhang mit der Mediennutzung ist auch die Frage der subjektiv empfundenen Unentbehrlichkeit von Tagespresse, Fernsehen und Hörfunk von Belang. Bei einer Umfrage im Jahr 1980 bezeichneten 60% die Tageszeitung, 52% den Hörfunk und 47% das Fernsehen als das Medium, das sie am stärksten vermissen würden. Zehn Jahre zuvor rangierten noch das Fernsehen an erster und der Hörfunk an letzter Stelle²¹⁾. Tatsächlich hat die Bevölkerung nur auf die Presse vorübergehend verzichten müssen; in den Wochen der Druckerstreiks 1984, 1978 und 1976 erwies sich das Fehlen der aktuellen Tages- und Wochenpresse für den überwiegenden Teil der Leserschaft als hinderlich, und zwar nicht nur im lokalen Kommunikationsraum. Auch durch stärkere Hinwendung zu Radio und Fernsehen konnte das nicht voll ausgeglichen werden. Nicht allein das Ausbleiben journalistischer Informationen, sondern auch das Fehlen von Bekanntmachungen und Anzeigen führte rasch zu erheblichen Nachteilen und organisatorischen Problemen²²⁾.

Der Erforschung der Mediennutzung kommt auch in Zukunft erhebliches medienpolitisches Interesse zu. Sie hat Veränderungen zu beobachten und kann Entscheidungshilfen zur Akzeptanz neuer Angebote im sich verstärkenden Wettbewerb der elektronischen Medien bereitstellen. Die künftige Nutzung der Druckmedien verdient wegen der Bedeutung der Kulturtechnik „Lesen“ ebenso volle Aufmerksamkeit.

II. Medienforschung

Zum dritten Male wird hier eine Übersicht über die insgesamt 72 Forschungsarbeiten gegeben, die von der Bundesregierung zu bestimmten Fragestellungen der Medienstruktur und Kommunikationspolitik veranlaßt worden sind²³⁾.

Die Ziele, von denen sie sich dabei leiten läßt, entsprechen weiterhin den Vorgaben, wie sie erstmalig im Medien(zwischen)bericht 1970 festgelegt worden sind²⁴⁾. Dementsprechend geht es deshalb nicht darum, umfassend wissenschaftlich fundierte Medienforschung zu betreiben, sondern zu jeweils ak-

¹⁷⁾ Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer, a. a. O., S. 29.

¹⁸⁾ Wolfgang Darschin und Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Teleskopie-Ergebnisse zur Fernsehnutzung im Jahre 1983. In: Media Perspektiven, Heft 4/1984, S. 280—283.

¹⁹⁾ Wolfgang Darschin und Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Ergebnisse der kontinuierlichen Zuschauerforschung für das Jahr 1984. In: Media Perspektiven, Heft 4/1985, S. 245—256.

²⁰⁾ Wolfgang Darschin und Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Ergebnisse der ..., a. a. O., S. 253—255.

²¹⁾ Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer, a. a. O., S. 88.

²²⁾ Vgl. dazu am Beispiel der Münchner Verhältnisse die Studie von Petra E. Dorsch: Die Zeitung, Medium des Alltags. Monographie zum Zeitungsstreik, München 1984.

²³⁾ Vorausgegangen sind die entsprechenden Übersichten in den Medienberichten 1974 (Drucksache 7/2104, S. 74—77) und 1978 (Drucksache 8/2264, S. 107—115).

²⁴⁾ Vgl. Drucksache VI/692, S. 6 Tz 14.

tuellen Problemen in der medienpolitischen Diskussion Antworten auf Fragestellungen zu erhalten, zu denen keine oder nur unzureichende Darstellungen vorliegen. Auch an der Feststellung, daß das Forschungsprogramm sowohl durch das medienpolitische Interesse der einzelnen Ressorts als auch durch Anregungen und Initiativen aus Wissenschaft und Praxis bestimmt wird, hat sich in der Vergangenheit nichts geändert.

Nach wie vor ist auch der Interministerielle Arbeitskreis für Kommunikationsforschung (IMA) der Bundesregierung das Gremium²⁵⁾, in dem das Forschungsprogramm von der Planung über die Auftragsvergabe, die Diskussion der Zwischenberichte, die Abnahme der endgültigen Gutachten bis hin zur Auswertung in Form kommunikationspolitischer Schlußfolgerungen betreut wird.

Parallel zur technischen Entwicklung im Medienbereich haben sich jedoch gegenüber den früheren Berichtszeiträumen neue Schwerpunkte bei der Themenstellung der Forschungsvorhaben ergeben. Überwogen in der Vergangenheit die Studien zur Situation der im Medienbereich Tätigen (Kommunikatoren) sowie der Struktur der Presse einschließlich rechtlicher Probleme, so ist in den letzten Jahren eine Verschiebung zu den durch die „Neuen Medien“ ausgelösten Fragen festzustellen. Hier wird die Absicht der Bundesregierung deutlich, rechtzeitig die Probleme untersuchen zu lassen, die durch den zu erwartenden Wandel in der Kommunikationstechnologie und im Medienangebot entstehen können.

Insgesamt hat die Zahl der Projekte noch weiter zugenommen; zugleich ist jedoch der Anstieg der hierfür zur Verfügung stehenden Mittel abgeflacht: die auf die einzelnen Projekte entfallenden Kosten lagen deshalb gegenüber früher z. T. erheblich niedriger. Großprojekte waren die Ausnahme; noch stärker als in der Vergangenheit tritt der subsidiäre

Charakter der von der Bundesregierung erteilten Untersuchungsaufträge gegenüber der von den einschlägigen Disziplinen, insbesondere der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft selbst initiierten und ausgeführten Forschung zutage. Die „Lückenhaftigkeit“ innerhalb der durch die einzelnen Projekte gebildeten Forschungsfelder

- (A) Bestehendes Medienangebot
1. Kommunikatorforschung
 2. Medienstruktur und -angebot
 3. Medieninhalte
 4. Nutzung und Wirkung
 5. Wirtschaft und Wettbewerb
 6. Rechtliche und politische Fragen

- (B) „Neue Medien“
1. Akzeptanz und voraussichtliche Entwicklung
 2. Auswirkungen auf die bestehende Medienstruktur
 3. Gesellschaftliche Folgen

- (C) Bibliographie und Dokumentation im Medienbereich

ist vor diesem Hintergrund zu sehen.

Soweit die Arbeiten abgeschlossen sind, werden sie in den Materialien zum Medienbericht kurz vorgestellt²⁶⁾. In fast allen Fällen haben die auftraggebenden Ressorts den Gutachtern auch die Veröffentlichungsrechte zurückübertragen, um wie früher²⁷⁾ die Ergebnisse in die wissenschaftliche und medienpolitische Diskussion einzubringen.

Erneut muß hier die schon früher getroffene Feststellung wiederholt werden, daß die Inhalte der Gutachten nicht die Auffassung der Bundesregierung, sondern nur den Standpunkt der jeweils beauftragten Gutachter wiedergeben.

G. Einzelfragen aus dem nationalen Medienbereich

I. Urheberrecht

Im Berichtszeitraum haben sich im Urheberrecht — im Hinblick auf die Medien — auf dem Gebiet des Kopierwesens und hinsichtlich des rechtswidri-

gen Kopierens vor allem von Spielfilmen, Videogrammen oder Tonträgern durch das „Gesetz zur Änderung von Vorschriften auf dem Gebiet des Urheberrechts“ vom 24. Juni 1985 (Urheberrechtsnovelle)¹⁾, das am 1. Juli 1985 in Kraft getreten ist, wichtige Änderungen ergeben.

²⁵⁾ Vgl. Drucksache 8/2264, S. 107, Anm. 12.

²⁶⁾ Vgl. Abschnitt F II der Materialien. Kurzfassungen der in diesem Medienbericht vorgestellten Gutachten werden erscheinen in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1978—1985), Bonn, 1986 (in Vorbereitung; erscheint gleichzeitig mit diesem Bericht). — Dieser Band enthält zugleich die genauen

bibliographischen Angaben zu allen inzwischen in Buchform veröffentlichten Gutachten.

²⁷⁾ Vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1971—1974) / (1974—1978), Bonn 1974/1978 (mit 1974: 23/1978: 43 Kurzfassungen von Forschungsberichten).

¹⁾ BGBl. I, S. 1137.

1 Kopierwesen (Vervielfältigung)

Das Urheberrecht ordnet dem Schöpfer eines Werkes der Literatur, Wissenschaft oder Kunst das ausschließliche Recht zu, sein Werk in körperlicher Form zu verwerten. Dieses Recht umfaßt auch das Vervielfältigungsrecht, § 15 Abs. 1 Nr. 1, § 16 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG). Ausnahmen von dem ausschließlichen Verwertungsrecht des Urhebers sehen die §§ 45 ff. UrhG vor. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Vervielfältigung zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch, § 53 UrhG, die in den vergangenen Jahren einen Umfang angenommen hat, der 1965 bei der Verabschiedung des bis zum 30. Juni 1985 geltenden Rechts nicht vorzusehen war. Kernstück der Urheberrechtsnovelle ist daher die Neuregelung der Vergütungspflicht für das Vervielfältigen urheberrechtlich geschützter Werke zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch. Die Urheberrechtsnovelle sieht folgende Regelungen vor:

- Für das bisher vergütungsfreie Fotokopieren urheberrechtlich geschützter Werke zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch besteht nunmehr eine Vergütungspflicht (Fotokopiervergütung). Auf Kopiergeräte ist eine einmalige sog. Gerätevergütung zu zahlen; sie beträgt — ausgerichtet an der Leistungsfähigkeit der Kopiergeräte — 75, 100, 150 oder 600 DM. Für Fotokopien, die mit Geräten angefertigt werden, die in Schulen, Hochschulen sowie Einrichtungen der Berufsbildung oder der sonstigen Aus- und Weiterbildung, Forschungseinrichtungen, öffentlichen Bibliotheken oder Kopierläden betrieben werden, ist zusätzlich für jede Fotokopie von einer urheberrechtlich geschützten Vorlage eine Vergütung von 0,02 DM pro DIN A4-Seite zu zahlen. Bei Ablichtungen aus zugelassenen Schulbüchern beträgt diese Vergütung 0,05 DM je Kopie. Diese Ansprüche können durch Verwertungsgesellschaften geltend gemacht werden.
- Die Vergütung für das private Aufzeichnen von Bild- und Tonwerken, die bislang nur als sog. Geräteabgabe erhoben wurde, wird nunmehr durch die zusätzliche Heranziehung der Leerkassetten (Leerkassettenvergütung) aufgebracht (Kombination von Geräte- und Leerkassettenvergütung). Die Gerätevergütung beträgt 2,50 DM für jedes Tonaufzeichnungsgerät und 18,00 DM für jedes Bildaufzeichnungsgerät. Die Höhe der pro Leerkassette geschuldeten Vergütung wurde für Tonträger auf 0,12 DM und für Bildträger auf 0,17 DM für jede Stunde Spieldauer festgesetzt.

2 Raubdrucke, Raubkopien

Unter Raubdruck werden die unerlaubten Vervielfältigungen von Druckwerken verstanden. Die unerlaubte Vervielfältigung von Spielfilmen, Videogrammen oder Tonträgern wird als Film-, Video- und Tonträgerpiraterie bezeichnet. Diese Arten der Piraterie haben in den letzten Jahren einen so bedrohlichen Umfang angenommen, daß sich der

Deutsche Bundestag veranlaßt gesehen hat, das Urheberstrafrecht zu verschärfen.

Soweit eine Vervielfältigung durch Dritte ohne Zustimmung des Berechtigten vorgenommen wird oder ohne daß einer der gesetzlich zugelassenen Fälle der §§ 45 bis 63 UrhG vorliegt, ist dies nach § 106 UrhG strafbar. Die unerlaubte Vervielfältigung urheberrechtlich geschützter Werke ist danach mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bedroht. Diese Taten können nur auf Antrag verfolgt werden, es sei denn, daß die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält.

Die Urheberrechtsnovelle hat das strafrechtliche Instrumentarium zur Bekämpfung des Raubdruckwesens und der Ton-, Film- und Videopiraterie verbessert. Werden die in den §§ 106, 108 UrhG bezeichneten Urheberrechtsdelikte gewerbsmäßig begangen, beträgt die Höchststrafe nunmehr fünf Jahre Freiheitsentzug. Außerdem wurden Delikte, die gewerbsmäßig begangen werden, Officialdelikte, so daß sie auch ohne Strafantrag von den Staatsanwaltschaften verfolgt werden müssen.

II. Datenschutz im Medienbereich

Der Schutz des Bürgers vor Mißbrauch bei der Verarbeitung personenbezogener Daten ist Gegenstand der Datenschutzgesetzgebung. Dieser Persönlichkeitsschutz ist Ausfluß des durch Artikel 2 Abs. 1 i.V. mit Artikel 1 Abs. 1 GG garantierten allgemeinen Persönlichkeitsrechts; es ist durch die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 15. Dezember 1983²⁾ zum Volkszählungsgesetz 1983 bekräftigt worden, mit der dem einzelnen ein „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“ eingeräumt wird. Dem Persönlichkeitsschutz kommt gerade auf dem Mediensektor eine große Bedeutung zu, wie sich an der umfangreichen Rechtsprechung zum Persönlichkeitsrecht sowie an der Datenschutzdiskussion anlässlich der Einführung neuer Medien, wie z. B. Bildschirmtext, gezeigt hat.

Die gesetzgeberischen Bemühungen um die Ausgestaltung des Datenschutzes im Medienbereich standen von Anfang an vor dem Zielkonflikt zwischen der grundrechtlich geschützten Freiheit des einzelnen und der ebenfalls im Grundgesetz garantierten Pressefreiheit bzw. freien Berichterstattung durch Rundfunk und Film. Mit dem sog. Medienprivileg im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)³⁾ werden Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse, des Rundfunks oder des Films, soweit sie personenbezogene Daten ausschließlich zu eigenen publizistischen Zwecken verarbeiten, von der Anwendung datenschutzrechtlicher Bestimmungen mit Ausnahme des § 6 BDSG über die Anwendung technischer und organisatorischer Maßnahmen grundsätzlich freigestellt. Ähnliche Regelungen finden sich in den Datenschutzgesetzen der Länder.

²⁾ BVerfGE 65, 1.

³⁾ § 1 Abs. 3 BDSG.

Es hat sich jedoch im Berichtszeitraum gezeigt, daß der Persönlichkeitsschutz im Bereich der Medien verbesserungsbedürftig ist. Deshalb schlägt die Bundesregierung in dem von ihr vorgelegten Entwurf einer Novelle zum BDSG vor, zwar das Medienprivileg in seinem Kernbereich, nämlich der journalistisch-redaktionellen Verwendung personenbezogener Daten durch Medienunternehmen, materiell unverändert zu lassen, es jedoch durch bereichsspezifische Regelungen zugunsten der Betroffenen zu ergänzen. Folgende Änderungen sind in der Novelle zum BDSG vorgesehen:

- Aufnahme von Gegendarstellungen des Betroffenen zu den über ihn gespeicherten personenbezogenen Daten,
- Auskunftsanspruch des von einer Berichterstattung Betroffenen über die der Berichterstattung zugrundeliegenden, zu seiner Person gespeicherten Daten.

Mit diesen Regelungen, die aus kompetenzrechtlichen Gründen auf die Rundfunkanstalten des Bundesrechts beschränkt sein müssen, würde die Rechtsstellung des einzelnen bei der Berichterstattung durch die Medienunternehmen wesentlich verbessert. Es wäre wünschenswert, daß auch für die übrigen Medienbereiche — insbesondere den Landesrundfunk, die Presse und den Bildschirmtext (soweit er zur Übermittlung von Nachrichten an alle benutzt wird) — entsprechende Regelungen von den Ländern getroffen würden und die Einheitlichkeit datenschutzrechtlicher Regelungen im Medienbereich hierdurch gewahrt bleibt.

Bei der Einführung „Neuer Medien“, zu denen hier auch die rechnergestützten Fernmeldedienste gerechnet werden, bleibt zu prüfen, ob und inwieweit durch die Einführung dieser neuen Techniken zusätzliche Gefahren für den Persönlichkeitsbereich entstehen können. Hierbei ist zu entscheiden, ob die bereits vorhandenen datenschutzrechtlichen Bestimmungen ausreichen oder ob bereichsspezifische Regelungen erlassen werden müssen. Soweit ein bereichsspezifischer Regelungsbedarf besteht, sollte der Bund seine verfassungsrechtlich gegebene Regelungsbefugnis nutzen, um bundesweit einheitliche Voraussetzungen und Bedingungen nicht nur für den Fernmeldedienst, sondern auch für die Nutzung der neuen Fernmeldetechniken zu gewährleisten.

III. Persönlichkeitsschutz und Freiheit der Berichterstattung

Im Berichtszeitraum hat das Bundesverfassungsgericht in einer ganzen Reihe grundlegender Entscheidungen Gelegenheit genommen, das Verhältnis des Persönlichkeitsschutzes des einzelnen zur Freiheit der Berichterstattung in den Medien grundsätzlich zu klären.

Die Freiheit der Medien kommt immer wieder in Konflikt mit den ebenfalls verfassungsrechtlich gewährleisteten Persönlichkeitsrechten, insbesondere

dem Recht der Ehre. Hier für den notwendigen Ausgleich zu sorgen, ist eine schwierige Aufgabe, der sich die Zivil- und Strafgerichte, aber auch das Bundesverfassungsgericht zu unterziehen haben. Die Grenzen von Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz sind namentlich in der jüngeren verfassungsgerichtlichen Judikatur aktualisiert worden.

Das Bundesverfassungsgericht geht in ständiger Rechtsprechung davon aus, daß die der Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit in Artikel 5 Abs. 2 GG gesetzten Schranken der allgemeinen Gesetze, des Jugendschutzes und des Rechts der persönlichen Ehre aus der Erkenntnis der wertsetzenden Bedeutung dieser Grundrechte im freiheitlich demokratischen Staat auszulegen und so in ihrer grundrechtsbegrenzenden Wirkung selbst wieder einzuschränken sind⁴⁾. Es bedarf daher einer verhältnismäßigen Zuordnung der beteiligten grundrechtlich verbürgten Rechtsgüter. Dabei sind insbesondere die Motive, der Anlaß, das Mittel, das Ziel und die Wirkungen der jeweiligen Äußerung zu berücksichtigen.

Grundlegend ist zunächst die Unterscheidung von Tatsachenbehauptungen bzw. Tatsachenmitteilungen und Werturteilen. Artikel 5 Abs. 1 GG schützt mit der Meinungsfreiheit das Recht, frei sagen zu können, was man denkt, und zugleich geistige Wirkung auf die Umwelt im Sinne einer Meinungsbildung und Überzeugung ausgehen zu lassen⁵⁾. Werturteile, die stets auf geistige Wirkung, nämlich auf Überzeugungsbildung abzielen, sind deshalb durch Artikel 5 Abs. 1 GG in erster Linie geschützt. Sie sind durch das Element der Stellungnahme und des Dafürhaltens im Rahmen einer geistigen Auseinandersetzung ohne Rücksicht auf den Wert, die Richtigkeit oder Vernünftigkeit der Äußerungen gekennzeichnet⁶⁾. Tatsachenmitteilungen werden durch das Grundrecht der Meinungsäußerungsfreiheit nur geschützt, soweit sie Voraussetzungen der Meinungsbildung sind⁷⁾. Dementsprechend ist die unwahre tatsächliche Information unter dem Blickwinkel der Meinungsfreiheit kein schützenswertes Gut⁸⁾. Bewußt unwahre Behauptungen oder unrichtige Zitate sind somit durch Artikel 5 Abs. 1 GG nicht geschützt. Außerhalb dieser Fallgruppe bedarf es der Differenzierung, wobei jedoch die Anforderungen an die Wahrheitspflicht nicht so bemessen werden dürfen, daß es zu einer Lähmung der öffentlichen Aufgabe der Medien kommt⁹⁾. Indessen bedeutet dies keinen Freibrief für die Presse; deren Sorgfaltspflicht bleibt unberührt. Es geht darum, die Medien vor einer unverhältnismäßigen Aufbürdung von Risiken zu bewahren. Im übrigen sind unwahre Tatsachenbehauptungen, soweit sie dem Artikel 5 Abs. 1 GG überhaupt unterfallen, Beschränkungen aufgrund des Artikels 5 Abs. 2 GG leichter zugänglich als Werturteile¹⁰⁾.

⁴⁾ BVerfGE 7, 198 (208 f.) — Lüth —; zuletzt BVerfGE 64, 108 (1157) — Chiffreanzeige.

⁵⁾ BVerfGE 61, 1 (7) — NPD von Europa.

⁶⁾ BVerfGE 65, 1 (41) — Volkszählung.

⁷⁾ BVerfGE 65, 41.

⁸⁾ BVerfGE 54, 208 (219) — Ungeist der Sympathie.

⁹⁾ BVerfGE 54, 219, 220.

¹⁰⁾ BVerfGE 61, 8.

Bei Meinungsäußerungen, die nicht dem Zweck privater Auseinandersetzungen dienen, sondern in erster Linie zur Bildung der öffentlichen Meinung in einer diese wesentlich berührenden Frage beitragen sollen, spricht die Vermutung für die Zulässigkeit der freien Rede¹¹⁾. Bei Auseinandersetzungen in einem Wahlkampf, bei dem der politische Meinungskampf am intensivsten ist, erlangt Artikel 21 Abs. 1 Satz 1 GG als Aussage über die politische Funktion der Parteien besondere Bedeutung für die Zuordnung von Meinungsfreiheit und beschränkenden Gesetzen. Er verstärkt die Vermutung für die Zulässigkeit der freien Rede mit der Folge, daß gegen das Äußern einer Meinung nur in äußersten Fällen eingeschritten werden darf¹²⁾.

Auch für das gesprochene Wort, die Spontaneität der freien Rede, spricht eine Zulässigkeitsvermutung. Zur Erhaltung der Grundbedingungen der öffentlichen Diskussion müssen im Einzelfall Schärfer und Übersteigerungen hingenommen werden¹³⁾, auch wenn die Äußerung nicht zu sachgemäßer Meinungsbildung beitragen kann.

Einschränkungen der Persönlichkeitsrechte können sich ferner im Falle eines „Gegenschlages“ ergeben. Wer im öffentlichen Meinungskampf zu einem abwertenden Urteil Anlaß gegeben hat, muß eine scharfe Reaktion grundsätzlich auch dann hinnehmen, wenn sie sein Ansehen mindert¹⁴⁾.

Daraus folgt, daß der Rechtsschutz bei abwertenden Werturteilen im Hinblick auf den freien Meinungskampf weniger stark ausgeprägt ist. Damit ist der notwendige Persönlichkeitsschutz jedoch nicht preisgegeben. Schmähkritik kann in keinem Falle zugelassen werden. Auch kann eine etwa gestiegene Reizschwelle in der politischen Auseinandersetzung nicht jede Verletzung der Ehre des politischen Gegners rechtfertigen¹⁵⁾. Daß im politischen Raum die Ehre berührende Äußerungen eher als im privaten Bereich hinzunehmen sind, liegt auch am sozialen Charakter der Ehre, die durch die Position und das Verhalten des Ehrträgers im sozialen Gefüge wesentlich bestimmt wird.

Die vom Bundesverfassungsgericht aufgestellten Grundsätze haben Wesentliches zur Abgrenzung von Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz beigetragen. Die sachgerechte Aktualisierung dieser Grundsätze im Einzelfall bleibt der Rechtsprechung aufgegeben.

IV. Arbeitnehmermitbestimmung und Tendenzschutz in den Medien

Nach § 118 Abs. 1 Nr. 2 des Betriebsverfassungsgesetzes (BetrVG) finden auf Unternehmen und Betriebe, die unmittelbar und überwiegend Zwecken

¹¹⁾ BVerfGE 7, 198 (212) — Lüth.

¹²⁾ BVerfGE 61, 11, 12.

¹³⁾ BVerfGE 54, 129 (139) — Kunstkritik.

¹⁴⁾ BVerfGE 54, 138; 42, 143 (152 f.) — Deutschland-Magazin.

¹⁵⁾ BVerfGE 42, 153.

der in Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützten Berichterstattung oder Meinungsäußerung dienen, die Vorschriften des BetrVG keine Anwendung, soweit die Eigenart des Unternehmens oder des Betriebs dem entgegensteht; darüber hinaus nehmen das Mitbestimmungsgesetz von 1976 (§ 1 Abs. 4) und das Betriebsverfassungsgesetz von 1952 (§ 81 Abs. 1) die genannten Unternehmen von der Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmensorganen völlig aus. Daß der hierin begründete Tendenzschutz nicht nur die herkömmlichen privatwirtschaftlich organisierten Medien und deren Hilfsunternehmen erfaßt, sondern sich in gleicher Weise auch auf neue Medien — wie Bildschirmdienste, privatrechtlich organisierte Rundfunkveranstalter u. ä. — erstreckt, kann keinen Zweifeln unterliegen.

Im Berichtszeitraum hat das Bundesverfassungsgericht auch die verfassungsrechtliche Grundlegung des Tendenzschutzes und damit auch dessen grundsätzliche Unantastbarkeit für den einfachen Gesetzgeber hervorgehoben. In seiner Entscheidung vom 6. November 1979¹⁶⁾ hat das Gericht festgestellt, daß das Grundrecht der Pressefreiheit dem Staat eine unmittelbare Einflußnahme auf die Tendenz von Presseerzeugnissen verwehrt; er dürfe auch nicht durch rechtliche Regelungen die Presse fremden — nichtstaatlichen — Einflüssen unterwerfen oder öffnen, die mit dem durch Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG begründeten Postulat unvereinbar wären, der Freiheit der Presse Rechnung zu tragen. Das Gericht hat hinzugefügt, daß dies auch für Regelungen zu gelten habe, die das Verhältnis zwischen Verleger und Betriebsrat eines Tendenzbetriebs zum Gegenstand haben.

§ 118 Abs. 1 Nr. 2 BetrVG konkretisiert vielmehr — ebenso wie § 1 Abs. 4 des Mitbestimmungsgesetzes — die im Grundrecht der Pressefreiheit angelegte und im Verhältnis zum Betriebsrat allein dem Verleger zukommende Freiheit, die Tendenz eines Druckwerks festzulegen, beizubehalten, zu ändern und diese Tendenz zu verwirklichen.

Soweit allerdings eine Interpretation der Tendenzschutzvorschrift einen mit Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG unvereinbaren Einfluß auf die Tendenz eines Druckwerks nicht eröffnet, begegnet sie auch keinen verfassungsrechtlichen Bedenken. Mit dieser Begründung hat es das Bundesverfassungsgericht für mit Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG vereinbar gehalten, § 118 BetrVG dahin auszulegen, daß diese Vorschrift bei der Kündigung eines Tendenzträgers die Pflicht zur vorherigen Anhörung des Betriebsrats nicht ausschließt und dem Betriebsrat auch tendenzbedingte Kündigungsgründe mitzuteilen seien, daß der Betriebsrat jedoch Einwendungen auf soziale Gesichtspunkte beschränken müsse.

Mit dieser Entscheidung hat das Bundesverfassungsgericht eine Verfassungsbeschwerde gegen das Urteil des Bundesarbeitsgerichts vom 7. November 1975¹⁷⁾ zurückgewiesen. In der Folgezeit hat das BAG in weiteren Entscheidungen bekräftigt,

¹⁶⁾ BVerfGE 52, 283.

¹⁷⁾ AP Nr. 4 zu § 118 BetrVG 1972.

daß die Informations-, Anhörungs- und Beratungsrechte des Betriebsrates bei der Einstellung und Kündigung von Tendenzträgern grundsätzlich nicht beseitigt werden¹⁸⁾.

Die Bundesregierung begrüßt diese Klarstellung der Rechtslage beim Tendenzschutz und hält sie für eine auch sozial ausgewogene Lösung, die den Interessen sowohl der Verleger als auch der Arbeitnehmer gerecht zu werden vermag.

V. Verbraucherschutz bei neuen Medien

Anläßlich der Ratifizierung des Staatsvertrags der Länder über Bildschirmtext vom 18. März 1983 in den einzelnen Parlamenten der Länder haben diese den Bund aufgefordert zu prüfen, wie ein angemessener Schutz des Verbrauchers bei der Teilnahme am Bildschirmtextdienst sichergestellt werden könne.

Die Bundesregierung sieht nach sorgfältiger Prüfung der hiermit zusammenhängenden vielfältigen Fragen augenblicklich keinen gesetzlichen Handlungsbedarf, wird aber auch künftig die im Wirkbetrieb des Bildschirmtextes gesammelten praktischen Erfahrungen sorgfältig beobachten und von dieser Entwicklung ihre weitere Haltung abhängig machen. Soweit Fragen des Verbraucherschutzes im Bereich der Heilmittelwerbung angesprochen werden, ist die Prüfung zusammen mit den zuständigen obersten Landesbehörden noch im Gange.

Die Diskussion über die Thematik des Verbraucherschutzes bei den neuen Medien muß nach Auffassung der Bundesregierung breiter geführt werden. „Verbraucherschutz“ ist in diesem Falle ein komplexer Begriff, der mindestens folgende Bereiche umfaßt:

- Werbeeinschränkungen und -verbote
- Recht des unlauteren Wettbewerbs
- Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen
- Beibehaltung des Gebots der Schriftform nach dem bürgerlichen Recht als Warnfunktion für den Verbraucher
- das Abzahlungsgesetz
- Erstreckung der im Abzahlungsgesetz und in dem Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften enthaltenen Widerrufsrechte über diese Gesetze hinaus.

Der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister der Justiz hat bereits auf die schriftliche Frage des Abg. Kübler in seiner Antwort vom 5. April 1984¹⁹⁾ die abwartende Haltung der Bundesregierung im einzelnen begründet, soweit Teilbereiche des Verbraucherschutzes in Rede stehen, und in seiner Antwort auf die mündliche Frage des

Abg. Dr. Schöfberger in der Fragestunde des Deutschen Bundestages am 27. Juni 1984²⁰⁾ auch auf die von der EG-Kommission geplante, und inzwischen vom Rat beschlossene Richtlinie über das Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften hingewiesen.

Die dargelegten, betroffenen unterschiedlichen Rechtsgebiete verbieten eine einheitliche rechtliche Antwort. Die Bundesregierung begrüßt durchaus die in den anstehenden einzelnen Mediengesetzen der Länder beabsichtigten oder schon getroffenen werberechtlichen Regelungen, muß aber andererseits auf deren Vereinheitlichung drängen. Soweit hingegen Widerrufsrechte im rechtsgeschäftlichen Verkehr in Betracht kommen, läßt sich die Bundesregierung von der Auffassung leiten, daß nur dort, wo der Verbraucher den Überredungskünsten eines persönlich anwesenden Anbieters unmittelbar ausgesetzt ist oder wo aus der Natur der Sache das Überraschungsmoment eine wesentliche Beeinträchtigung der persönlichen Willensentschließung besorgen läßt, Rücktritts- oder Widerrufsrechte als Ausnahme von dem das gesamte Vertragsrecht beherrschenden Grundsatz „pacta sunt servanda“ gerechtfertigt sein können; das persönliche Umgangsvermögen des einzelnen mit der Technik allein kann hingegen — zumal es individuell höchst unterschiedlich ausgeprägt ist — kein brauchbares Kriterium für generelle, von den Regeln eines gedeihlichen Geschäftsverkehrs abweichende Normen sein.

VI. Jugendschutz im Medienbereich

1 Regelungen zum Jugendschutz in den Medien

In der Bundesrepublik Deutschland gewährleistet Artikel 5 Abs. 1 GG umfassend das Recht der freien Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit des Bürgers und verbietet eine Zensur; nach Absatz 2 sind aber bestimmte Einschränkungen dieser Rechte, u.a. durch gesetzliche Bestimmungen zum Schutze der Jugend, zulässig.

1.1 Strafgesetzbuch

Das Vierte Gesetz zur Reform des Strafrechts vom 23. November 1973²¹⁾ hat im Bereich der gesetzlichen Regelungen betreffend die Herstellung, Verbreitung und Ankündigung von Schriften im Sinne des § 11 Abs. 3 des Strafgesetzbuches (StGB) — dazu zählen auch Abbildungen, Ton- und Bildträger und andere Darstellungen — zu teilweise weitgehenden Änderungen bestehender Gesetze und zur Schaffung neuer gesetzlicher Vorschriften geführt.

Der damals in das StGB eingeführte § 131 enthielt ein umfassendes Verbot (Verbreitung, Herstellung zum Zweck der Verbreitung, Ankündigung, Werbung, Import, öffentliche Vorführung von (auch Fernseh-) Filmen, Darbietung im Rundfunk) von

¹⁸⁾ Vgl. z. B. Beschluß vom 19. Mai 1981, AP Nr. 18 zu § 118 BetrVG 1972.

¹⁹⁾ Drucksache 10/1254, S. 17.

²⁰⁾ Plenarprotokoll der 76. Sitzung am 27. Juni 1984, S. 5530.

²¹⁾ BGBl. I, S. 1725.

Schriften, die Gewalttätigkeiten gegen Menschen in grausamer oder sonst unmenschlicher Weise schildern und dadurch eine Verherrlichung oder Verharmlosung solcher Gewalttätigkeiten ausdrücken oder die zum Rassenhaß aufstacheln²²⁾. Gleichermaßen wurde die Verbreitung entsprechender Live-Darbietungen durch Bild- oder Hörfunk verboten.

§ 184 StGB in der damals verabschiedeten Fassung trifft eine Unterscheidung zwischen sogenannter „harter“ und „einfacher“ Pornographie. Eine Legaldefinition des Begriffs „Pornographie“ existiert nicht. Die sog. harte Pornographie (§ 184 Abs. 3 StGB) — dazu zählen pornographische Schriften, die Gewalttätigkeiten, den sexuellen Mißbrauch von Kindern oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben — ist dem gleichen Totalverbot unterworfen wie gewaltverherrlichende Schriften (§ 131 StGB). Eine weniger weitgehende Regelung ist hinsichtlich der einfachen Pornographie in § 184 Abs. 1 StGB getroffen worden. Die Herstellung einfacher Pornographie ist grundsätzlich gestattet und nur dann unzulässig, wenn sie zum Zweck einer verbotenen Verwendung erfolgt (vgl. § 184 Abs. 1 Nr. 8 StGB).

1.2 Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften

Einen weitgehenden Schutz von Kindern und Jugendlichen vor gewaltverherrlichenden, pornographischen und anderen jugendgefährdenden Schriften sieht das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) vor. Nach § 1 dieses Gesetzes sind Schriften, denen nach § 1 Abs. 3 GjS Ton- und Bildträger, Abbildungen und andere Darstellungen gleichstehen, von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften in eine Liste (Index) aufzunehmen, wenn sie geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich zu gefährden, d. h. — nach der Spruchpraxis der Bundesprüfstelle — sozial-ethisch zu desorientieren. § 1 Abs. 1 Satz 2 GjS zählt neben den unsittlichen auch verrohend wirkende, zu Gewalttätigkeit, Rassenhaß oder Verbrechen anreizende sowie den Krieg verherrlichende Schriften als Beispiel für eine sozialetische Desorientierung besonders auf.

Die Bundesprüfstelle wird nur auf Antrag tätig. Antragsberechtigt sind neben den obersten Jugendbehörden der Länder und dem Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit seit dem 5. Mai 1978 auch alle Landesjugendämter und Jugendämter (§ 2 DVO-GjS in Verbindung mit § 11 Abs. 2 GjS). Die Aufnahme einer Schrift in die Liste der jugendgefährdenden Schriften wird im Bundesanzeiger bekannt gemacht. Vom Zeitpunkt der Bekanntmachung an treten bestimmte straf- und bußgeldbewehrte Einfuhr-, Verbreitungs-, Werbe- und Ankündigungsbeschränkungen in Kraft (§§ 3 bis 5 in Verbindung mit §§ 21, 21a GjS). Der Verkauf an Personen ab 18 Jahren bleibt erlaubt, soweit nicht §§ 131,

184 Abs. 3 StGB entgegenstehen. Offensichtlich sittlich schwer jugendgefährdende Schriften (§ 6 GjS) unterliegen den Einfuhr-, Verbreitungs-, Ankündigungs- und Werbebeschränkungen, ohne daß es einer Aufnahme in die Liste bzw. der Bekanntmachung bedarf.

Die Bundesprüfstelle hat bis Dezember 1985 allein 934 Titel von Videokassetten indiziert, davon 253 im Jahr 1985.

Die Frage, ob das GjS auch auf die Indizierung von jugendgefährdenden Fernsehsendungen anwendbar ist, konnte bisher nicht abschließend geklärt werden. Die Bundesprüfstelle hat zwar in einigen Fällen Indizierungsverfahren zu Fernsehsendungen eingeleitet und ihre eigene Zuständigkeit bejaht; es bleibt aber abzuwarten, ob die kompetenzrechtliche Frage der Zuständigkeit der Bundesprüfstelle in diesen oder möglichen anderen Verfahren auch gerichtlich geklärt werden kann.

Dagegen ist die bisher umstrittene Frage, ob Kinospielefilme nach den Vorschriften des GjS indiziert werden können²³⁾, inzwischen vom Gesetzgeber durch Art. 1 § 6 Abs. 7 des Gesetzes zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985 dahin gehend geklärt, daß auf Kinospielefilme, die unter Verantwortung der obersten Landesjugendbehörden von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) geprüft worden sind, die §§ 1 und 11 des GjS keine Anwendung finden, und zwar auch dann, wenn sie als nicht freigegeben unter 18 Jahren eingestuft wurden.

1.3 Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit

Das Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG) enthält in § 6 eine Bestimmung, in welcher Regelungen für die öffentliche Vorführung von Filmen vor Kindern und Jugendlichen getroffen sind. Eine öffentliche Vorführung von Filmen vor Kindern unter 6 Jahren ist nur zulässig, wenn sie von einem Erziehungsberechtigten begleitet sind und der Film für diese Altersgruppe freigegeben ist. Vor Kindern ab 6 Jahren und Jugendlichen ist sie nur gestattet, wenn und soweit eine Freigabe des Films für die jeweilige Altersstufe erfolgt ist (6, 12, 16 oder 18 Jahre). Zuständig für die Altersfreigabe sind die obersten Jugendbehörden der Länder, die aber ihrerseits diese Entscheidung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) treffen lassen, in deren Gremien auch die öffentliche Hand vertreten ist. Filme, die der FSK nicht vorgelegt werden, gelten als nicht freigegeben unter 18 Jahren im Sinne des § 6 JÖSchG.

1.4 Rundfunkrechtlicher Jugendschutz

Die Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland sind in ihrer Programmgestaltung unabhängig und nicht der Staatsaufsicht unterworfen. Ihre Tätigkeit beruht auf Rundfunkgesetzen bzw. auf Staatsverträgen der Länder. Die vorgenannten

²²⁾ Zur Änderung dieser Vorschrift wie auch des § 184 StGB durch das Gesetz zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985 (BGBl. I, S. 425) vgl. Ziff. 2 dieses Abschnitts.

²³⁾ Vgl. hierzu nach früherem Recht OVG Münster, Urteil vom 27. November 1980, UFITA Band 94 (1982), S. 342.

Grundlagen und die Programmgrundsätze enthalten durchweg Bestimmungen, nach denen Sendungen zu unterbleiben haben, die das sittliche und religiöse Empfinden der Rundfunk- und Fernsehteilnehmer verletzen und nach denen jugendungeeignete Sendungen einer zeitlichen Beschränkung unterliegen. Verantwortlich für den Inhalt der Sendungen und ggf. Adressat von Anregungen und Beschwerden ist der jeweilige Intendant.

Entsprechend dem Hinweis im FRAG-Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 16. Juni 1981, daß namentlich für den Jugendschutz in den Rundfunkgesetzen Sorge zu tragen sein werde²⁴⁾, haben die Länder den Fragen eines effektiven Jugendschutzes in ihren Landesrundfunk- bzw. -mediengesetzen oder in den hierzu bisher vorliegenden Entwürfen besonderes Augenmerk geschenkt. Hiernach sind den Veranstaltern privaten Rundfunks Auflagen hinsichtlich der Sendezeiten von Filmen gemacht, die für Jugendliche nicht oder nicht uneingeschränkt zugänglich sein sollten, weil sie geeignet sind, das körperliche, geistige oder seelische Wohl von Kindern und Jugendlichen zu beeinträchtigen. Die Bundesregierung bedauert allerdings, daß bisher einheitliche Strukturen der entsprechenden Jugendschutzvorschriften noch nicht hinreichend ersichtlich sind. Dies stellt nicht nur die Programmanbieter in den einzelnen Ländern, sondern auch die Anbieter innerhalb eines Landes vor ungleiche Sendebedingungen, sofern öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter gleichzeitig neben privaten Anbietern Programme veranstalten. Die Bundesregierung appelliert deshalb auch an dieser Stelle an die Länder, im Interesse des Schutzes unserer Jugend um eine bundesweit einheitliche medienrechtliche Lösung bemüht zu sein. Die Bundesregierung wird sich auch im Rahmen ihrer Möglichkeiten, namentlich im europäischen und internationalen Bereich, dafür einsetzen, daß der rundfunkrechtliche Jugendschutz verbessert und durch medienpädagogische Maßnahmen ergänzt wird.

2 Gesetz zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985

Am 6. Dezember 1984 hat der Deutsche Bundestag das Gesetz zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit²⁵⁾ verabschiedet, das in seinen wesentlichen Teilen am 1. April 1985 in Kraft getreten ist.

Ein zentraler Schwerpunkt des Gesetzes ist die Verbesserung des Jugendschutzes und des strafrechtlichen Schutzes gegen exzessive Gewaltdarstellungen auf Videokassetten, Bildplatten und vergleichbaren Bildträgern. Im Vorfeld des Strafrechts und des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften ist eine der Filmprüfung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft vergleichbare Kontrollmöglichkeit eingeführt worden (§ 7 JÖSchG). Videokassetten, Bildplatten und vergleichbare Bildträger dürfen Kindern und Jugendli-

chen in der Öffentlichkeit nur dann zugänglich gemacht werden, wenn die Programme vorher für ihre Altersstufe freigegeben worden sind. Durch ein fälschungssicheres Zeichen auf der Videokassette soll für Handel und Konsumenten ohne weiteres erkennbar sein, welches Videoprogramm an Kinder und Jugendliche welchen Alters abgegeben werden darf. Die Durchführung dieser „Videokontrolle“ ist — wie bei der Filmprüfung — Aufgabe der obersten Landesbehörden.

Zahlreiche Horror- und Gewaltfilme auf Videokassetten sind nicht nur jugendgefährdend, sondern überschreiten wegen der exzessiven Art und Weise der Gewaltdarstellung die Schwelle zur Sozialschädlichkeit. Sie sind daher prinzipiell auch strafrechtlich relevant.

Nach § 131 StGB in der Fassung, die diese strafrechtliche Vorschrift durch das Neuregelungsgesetz gefunden hat, ist daher die Herstellung, Verbreitung und Einfuhr von Medien mit grausamen oder sonst unmenschlichen Darstellungen von Gewalttätigkeiten gegen Menschen auch dann verboten, wenn mit diesen Darstellungen keine Verherrlichung oder Verharmlosung der Gewalttätigkeit ausgedrückt wird, sondern das Grausame oder Unmenschliche des Vorgangs in einer die Menschenwürde verletzenden Weise dargestellt wird. Die Anwendung des § 131 StGB in seiner bisherigen Fassung scheiterte in der gerichtlichen Praxis häufig daran, daß bei den auf Videokassetten angebotenen grausamen oder sonst unmenschlichen Gewaltdarstellungen die zusätzlich geforderte Verherrlichung oder Verharmlosung der Gewalttätigkeit fehlt, exzessive Gewalttätigkeiten vielmehr zum Zweck makaberer Unterhaltung ohne derartige Tendenz dargestellt werden.

Ferner ist mit der Neufassung des Jugendschutzgesetzes eine vom Bundesgerichtshof aufgezeigte Lücke in den Vertriebsbeschränkungen des § 184 Abs. 1 Nr. 3 StGB und des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften geschlossen worden. Pornographische Schriften (§ 184 Abs. 1 StGB), indizierte oder unter § 6 GjS fallende Schriften unterliegen einem Verbot der gewerblichen Vermietung; dieses Verbot gilt auch für entsprechende Umgehungsgeschäfte. Ausgenommen hiervon sind spezielle Ladengeschäfte, die Minderjährigen nicht zugänglich sind und von ihnen nicht eingesehen werden können. Ebenso wird der Geschäftsverkehr mit gewerblichen Entleihern nicht erfaßt.

VII. Anwendung des Kartellrechts in den Medien

1 Pressefusionskontrolle nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)

1.1 Zeitungen

Der Konzentrationsgrad auf einigen Pressemärkten, insbesondere bei Tageszeitungen, lag schon bei Inkrafttreten der Dritten GWB-Novelle vom 28. Juni 1976²⁶⁾ hoch. Die Vorschriften, die auf die besonde-

²⁴⁾ BVerfGE 57, 295 (326).

²⁵⁾ BGBl. I, S. 425.

²⁶⁾ BGBl. I, S. 1697.

ren Verhältnisse der Pressemärkte abgestellt sind, haben in Verbindung mit der Verbesserung der Fusionskontrolle durch die Vierte GWB-Novelle vom 26. April 1980²⁷⁾ dazu beigetragen, daß die Konzentration nicht mehr wesentlich zugenommen hat. Die Pressefusionskontrolle hat dabei Zusammenschlüssen zwischen Zeitungsverlagen stärker entgegenwirken können als dem Erwerb von Anzeigenblättern durch Zeitungsverlage; auch diese Zusammenschlüsse können für die Wettbewerbsverhältnisse auf den lokalen Anzeigenmärkten von vergleichbarem Gewicht sein wie Zeitungsfusionen. In einigen Fällen haben Verlage ihr Zusammenschlußvorhaben aufgegeben oder so modifiziert, daß es keinen Zusammenschlußtatbestand mehr verwirklichte. Der Umgehungstatbestand des § 23 Abs. 2 Nr. 2 Satz 4 GWB hat für solche Fälle erhebliche Bedeutung gewonnen.

Die Märkte für Tageszeitungen sind sachlich nach Erscheinensweisen und räumlich nach Verbreitungsgebieten zu unterscheiden und in Leser- und Anzeigenmarkt zu unterteilen. Die Voraussetzungen des § 24 Abs. 1 GWB für eine Untersagung von Zusammenschlüssen sind unter anderem bei folgenden Fallgestaltungen erfüllt gewesen:

- Die Verlage der konkurrierenden Erst- und Zweitzeitung in einem Verbreitungsgebiet werden durch eine Beteiligung miteinander verbunden (Westdeutsche Allgemeine Zeitung — Iserlohner Kreiszeitung).
- Der Verlag einer marktbeherrschenden Tageszeitung beteiligt sich an dem Verlag der in einem benachbarten Verbreitungsgebiet marktbeherrschenden Zeitung (Erhöhung der Beteiligung des Süddeutschen Verlages — Süddeutsche Zeitung — am Verlag des Donau-Kurier, Ingolstadt).
- Ein Zeitungsverlag erwirbt im Verbreitungsgebiet seiner marktbeherrschenden Tageszeitung eine Beteiligung an einem Anzeigenblatt oder dessen Vermögen (Springer / AZ, Berlin; Süddeutscher Verlag — Erwerb mehrerer Anzeigenblätter in München; Südkurier Verlag / Singener Wochenblatt).
- Ein marktstarker Medienkonzern beabsichtigt, sich am Verlag der marktführenden politischen Wochenzeitung zu beteiligen, die durch den Zusammenschluß marktbeherrschend würde (Bertelsmann AG / Zeit-Verlag; Rechtsmittel ist eingelegt).

1.2 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Räumlich handelt es sich — im Unterschied zu den meisten Zeitungen — um bundesweite Leser- und Anzeigenmärkte. Auf dem Lesermarkt sind mehrere, ineinander übergehende Märkte für die hochauflagen unterhaltenden Publikumszeitschriften — etwa für aktuelle Illustrierten, für Programmzeitschriften (Rundfunkzeitschriften), Frauenzeitschriften und die niedrig-preisigen yellow-press-Ob-

jekte — abzugrenzen; daneben haben sich mit zunehmendem Erfolg unterhaltende Publikumszeitschriften mit spezieller Zielgruppenstruktur entwickelt (z. B. Sport-, Freizeit-, Auto/Motor-Zeitschriften). Das Anzeigengeschäft der hochauflagen unterhaltenden Zeitschriften wird auf einem einheitlichen bundesweiten Markt überregional verbreiteter Markenartikelwerbung vergleichbarer Leistungsmerkmale betrieben. Die Vertriebs- und Anzeigenmärkte dieser Periodika weisen einen hohen Konzentrationsgrad auf. Es bestehen hohe Marktzutrittsschranken. Das untersagte Zusammenschlußvorhaben Burda/Springer hätte unter anderem auf dem Vertriebsmarkt der Programmzeitschriften und auf dem Anzeigenmarkt zahlreicher Publikumszeitschriften marktbeherrschende Stellungen verstärkt. Das Vorhaben wurde aufgegeben. Burda hat statt dessen eine Beteiligung an der Holdinggesellschaft der Springer-Gruppe erworben, die unterhalb der Schwelle eines kontrollfähigen Zusammenschlusses blieb.

1.3 Fachzeitschriften

Zahlreiche Zusammenschlüsse wurden bei Fachzeitschriften vollzogen, ohne daß das Bundeskartellamt sie untersagen mußte. Die beteiligten Unternehmen erreichten in diesen Fällen auf ihren im allgemeinen sachlich eng abzugrenzenden Leser- und Anzeigemärkten zwar oft relativ hohe Marktanteile, nicht aber zugleich eine überragende Marktstellung, denn die Marktzutrittsschranken sind in der Regel eher niedrig bzw. nicht primär von unternehmensgrößenbedingten Faktoren (z. B. finanziellen Ressourcen) abhängig. Dies ermöglicht es oft auch kleinen und mittleren Verlagen — etwa aus dem wettbewerblichen Umfeld —, ohne übermäßige Anstrengungen kurzfristig in den Markt einer Fachzeitschrift einzudringen. Wettbewerbliche Bedenken nach § 24 Abs. 1 GWB ergaben sich im Vorfeld einiger geplanter Zusammenschlüsse, wenn der Verlag einer Fachzeitschrift, die als maßgebliches Generalobjekt die wesentlichen Bereiche eines Sachgebietes abdeckt, durch Erwerb von Spezialobjekten im wettbewerblichen Umfeld seine ohnehin schon sehr starke Marktstellung hätte absichern können. Den Bedenken wurde durchweg durch Aufgabe der Zusammenschlußvorhaben Rechnung getragen.

2 Pressevertrieb

Die wichtigsten Besonderheiten des Großhandels mit Zeitungen und Zeitschriften (Pressegrosso), insbesondere seines Verhältnisses zur Verlagswirtschaft und zum Einzelhandel, nämlich das Dispositionsrecht und das Remissionsrecht, sind bereits oben²⁸⁾ angesprochen. Die Handhabung dieser Rechte und Pflichten durch die Grossisten haben wiederholt zu Zivilprozessen und Verfahren von Kartellbehörden auf der Grundlage des Diskriminierungsverbots (§ 26 Abs. 2 GWB) oder der Miß-

²⁷⁾ BGBl. I, S. 458.

²⁸⁾ Vgl. oben Abschnitt D I 3.2.1.

brauchsaufsicht über beherrschende Unternehmen (§ 22 GWB) geführt.

Die kartellrechtliche Überprüfung der Remissionspraxis und eine verbesserte Mengensteuerung bei der Belieferung durch die Grossisten haben einige Beanstandungen ausgeräumt. Teile des Einzelhandels sehen sich aber durch die Vertriebsstrategie mancher Verlage, die einen möglichst großen Mengendurchsatz erreichen wollen, weiterhin unangemessen behandelt.

Für den Marktzutritt insbesondere kleiner und mittlerer Verlage hat das Pressegrasso eine Schlüsselstellung. Wichtig ist, daß das Grasso eine größtmögliche Neutralität beim Absatz von Pressezeugnissen wahrt. Sie wäre bei einer weiteren Vorwärtsintegration großer Verlage in den Pressegroßhandel gefährdet.

3 Neue Medien

Die Länder haben mit der Verabschiedung endgültiger oder vorläufiger rundfunkrechtlicher Vorschriften die Voraussetzung dafür geschaffen, daß Unternehmen als Anbieter privaten bundesweiten, regionalen und lokalen Rundfunks (Hörfunk, Fernsehen) tätig werden können.

Die Bundesregierung hat in ihrer Stellungnahme zum Fünften Hauptgutachten der Monopolkommission vom 24. Juli 1985²⁹⁾ ihre Auffassung zu den wettbewerbpolitischen Fragen dargelegt, die insbesondere mit der Beteiligung von Presseunternehmen an den neuen Medien aufgeworfen werden. Sie ist sich mit der Kommission im Ergebnis einig, daß die neuen Medien nicht zu einer Existenzgefährdung des Pressewesens führen werden, weil die Wettbewerbsbeziehungen zwischen alten und neuen Medien vor allem im publizistischen Bereich insgesamt eher komplementärer als substitutiver Art sind; Wettbewerbsverschiebungen könnten sich jedoch auf dem Werbemarkt ergeben, wenn die erweiterten Werbemöglichkeiten nicht zu einer Aufstockung der Werbeetats führen.

Die Bundesregierung hat ferner die Notwendigkeit unterstrichen, die in den neuen Medien liegende Chance zur Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen wahrzunehmen. Dazu gehört vor allem auch, bundesweit sicherzustellen, daß die sich neu entwickelnden Märkte für alle Unternehmen offen stehen, die zu einem vielfältigen Angebot beitragen können. Das Engagement der Presse bei den neuen Medien kann dazu einen wesentlichen Beitrag leisten. Zugleich hat die Bundesregierung deutlich gemacht, daß sie — wie die Monopolkommission — Risiken für den Wettbewerb sieht, wenn etablierte Medienunternehmen bestehende marktbeherrschende Stellungen auf Leser- und Anzeigenmärkten absichern und ihre Beteiligung an den neuen Medien zu Verdrängungsstrategien nutzen. Probleme könnten sich dabei insbesondere beim regionalen und lokalen Fernsehen mit seinen vergleichsweise hohen Marktzutrittsschranken ergeben.

Die Bundesregierung hat den Vorschlag der Monopolkommission nicht aufgegriffen, die Erteilung von Rundfunklizenzen durch eine gesetzliche Fiktion wie Unternehmenszusammenschlüsse zu behandeln und damit der Fusionskontrolle nach dem Kartell-Gesetz zu unterstellen. Die Realisierung des Vorschlags wäre mit einem hohen verfassungsrechtlichen Risiko behaftet. Eine solche Regelung in Abweichung von der allgemeinen kartellrechtlichen Kontrolle wirtschaftlicher Macht würde einen besonderen pressebezogenen Eingriff darstellen, der verfassungsrechtlich nur in sehr engen Grenzen auf eine bundesrechtliche Grundlage gestellt werden könnte. Sachgerechte Lösungen für die Wettbewerbsprobleme bei den neuen Medien lassen sich nach Überzeugung der Bundesregierung nur durch engere Abstimmung medien-, wirtschafts- wie wettbewerbspolitischer Zielsetzungen erreichen. Die Stellungnahme der Bundesregierung bekräftigt daher erneut, daß eine engere Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern geboten sei.

Das Angebot privaten Rundfunks eröffnet die Chance für mehr Wettbewerb auf den Rundfunkmärkten und den Printmedienmärkten im Programmangebot/Lesermarkt und im Werbe-/Anzeigenmarkt. Die kartellrechtliche Praxis des Bundeskartellamtes ist von dem Bemühen bestimmt, diese Chance zu wahren, soweit das Instrumentarium der Fusionskontrolle und des Kartellverbotes dies ermöglicht.

In der ersten Phase der Entwicklung, die noch von dem Versuchscharakter der neuen Aktivitäten geprägt ist, haben sich bei folgenden Fallgestaltungen kartellrechtliche Probleme ergeben:

- Kooperation zur bundesweiten Verbreitung eines werbefinanzierten Fernsehprogramms unter Beteiligung mehrerer führender Verlage von Publikumszeitschriften (SAT 1). Das Bundeskartellamt hat gegen den gemeinsamen Verkauf der Werbezeiten der als Programmanbieter auf einem Satellitenkanal selbständig operierenden Unternehmen unter Ausschluß des internen Wettbewerbs Bedenken wegen Verstoßes gegen das Kartellverbot (§ 1 GWB) erhoben.
- Kooperation einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt mit privaten Anbietern, die im Versorgungsgebiet des gemeinsam produzierten Rundfunkprogramms marktbeherrschende Tageszeitungen verbreiten. Die beteiligten Verlage haben ihr Projekt auf die Versuchszeit von zwei Jahren begrenzt und damit den Bedenken wegen der möglichen Absicherung der marktbeherrschenden Stellung auf dem Zeitungsmarkt Rechnung getragen.
- Kooperation führender deutscher Medienunternehmen auf dem Gebiet des Pay-TV (d. h. Angebot von Fernsehprogrammen gegen Entgelt an Abonnenten in der Bundesrepublik Deutschland) mit einer Reihe von großen US-amerikanischen Gesellschaften der Film- und Pay-TV-Branche sowie mit einem weltweit führenden englischen Medienkonzern. Nachdem sich zunächst die Bildung zweier voneinander unab-

²⁹⁾ Drucksache 103683.

hängiger Vorhaben abgezeichnet hatte, versuchten die Unternehmensgruppen eine weitere Konzentration aller beteiligten Unternehmen im Vertriebs- und Programmbereich zu erreichen. Ein solches Gemeinschaftsprojekt, das zu einer Verbindung aller für den deutschen Markt bedeutsamen Konkurrenten auf dem Pay-TV-Gebiet geführt hätte, ist beim Bundeskartellamt auf wettbewerbliche Bedenken gestoßen, da es andere Interessenten vom Marktzutritt abhalten könnte. Inzwischen haben sich die ausländischen Partner aus dem Projekt zurückgezogen und sind nach wie vor als potentielle Wettbewerber anzusehen. Das Bundeskartellamt hat daher das Vorhaben in geänderter Form genehmigt.

- Gemeinschaftsunternehmen der Zeitungsverlage eines Landes und angrenzender Gebiete zur Veranstaltung privaten Hörfunks unter Begründung von Sonderrechten für eine kleinere Anzahl der auflagenstärksten Verlage (Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland). Die Beteiligten haben Entsendungsrechte der großen Verlage in ein Gesellschaftsorgan und Vetorechte aller Beteiligten gegen bestimmte Aktivitäten des Gemeinschaftsunternehmens aufgegeben und damit die kartellrechtlichen Einwände ausgeräumt.

Das geltende Kartellrecht ermöglicht es, in der Fusionskontrolle trotz einer Verschlechterung der Wettbewerbsstrukturen von einer Untersuchung eines Zusammenschlusses auf dem Gebiet der neuen Medien abzusehen, wenn der Zusammenschluß zu

Verbesserungen der Wettbewerbsbedingungen führt, die die Nachteile des Entstehens oder der Verstärkung marktbeherrschender Stellungen im Einzelfall überwiegen. So kann etwa die Auflockerung marktbeherrschender Stellungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Hörfunk- oder Fernsehwerbung nach den Umständen des einzelnen Sachverhalts diese Voraussetzung erfüllen.

4 Buchverlage

Der Markt der Buchverlage ist geprägt durch eine Vielzahl kleiner und mittlerer Unternehmen. Die Spezialisierung auf bestimmte Sachgebiete und Besonderheiten der Beziehungen zwischen Autor und Verlag haben dazu beigetragen, daß sich die kleineren Verlage relativ gut gegenüber den größeren behaupten konnten. Dennoch ist auch in diesem Bereich eine zunehmende Konzentrationstendenz zu beobachten. Ein Versuch des Bundeskartellamtes, das weitere Vordringen eines großen Medienkonzerns auf einem Teilmarkt, dem Taschenbuchmarkt, zu unterbinden, ist erfolglos geblieben. Das Kammergericht hat eine Verfügung, die der Verlagsgruppe von Holtzbrinck untersagte, ihre Beteiligung an der Rowohlt Verlag GmbH zu erhöhen, aufgehoben. Das Bundeskartellamt war der Ansicht, es sei zu erwarten, daß die Holtzbrinck-Gruppe durch den Zusammenschluß auf dem Taschenbuchmarkt mit ihren Beteiligungsgesellschaften Droemer, Fischer und Rowohlt eine überragende Marktstellung erlangen werde.

H. Internationale Zusammenarbeit im medienpolitischen Bereich

I. Schwerpunkte europäischer und internationaler Medienpolitik

Der Grundsatz des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses bleibt nach wie vor Grundlage der Zusammenarbeit und unverzichtbares Ziel internationaler Medienpolitik. Dieser Grundsatz ergibt sich nicht nur aus Artikel 5 des Grundgesetzes, sondern auch aus entsprechenden internationalen Regelungen wie Artikel 19 des Internationalen Paktes über Bürgerliche und Politische Rechte und aus Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen.

Die internationale Zusammenarbeit hat die drei Schwerpunkte: Europa, Nord-Süd-Verhältnis und Ost-West-Verhältnis.

1 Europa

Europa erlebt zur Zeit eine Phase intensiver Ausbreitung neuer Medien (u. a. Satellitenrundfunk,

Kabel). Die Entwicklung der neuen Medientechniken hat zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland ihre großräumige Versorgung mit ausländischen Fernsehprogrammen auch außerhalb der Grenzgebiete möglich gemacht. Deutsche Programme werden schon seit geraumer Zeit exportiert und vor allem in die zum Teil bereits erheblich dichteren Kabelnetze unserer Nachbarn eingespeist. Die Koordinierung der nationalen Rundfunkordnungen mit dem Ziel der Schaffung eines europäischen Fernsehraums ist eine politische Notwendigkeit geworden. Diese Entwicklung bringt neue rundfunkorganisatorische, wirtschaftliche, soziokulturelle und nicht zuletzt rechtliche Problemstellungen mit sich, für die auf nationaler, supra- und internationaler Ebene Lösungen gefunden werden müssen. Der rasche Fortschritt der Kommunikationstechnik erfordert auch deshalb auf nationaler Ebene baldige Entscheidungen, um den Primat der Politik im inter- und supranationalen Bereich zu erhalten. In den dort notwendigen Abstimmungsgesprächen wird sich die Bundesregierung für eine europäische Kommunikationsord-

nung einsetzen, die auf der Basis des Grundsatzes des freien Informationsflusses der wachsenden wirtschaftlichen Bedeutung des Rundfunks Rechnung trägt, aber auch seine hervorragende kultur- und gesellschaftspolitische Rolle sowohl für den einzelnen Mitgliedstaat als auch für die europäische Integration beachtet. Das von der EG-Kommission den Mitgliedstaaten als Diskussionspapier über die Errichtung eines Gemeinsamen Marktes für Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel, zugeleitete Grünbuch „Fernsehen ohne Grenzen“ zeigt die Problematik aus wirtschaftspolitischer Sicht auf.

Die Bundesregierung wird daher in enger Zusammenarbeit mit den Ländern für faire wirtschaftliche Zugangs- und Entwicklungschancen aller Rundfunkveranstalter auf dem europäischen Markt eintreten; gleichzeitig wird sie jedoch dafür Sorge tragen, daß die aufgrund nationalen Verfassungsrechts vorgegebenen und in der eigenen kulturellen Tradition gewachsenen Kernfunktionen des Rundfunks gewahrt werden. Schon jetzt läßt sich generell feststellen, daß nationale Regelungen allein nicht mehr ausreichen werden. Die Bundesregierung setzt sich deshalb nicht zuletzt auch im Europarat, in dem vor allem auch die angrenzenden deutschsprachigen Staaten mitwirken, für europäische Rahmenbedingungen ein, die den freien europäischen Informationsfluß verstärken und die einen geordneten Wettbewerb und eine chancengleiche Nutzung der neuen Medien gewährleisten.

2 Nord-Süd-Verhältnis

Im Nord-Süd-Verhältnis unterstützt die Bundesrepublik Deutschland die Dritte Welt beim Aufbau eigener nationaler und regionaler Medienstrukturen im Rahmen ihrer finanziellen und technischen Hilfe (ca. 80 Mio. DM/Jahr) sowie durch Ausbildung von Journalisten und Technikern. Damit wird den berechtigten Interessen der Entwicklungsländer nach einer stärkeren Ausgewogenheit des internationalen Informationsflusses Rechnung getragen. Die Bundesregierung wendet sich jedoch gegen alle Bestrebungen, den grenzüberschreitenden Informationsfluß Regierungskontrollen zu unterwerfen. Eine von vielen Ländern der Dritten Welt angestrebte neue Internationale Informations- und Kommunikationsordnung ist nur dann sinnvoll, wenn sie auf der Informations- und Meinungsfreiheit als Bürger- und Menschenrecht aufbaut und diese weltweit verwirklichen hilft.

3 Ost-West-Verhältnis

Im Ost-West-Verhältnis tritt die Bundesrepublik Deutschland für einen freien Informationsfluß und für einen verbesserten Informationsaustausch ein. Konsequenterweise werden auch hier alle Versuche abgelehnt, grenzüberschreitenden Rundfunk der vorherigen Regierungskontrolle zu unterwerfen (prior consent).

II. Entwicklungen im einzelnen

1 Vereinte Nationen

Am 10. Dezember 1982 verabschiedete die 37. Generalversammlung der Vereinten Nationen (VN) mit der Resolution 37/92 einen Prinzipienkatalog für das internationale Satellitendirektfernsehen.

Mit dieser Abstimmung kam eine bereits zehn Jahre andauernde Debatte zu einem vorläufigen Ende, die 1972 durch eine sowjetische Initiative zu einer internationalen Konvention über Prinzipien für das Satellitenfernsehen ausgelöst worden war.

Die Auseinandersetzung darüber hatte sich schließlich auf zwei entscheidende Problemkreise konzentriert:

- Vorherige Zustimmung des betroffenen Staates zur Ausstrahlung grenzüberschreitender Fernsehsendungen auf sein Gebiet von fremden Staatsgebieten aus (prior consent);
- Verantwortlichkeit des Staates, von dessen Gebiet die Sendungen ausgehen (state responsibility).

Die langjährigen Beratungen über diese Prinzipien wurden im federführenden Weltraumausschuß, seinem Rechtsunterausschuß sowie in der letzten Phase im Besonderen Politischen Ausschuß der VN geführt. Bemerkenswert ist, daß in der Schlußabstimmung der Generalversammlung das im Weltraumausschuß geltende Konsensprinzip gebrochen und die Staaten, die die vorgenannten zentralen Prinzipien ablehnten, durch eine große Mehrheit von sozialistischen Staaten und Entwicklungsländern überstimmt wurden. Bei den unterlegenen Staaten handelte es sich im wesentlichen um die westliche Staatengruppe, die den Prinzipienkatalog als mit der Informationsfreiheit (free flow of information) und der Unabhängigkeit der Medien unvereinbar ablehnte.

Die Bundesrepublik Deutschland darf für sich in Anspruch nehmen, zu der relativen Geschlossenheit der westlichen Gruppe wesentlich beigetragen zu haben. Die Analyse des Abstimmungsergebnisses (107 Ja-, 13 Nein-Stimmen, 13 Enthaltungen) zeigt eine angesichts der in den VN gegebenen Mehrheitsverhältnisse recht hohe Gesamtzahl (26) von Vorbehalten gegenüber der Resolution:

Von den EG-Staaten stimmte — bei drei Enthaltungen — keiner zu, ebensowenig ein NATO- oder Europaratmitglied — mit einer Ausnahme. Auch die skandinavischen Staaten stimmten nicht zu.

Da kein westliches Industrieland die Resolution mittrug, die zudem durch Aufgabe des Konsensprinzips, d.h. durch das Übergehen von Minderheitsinteressen, belastet ist, dürfte ihre praktische Wirksamkeit gering sein.

Allerdings gibt es Anzeichen, daß die Zielsetzung, den freien Informationsfluß via Satellit oder andere Medien einzuschränken oder zu verhindern, auch im Rahmen der VN von interessierter Seite weiter-

verfolgt wird. In diesem Zusammenhang ist auffällig, daß die Sowjetunion zur Zeit der Debatte über den Prinzipienkatalog eine in Vergessenheit geratene Völkerbund-Konvention „über Rundfunksendungen im Dienste des Friedens“ aus dem Jahre 1936 ratifiziert hat. Frankreich und die Niederlande haben im Laufe des Jahres 1984 diese Konvention gekündigt.

Im Juni 1984 wies die VN-Sonderorganisation ITU (Internationale Fernmeldeunion) in einem Gutachten zwei medienpolitische Projekte der VN zurück. Es handelte sich um ein VN-eigenes Fernmeldesatelliten- und Kurzwellenrundfunksystem. In ihrer Analyse kam die ITU zu dem Ergebnis, daß das Ziel einer verbesserten Kenntnis der VN besonders in Entwicklungsländern in keinem angemessenen Verhältnis zu den Kosten stehe.

2 UNESCO/IPDC

Die von der Mehrheit der Entwicklungsländer mit Unterstützung des Ostblocks geforderte Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung ist seit Mitte der siebziger Jahre wichtiges Diskussions-thema im Rahmen der Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO). Berechtigte Forderungen vieler Entwicklungsländer nach einer stärkeren Ausgewogenheit im internationalen Informationsfluß wurden dabei seitens der sozialistischen Staaten vielfach als Vorwand zur Durchsetzung antiwestlicher ideologischer Konzepte verwandt, die auf eine Einschränkung des freien Informationsflusses abzielen.

Die ideologische Auseinandersetzung über eine Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung konnte jedoch 1983 auf der 22. UNESCO-Generalversammlung in Paris insoweit entschärft werden, als die Schaffung einer Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung als kontinuierlicher Entwicklungsprozeß umschrieben wurde, der den freien Informationsfluß und eine ausgewogenere Verbreitung von Informationen zum Ziel hat. Modelle einer dirigistischen Ordnung, die grenzüberschreitende Informationen der Regierungskontrolle unterwirft, werden von den westlichen Staaten konsequent abgelehnt.

Die Bundesregierung legt Wert darauf, daß das UNESCO-Kommunikationsprogramm auch künftig nicht mit ständig neuen Studien, ausgehend von dem Modell einer Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung, weiterentwickelt wird, sondern sich noch stärker auf die praktischen Aufgaben der Medienförderung konzentriert, die den tatsächlichen Bedürfnissen der Entwicklungsländer dienen. Allein der Aufbau eigenständiger Medien-Infrastrukturen in diesen Ländern wird deren Fähigkeit verbessern, selbst Informationen zu produzieren und auszusenden.

Eine größere Vielfalt der Informationsquellen wird auch zu einer größeren Informationsfreiheit der Bürger in den Entwicklungsländern beitragen. Dies entspricht dem Doppelauftrag der UNESCO-Me-

diendeklaration von 1978¹⁾, die das Prinzip des freien Informationsflusses gleichermaßen wie die Forderung nach einer größeren Ausgewogenheit in der Verbreitung von Informationen festschreibt.

Zur Versachlichung der den Interessen der Entwicklungsländer wenig dienenden allgemeinen ideologischen Kontroverse wurde auf westliche Initiative das internationale Programm für die Entwicklung der Kommunikation (IPDC — International Programme for the Development of Communication) von der UNESCO-Generalkonferenz 1980 ins Leben gerufen. Die Bundesrepublik Deutschland gehört — als eines der wichtigsten Geberländer für Medienhilfe in der Dritten Welt — neben 34 weiteren Ländern dem obersten Gremium, dem Zwischenstaatlichen Rat der IPDC, an. Das IPDC wird von der Bundesregierung und den westlichen Partnern vorrangig als Koordinierungsgremium internationaler Medienhilfe und Börse für Medienprojekte in Entwicklungsländern gesehen. Die Bundesrepublik Deutschland hat ihre Bereitschaft zur Zusammenarbeit im Rahmen dieses Programms mit der Absichtserklärung unterstrichen, alle künftigen Treuhandobjekte im Medienbereich mit dem IPDC zu verwirklichen.

Der Ausbau des IPDC zu einem neuen multilateralen Entwicklungsfonds und bare Beitragszahlungen zum IPDC-Sonderkonto werden dagegen von der Bundesrepublik Deutschland und anderen wichtigen Geberländern abgelehnt, da damit möglicherweise auch solche Projekte mitfinanziert werden könnten, die dem Aufbau neuer nationaler Nachrichtenmonopole mit einem Erlaß- und Verlautbarungsjournalismus östlicher Prägung dienen. Der im Zwischenstaatlichen Rat erreichte Grad von Sachlichkeit der medienpolitischen Diskussion läßt hoffen, daß die Mehrheit seiner Mitglieder dirigistische Modelle einer Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung zugunsten eines neuen Pragmatismus in der Zusammenarbeit aufgegeben hat.

3 KSZE

Die Bundesregierung mißt dem Informationsaustausch zwischen Ost und West über die Massenmedien bei der Verbesserung der gegenseitigen Beziehungen und der Entwicklung eines besseren Verständnisses große Bedeutung zu. In der Schlußakte der Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (KSZE)²⁾ in Helsinki hatten alle Teilnehmerstaaten die Absicht zur Verbesserung des Zugangs zu Informationen und der freieren Verbreitung von gedruckten und gesendeten Informationen zum Ausdruck gebracht. Die Staaten des Ostblocks zeigten sich bisher jedoch nur wenig gewillt, die KSZE-Schlußakte so zu verwirklichen, wie es von westlicher Seite erwartet wurde.

¹⁾ Auszugsweise veröffentlicht in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Medienpolitik, Bonn 1985, S. 122 ff.

²⁾ Vgl. Anm. 1, dort S. 94.

Seit der Verabschiedung der KSZE-Schlußakte 1975 ist weder im Bereich der Printmedien (Buch, Zeitschriften, Zeitungen) noch bei den elektronischen Medien (Hörfunk und Fernsehen) eine nennenswerte Intensivierung des Austausches festzustellen. Die Arbeitsbedingungen ausländischer Journalisten sind gerade in der Sowjetunion nach vorübergehenden Erleichterungen erneut erschwert worden. Seit August 1980 werden Sendungen der Deutschen Welle in russischer Sprache durch Sowjet-sender wieder gezielt gestört. Die Störung der Tschechisch- und Bulgarischsendungen der Deutschen Welle wurde ununterbrochen seit den sechziger Jahren fortgesetzt. In noch stärkerem Maße als die Deutsche Welle sind die von deutschem Boden aus in die Staaten des Ostblocks ausgestrahlten Programme der amerikanischen Sender Radio Free Europe/Radio Liberty von östlicher Störsendertätigkeit betroffen. Demgegenüber ist ein ungehinderter Empfang der Sendungen von Radio Moskau in ganz Westeuropa möglich. Internationale Rundfunkdienste der Sowjetunion wurden in den letzten Jahren systematisch ausgebaut.

Die Störung des Empfangs westlicher Rundfunk-sendungen in den Staaten des Ostblocks verstößt unzweifelhaft gegen die in der KSZE-Schlußakte bekundete Absicht, die freiere und umfassendere Verbreitung von Informationen aller Art zu erleichtern. Westliche Versuche, bei der Madrider Folgekonferenz auf dieser Anspruchsgrundlage Verbesserungen zu erreichen, blieben leider ohne Erfolg.

Dem allen westlichen Demokratien inhärenten Prinzip der Medienfreiheit und dem aus dem Individualrecht auf Informations- und Meinungsfreiheit abgeleiteten Prinzip des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses setzen die osteuropäischen Staaten ihr Konzept der staatlichen Informations-souveränität entgegen, das zur Rechtfertigung staatlicher Eingriffe in den grenzüberschreitenden Informationsverkehr dient. Westliche Rundfunk-sendungen für Osteuropa werden in der Regel als „Einmischung in die inneren Angelegenheiten von souveränen Staaten“ diskreditiert. Sollten die Staaten des Ostblocks von dieser ideologisch motivierten Störpraxis auch in Zukunft nicht ablassen, ist ein positiver Ausgang der internationalen Kurzwellenplanungskonferenz 1987 ernstlich gefährdet.

4 Europarat

Im Berichtszeitraum hat sich die Zusammenarbeit der Europäischen Gemeinschaften mit dem Europarat gerade im Bereich der Medienpolitik intensiviert. Sie bleibt weiter ausbaufähig. Das Ministerkomitee des Europarats hat im Oktober 1985 beschlossen, daß im Rahmen der Aktivitäten des Europarats die europäischen Fachminister Ende 1986 zu einer ersten Konferenz zusammentreffen, um über die Möglichkeiten einer konzertierten europäischen Medienpolitik Beschlüsse zu fassen. An der Einsetzung dieser Regierungskonferenz war die Bundesregierung maßgeblich beteiligt. Die Bundesregierung hat sich bemüht, daß europäische Medienpoli-

itik alle in Betracht kommenden europäischen Staaten, auch die, die nicht EG-Mitglied sind, einbezieht. Sie wird diese Politik fortsetzen.

Der Europarat, in dem 21 westeuropäische Staaten zusammengeschlossen sind, verfügt über hierfür geeignete organisatorische und rechtliche Instrumente.

Der Europarat hat in einer Reihe von Studien das Phänomen der neuen Medien analysiert. Angeregt auch durch eine Empfehlung der Parlamentarischen Versammlung des Europarats³⁾ hat das Ministerkomitee 1982 beschlossen, die Möglichkeiten rechtlicher Instrumente im Bereich der neuen Medien zu prüfen. Zugleich wurde in der Erklärung vom 29. April 1982⁴⁾ noch einmal das Bekenntnis der europäischen Staaten zum Grundsatz des grenzüberschreitenden freien Informationsflusses bekräftigt.

Eine Empfehlung vom 23. Februar 1984⁵⁾ über Grundsätze der Werbung im Satellitenfernsehen konkretisiert zum ersten Mal im europäischen Bereich eine Harmonisierung der Rahmenbedingungen für die neuen Medien. Die Grundsätze sehen vor, daß Werbung als solche erkennbar und klar getrennt vom Programm zu sein hat sowie vorzugsweise als Blockwerbung auszustrahlen ist. Der zeitliche Umfang soll nicht ausufern. Die Werbung bei bestimmten Produkten (z. B. Zigaretten und Alkohol) soll begrenzt werden bzw. ganz unterbleiben und in bezug auf Kinder von größter Zurückhaltung geprägt sein.

Am 5. Dezember 1984⁶⁾ hat der Europarat auch eine Empfehlung über die Nutzung von Satellitenkanälen erlassen. Danach soll sichergestellt werden, daß jedes in Europa ausgestrahlte Programm der Gesetzgebung eines Mitgliedstaates des Europarats unterliegt und rechtsfreie Räume vermieden werden. Außerdem sollen grenzüberschreitende Satellitenprogramme bestimmte Programmstandards beachten (Jugendschutz, Schutz der persönlichen Ehre u. a.). Jeder Fernsehteilnehmer soll ein Recht auf Gegendarstellung ausüben können. Schließlich werden die national verantwortlichen Stellen angehalten, im Sinne von mehr Transparenz größtmögliche Informationen über Programmveranstalter zur Verfügung zu stellen.

Der Europarat hat sich ferner in den letzten Jahren wiederholt mit der Problematik der Gleichberechtigung von Männern und Frauen in den Medien beschäftigt. Das Ministerkomitee hat am 25. September 1984 eine Empfehlung⁷⁾ verabschiedet, in der entsprechende Grundsätze für die Programmgestaltung enthalten sind und Maßnahmen vorgeschlagen werden, durch die die Situation der im Medienbereich tätigen Frauen verbessert werden soll.

³⁾ Empfehlung 926 (1981).

⁴⁾ Vgl. Anm. 1, dort S. 100.

⁵⁾ Vgl. Anm. 1, dort S. 102.

⁶⁾ Vgl. Anm. 1, dort S. 104.

⁷⁾ Recommendation Nr. R (84) 17.

5 EG

Die stürmische Entwicklung der neuen Medien, insbesondere des Satelliten- und Kabelfernsehens, konnte in ihren industriellen und wirtschaftlichen, aber auch kulturellen und damit integrationspolitischen Auswirkungen von den Organen der Europäischen Gemeinschaften nicht ignoriert werden.

Das Europäische Parlament hat sich in einer Reihe von Resolutionen zu diesen Fragen geäußert. Grundlegend ist sein Beschluß vom 12. März 1982 (sog. Hahn-Initiative), in dem ein europäisches Fernsehprogramm vorgeschlagen und zum anderen die EG-Kommission aufgefordert wurde, in einem Bericht die Möglichkeiten für die Errichtung eines gemeinsamen Marktes für die nationalen Fernsehprogramme zu untersuchen.

In einem Zwischenbericht „Realitäten und Tendenzen des Fernsehens in Europa: Perspektiven und Option“ hat die Kommission 1983 die Schaffung eines europäischen Fernsehdienstes untersucht und grundsätzlich für wünschenswert gehalten.

Ein erstes praktisches Experiment dieser Art haben 15 Mitgliedsanstalten der Europäischen Rundfunk-Union mit dem EURIKON-Projekt unternommen. Dabei wurde vom 22. bis 28. November 1982 über Satellit ein Programm aus Beiträgen dieser Stationen gleichzeitig in sechs Sprachfassungen ausgestrahlt.

Das Experiment, an dem auch Algerien und Tunesien beteiligt waren, hat insgesamt die Funktionstüchtigkeit einer internationalen Redaktion für ein Gemeinschaftsprogramm erwiesen.

Das Europäische Parlament hat die Kommission und den Rat in einer weiteren Resolution vom 30. März 1984 aufgefordert, einen festen Rechtsrahmen zu schaffen, der die Grundsätze des Vertrages von Rom für den Bereich des Rundfunks zur Anwendung bringt. Dabei soll sichergestellt werden, daß „die öffentlich-rechtlichen Fernsehmonopole private Rundfunk- und Fernsehanbieter und Programmgestalter nicht daran hindern, einen umfassenden Beitrag zu den zukünftigen Entwicklungen zu leisten“.

Mit der Vorlage ihres umfassenden Berichts zu einer künftigen harmonisierenden Medienpolitik der EG unter dem Titel „Fernsehen ohne Grenzen — Grünbuch über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel“ vom 14. Juni 1984⁸⁾ ist die Kommission der weitergehenden Aufforderung des Europäischen Parlaments nachgekommen.

Zu prüfen war insbesondere die Frage der Anwendbarkeit des EWG-Vertrages auf diesen Bereich.

Die Kommission hat sie positiv beantwortet und festgestellt, daß ihr durch den Vertrag die Aufgabe übertragen sei, auch im Bereich des Rundfunks für die Freiheit des gemeinschaftsweiten Wettbewerbs

⁸⁾ Bundesrats-Drucksache 360/84.

und Handels zu sorgen. Sie knüpft daran u.a. nachstehende Folgerungen:

- Alle den freien Dienstleistungsverkehr diskriminierenden Beschränkungen sind aufzuheben.
- Die Regelungen der Mitgliedstaaten über Werbung und Jugendschutz sollen harmonisiert werden.
- Zur erleichterten Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen in der EG soll eine urheberrechtliche „gesetzliche Lizenz“ eingeführt werden.

Der Bundesrat hat hierzu am 1. März 1985⁹⁾ eine Stellungnahme abgegeben.

Die Bundesregierung hat am 13. März 1985 zum EG-Grünbuch gleichfalls erste Vorstellungen beschlossen. Dabei hat sie ihre Absicht bekräftigt, in enger Zusammenarbeit mit den Ländern sich dafür einzusetzen, daß zur Weiterentwicklung der europaweiten Kommunikation ein verstärkter Abstimmungsprozeß der Mitgliedstaaten in Europa in Gang gesetzt wird. Sie hat die Notwendigkeit dieser Zusammenarbeit zusätzlich damit begründet, es könne bei alledem nicht verkannt werden, daß der Rundfunk zwar einerseits EG-wirtschaftspolitische, andererseits aber auch gesellschaftspolitische und kulturelle Funktionen hat.

Das Europäische Parlament hat Mitte Oktober 1985 durch zwei Entschlüsse die EG-Initiative nochmals eingehend unterstrichen und darüber hinaus weiterführende europapolitische Zielvorstellungen entwickelt.

Die Kommission wird 1986 dem Europäischen Rat einen Richtlinienentwurf zuleiten. Nach dessen Vorlage und Beratung mit den Ländern wird die Bundesregierung hierzu und zu den im EG-Grünbuch aufgeworfenen Fragen Stellung nehmen.

III. Medien in der Dritten Welt

1 Medieninfrastrukturen

Die Bundesrepublik Deutschland unterstützt den Aufbau eigenständiger Medieninfrastrukturen in den Ländern der Dritten Welt im Rahmen ihrer finanziellen und technischen Hilfe sowie durch Maßnahmen der Ausbildungsförderung. Damit wird berechtigten Interessen der Entwicklungsländer an einer stärkeren Ausgewogenheit des internationalen Informationsflusses Rechnung getragen. Die Bundesregierung wendet sich jedoch gegen alle Bestrebungen, den grenzüberschreitenden Informationsfluß Regierungskontrollen zu unterwerfen. Die Schaffung einer Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung wird deshalb als kontinuierlicher Entwicklungsprozeß betrachtet, der den freien Informationsfluß und eine ausgewogenere Verbreitung von Informationen zum Ziel hat.

⁹⁾ Bundesrats-Drucksache 360/84 (Beschluß).

Die Kommunikationsstrukturen lassen, weltweit gesehen, ausgeprägte Ungleichgewichte und ein starkes Nord-Süd-Gefälle erkennen. Die Länder der Dritten Welt sind auch in diesem Bereich aufgrund ihres eigenen Entwicklungsstandes keine gleichgewichtigen Partner der Industrienationen. Die Nachrichtenströme fließen weitaus stärker von Nord nach Süd als in umgekehrter Richtung. Auch bei der Berichterstattung über die Länder der Dritten Welt liegt bis heute die Hauptrolle in Händen der Korrespondenten der Industrieländer. Selbst beim Informationsaustausch zwischen Ländern der Dritten Welt haben die Medien der Industrieländer oftmals eine beherrschende Stellung.

Das Ungleichgewicht bei den wichtigsten Massenmedien verdeutlichen folgende, dem Statistischen Jahrbuch der UNESCO von 1983 entnommene Zahlen (jeweils pro tausend Einwohner):

	Industrie- länder	Entwick- lungsländer
Tageszeitungen (1979) (verkaufte Auflage)	324	35
Hörfunkempfänger (1981)	835	101
Fernsehempfänger (1981)	394	24

2 Förderungsziele der Bundesregierung

Die Bundesregierung hält die Förderung der Entwicklungsländer nach stärkerer, aktiver Teilnahme am internationalen Informationsfluß für begründet. Förderungsziel ihrer Medienhilfe ist die Verbesserung der Kommunikationsstrukturen der Entwicklungsländer. Damit soll ein Beitrag zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Landesentwicklung wie auch zum Abbau des Nord-Süd-Informationsgefälles und für mehr Pluralismus geleistet werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, daß die Medien in den Entwicklungsländern sehr unterschiedlich verfaßt und überwiegend staatsnäher als in den westlichen Industrieländern angesiedelt sind.

Die wichtigsten Förderungsarten sind:

- Lieferung und Aufbau technischer Einrichtungen wie Sender, Studios, Druckereien.
- Entsendung von deutschen Fachkräften als Gutachter, als Berater beim technischen Aufbau, der Programmgestaltung und -organisation, beim Management sowie als Ausbilder.
- Berufliche Aus- und Fortbildung von einheimischem technischen und redaktionellen Personal in den Entwicklungsländern selbst und in der Bundesrepublik Deutschland.

Förderungsschwerpunkt ist der Hörfunk als Medium mit der größten Massenwirksamkeit bei der vorwiegend analphabetischen ländlichen Bevölkerung der Entwicklungsländer. Es folgt das Fernsehen, das jetzt auch über die städtischen Zentren der

Entwicklungsländer hinaus verbreitet wird. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Nachrichtenwesen, das vorwiegend über UNESCO/IPDC gefördert wird.

Die Medienförderung insgesamt hat ein jährliches Volumen von fast 80 Mio. DM (Istausgaben 1984) erreicht. Damit hat die Bundesrepublik Deutschland einen Spitzenplatz unter den Geberländern.

Eine Medienförderung findet nicht nur im technischen, sondern auch im Programmbereich statt. In diesem Zusammenhang sind die Transkriptionsdienste TransTel, e-te-s und der Deutschen Welle zu erwähnen, die Fernseh- und Hörfunkprogramme zur Verfügung stellen.

IV. Internationales Urheberrecht, Musik-, Video- und Filmplaterle

1 Grundlagen des Internationalen Urheberrechts

Damit ein reibungsloser, grenzüberschreitender internationaler Austausch von urheberrechtlich geschützten Werken erfolgen kann, müssen die Rechte der Urheber gewahrt sein.

Das Urheberrecht geht vom Territorialitätsprinzip aus. Danach beurteilt sich der Schutz, den ein Urheber für sein Werk begehrt, nach dem Recht des Landes, in dem der Schutz beansprucht wird. Das Territorialitätsprinzip gilt auch für die Leistungsschutzrechte. Der Schutz ausländischer Urheber und Leistungsschutzberechtigter wird ergänzend durch die folgenden internationalen Abkommen gewährleistet:

- Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst, zuletzt revidiert in Paris am 24. Juli 1971 (RBÜ);
- Welturheberrechtsabkommen, revidiert am 24. Juli 1971 in Paris (WUA);
- Europäisches Abkommen zum Schutz von Fernsendungen;
- Internationales Abkommen über den Schutz der ausübenden Künstler, der Hersteller von Tonträgern und der Sendeunternehmen (Rom-Abkommen) und das
- Übereinkommen über die Verbreitung der durch Satelliten übertragenen programmtragenden Signale (Brüsseler Abkommen).

Die RBÜ sowie das WUA haben für die Mitgliedsländer kein inhaltlich übereinstimmendes Urheberrecht geschaffen. Vielmehr gehen sie vom Grundsatz der Inländerbehandlung aus; d. h. im Ursprungsland eines Werkes richtet sich dessen Schutz nach der nationalen Gesetzgebung. In den anderen Verbandsländern genießen die Urheber für ihre Werke die Rechte, die die Gesetze dieser Länder den inländischen Urhebern gewähren.

Darüber hinaus sieht die RBÜ Mindestrechte vor. Danach kann sich ein Urheber in allen Verbands-

ländern — mit Ausnahme in seinem Heimatstaat — zum Schutz seiner Werke unmittelbar auf die Bestimmungen der RBÜ berufen. Dies ist dann von praktischer Bedeutung, wenn die RBÜ weitergehende Rechte gewährt als das nationale Recht (Mindestrechte).

Auch die für die Leistungsschutzrechte geltenden internationalen Abkommen gehen von der Inländerbehandlung aus. Dies gilt sowohl für das Rom-Abkommen als auch für das Europäische Fernseh- abkommen. Beide Abkommen gewähren darüber hinaus Mindestrechte.

Die Brüsseler Konvention verpflichtet dagegen lediglich einen Vertragsstaat, angemessene Maßnahmen zu treffen, „um die Verbreitung von programmtragenden Signalen in seinem Hoheitsgebiet oder von seinem Hoheitsgebiet aus durch einen Verbreiter zu verhindern, für den die an den Satelliten ausgestrahlten oder darüber geleiteten Signale nicht bestimmt sind“.

2 Senderecht

2.1 Revidierte Berner Übereinkunft

Das Senderecht ist in der RBÜ in Artikel 11 (bis) geregelt. Danach haben die Urheber das ausschließliche Recht, ihre Werke durch Rundfunk zu senden oder sie durch irgendein anderes Mittel zur drahtlosen Verbreitung von Zeichen, Tönen oder Bildern öffentlich wiederzugeben. Ferner steht ihnen das ausschließliche Recht der öffentlichen Wiedergabe ihres durch Rundfunk gesendeten Werks mit oder ohne Draht zu, wenn diese Wiedergabe von einem anderen als dem ursprünglichen Sendeunternehmen vorgenommen wird.

Die RBÜ regelt damit auch die Weitersendung durch Kabel. Umstritten ist, ob die zeitgleiche, unveränderte und ungekürzte Übertragung durch Kabel im Versorgungsbereich eines Rundfunksenders unter den Begriff der Weitersendung fällt.

Zur Ausübung der Rechte kann der nationale Gesetzgeber für sein Hoheitsgebiet Voraussetzungen festlegen. Diese dürfen aber in keinem Fall das Urheberpersönlichkeitsrecht oder den Anspruch des Urhebers auf eine angemessene Vergütung beeinträchtigen. Nach herrschender Auffassung darf der nationale Gesetzgeber auch für die Weiterleitung von Rundfunksendungen durch Kabel eine gesetzliche Lizenz, sofern sie dem Urheber eine angemessene Vergütung sichert, einführen.

Das Welturheberrechtsabkommen (WUA) enthält keine ausdrückliche Regelung zum Kabelrundfunk. Da aber zur Zeit der Pariser Fassung das Kabelfernsehen bereits verbreitet war und Artikel IV (bis) WUA, der dem Urheber das ausschließliche Recht der Rundfunksendungen vorbehält, keine Einschränkung macht (anders als das Rom-Abkommen), kann davon ausgegangen werden, daß Artikel IV (bis) WUA auch die Drahtfunksendung erfaßt.

2.2 Rom-Abkommen

Neben der Inländerbehandlung, die das Rom-Abkommen (RA) den Leistungsschutzberechtigten eines Mitgliedslandes in einem anderen Mitgliedsland gewährleistet, legt es für die ausübenden Künstler, Tonträgerhersteller und Sendeunternehmen gewisse Mindestrechte fest.

Den Sendeunternehmen steht nach Artikel 13 RA das ausschließliche Recht der Weitersendung, der Festlegung, der Vervielfältigung und der öffentlichen Wiedergabe ihrer Sendungen gegen Entgelt zu.

Die ausübenden Künstler genießen nach Artikel 7 RA das Recht der Sendung und der öffentlichen Wiedergabe ihrer Darbietung, es sei denn, daß für die Sendung oder für die öffentliche Wiedergabe eine bereits gesendete Darbietung oder die Festlegung einer Darbietung verwendet wird.

Da nach Artikel 3f RA nur drahtlose Sendungen dem Schutz des Rom-Abkommens unterliegen, sind die Sendeunternehmen und die ausübenden Künstler bezüglich einer Sendung ihrer Werke durch Drahtfunk auf die Rechte angewiesen, die ihnen nach dem Prinzip der Inländerbehandlung zustehen.

2.3 Brüsseler Abkommen

Das Brüsseler Abkommen soll den Schutz der Sendeunternehmen gegen die unbefugte Weitersendung ihrer durch Satelliten übertragenen Sendung sicherstellen. Die Maßnahmen zur Ausführung des Übereinkommens sind ausdrücklich dem nationalen Gesetzgeber überlassen worden. Das Übereinkommen sieht daher nicht die Verpflichtung der Vertragsstaaten vor, den Sendeunternehmen ein eigenes, dem Urheberrecht verwandtes Schutzrecht für ihre Satellitensendungen einzuräumen.

3 Musik-, Video- und Filmpiraterie

Die stürmische Entwicklung der Medientechnologie hat nicht nur zu einem verbesserten Informationsaustausch im weitesten Sinne geführt, sondern ermöglicht auch jedermann freien Zugang zu urheberrechtlich geschützten Werken. Die freien Zugangsmöglichkeiten haben zu einer neuen Art der Kriminalität geführt: Von Filmen, Videogrammen, Tonträgern, Druckwerken und neuerdings auch von Computerprogrammen werden Raubkopien in großem Umfang gefertigt und gehandelt.

Die Musik-, Video- und Filmpiraterie hat sich in den letzten Jahren zu einer Form der Kriminalität entwickelt, die nicht nur die Ton-, Video- und Filmindustrie sowie Urheber und Leistungsschutzberechtigte schädigt, sondern auch für den Staat erhebliche Steuerausfälle entstehen läßt. Schätzungen hinsichtlich des Jahresumsatzes rechtswidrig hergestellter Videokassetten liegen in der Bundesrepublik Deutschland bei etwa 800 Mio. DM, in den Vereinigten Staaten beispielsweise sogar bei etwa

1,5 Mrd. Dollar. Weltweit bewegen sich die Schätzungen in ähnlichen Größenordnungen.

Im Einzelfall bereitet die Aufklärung große Schwierigkeiten, da in der Bundesrepublik Deutschland — und das gilt auch für das Ausland — ein hervorragend organisiertes Tätermilieu existiert, mit Aufteilung des Marktes nach Absatzmöglichkeiten und vielen Wiederholungstätern. Erschwerend kommt hinzu, daß für eine Strafverfolgung die Rechte an den Filmwerken festgestellt und der Kopiencharakter nachgewiesen werden müssen. Letzteres ist besonders schwierig, da die Originalkassetten bis in alle Einzelheiten nachgemacht werden, auch was die äußere Aufmachung anbetrifft.

Dem Problem der Musik-, Video- und Filmpiraterie sowie dem Raubdruck von Büchern wird international große Aufmerksamkeit gewidmet. So hat die Internationale Organisation für Geistiges Eigentum (WIPO) 1981 und 1983 weltweite Foren hierzu veranstaltet. Es wurden Resolutionen verabschiedet, in denen die Staaten aufgerufen werden, die notwendigen Schritte für eine wirkungsvolle Bekämpfung dieser Art der Piraterie einzuleiten. Auch auf dem EG-Gipfel 1983 wurde eine Resolution für eine verstärkte internationale Bekämpfung der audiovisuellen Piraterie verabschiedet. Der Europarat hat 1985 — dem Jahr der Musik — eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die Initiativen zur Bekämpfung der Videopiraterie vorbereiten soll.

V. Technische Entwicklungen, Frequenzplanungen

1 WARC/Internationale Kurzwellenkonferenz (1984)

Die Kurzwelle ist aufgrund ihrer besonderen physikalischen Ausbreitung (Reflexion an der Ionosphäre) das geeignete Medium für den Auslandshörfunk und damit für einen grenzüberschreitenden Informationsaustausch. Im Gegensatz zu den anderen Wellenbereichen, deren Nutzung geplant und international vereinbart ist, konnte bisher für den Kurzwellenrundfunk kein weltweiter Frequenzplan aufgestellt werden. Ein Grund hierfür ist die zunehmende Überbelegung der für den Rundfunk zugewiesenen Kurzwellenbereiche.

Die weltweite Funkverwaltungskonferenz 1979 in Genf hatte diese seit 20 Jahren unveränderten Bereiche von insgesamt 2 350 kHz Frequenzspektrum auf 3 130 kHz erweitert. Das Gesamtspektrum für den Kurzwellenrundfunk wird dadurch zwar um 33% größer sein als bisher, aber die Situation für Sendungen aus Europa wird sich nicht bessern, weil die hierfür genutzten Frequenzbereiche nicht erweitert worden sind.

Die Funkverwaltungskonferenz hatte 1979 ferner, im wesentlichen auf Drängen der Entwicklungsländer, beschlossen, auf der Basis gleicher Rechte für alle Länder in einer speziellen Kurzwellenrundfunkkonferenz einen weltweiten Frequenzplan aufzustellen. Damit sollte das bisherige, weitgehend freiwillige Verfahren der Frequenzkoordinierung

durch eine verbindliche Frequenzverteilung ersetzt und auch den kleineren Nutzern ein gesicherter Zugang zu den Kurzwellenbereichen garantiert werden.

Der erste Konferenzteil fand vom 10. Januar bis 11. Februar 1984 in Genf statt. Auf der Konferenz wurden die technischen Planungsparameter festgelegt, die Planungsgrundsätze erarbeitet und eine Planungsmethode entwickelt. Große Schwierigkeiten im Verlauf des ersten Konferenzteils bereitete vor allem das Problem der absichtlichen Störungen (jamming) beim Kurzwellenempfang. Es wurde eine Resolution verabschiedet, mit der alle Verwaltungen zur Vermeidung von „schädlichen Funkstörungen“, die die absichtlich schädlichen Störungen mit einschließen, aufgerufen werden.

Positiv vor allem für die großen Kurzwellennutzer, zu denen auch die Bundesrepublik Deutschland gehört, ist zu werten, daß für die Planung im zweiten Konferenzteil die Zahl der Frequenzstunden-Anforderungen nicht begrenzt ist und damit insoweit der bisherige Sendeumfang der Auslandsrundfunkdienste aufrechterhalten werden könnte, wenn auch mit zum Teil geringerer Übertragungsqualität. Im Anfang 1987 stattfindenden zweiten Konferenzteil soll ein weltweiter Kurzwellen-Rundfunkplan aufgestellt werden. Dabei wird der Deutschen Welle wegen der gesetzlichen Versorgungsaufgabe Priorität in der Frequenznutzung eingeräumt werden müssen. Im Hinblick auf eine zu erwartende Reduzierung der Frequenznutzung wurde den Landesrundfunkanstalten vorgeschlagen, ihre Kurzwellennutzung zusammenzufassen und gemeinsam ein mit dem Deutschlandfunk und der Deutschen Welle koordiniertes Programm für Europa zu veranstalten.

2 WARC/Internationale Ultrakurzwellenkonferenz (1984)

Die weltweite Funkverwaltungskonferenz 1979 in Genf hat den Frequenzbereich für den Ultrakurzwellenrundfunk von bisher 87,5 bis 100 MHz auf 87,5 bis 108 MHz erweitert. In einem ersten Konferenzteil Mitte 1982 für das Gebiet Europa, Afrika und Teile Asiens wurden die technischen Planungsparameter und -grundsätze sowie das Planungsverfahren festgelegt. Ende 1984 wurde in einem zweiten Konferenzteil ein neuer Frequenzplan für den gesamten Ultrakurzwellenbereich aufgestellt. Für die Bundesrepublik Deutschland konnten alle Frequenzanforderungen im wesentlichen berücksichtigt werden.

Nach diesem Plan wird es möglich sein, in den Bundesländern zusätzlich zwei flächendeckende Sendernetze zu errichten und außerdem Frequenzen für einzelne Sender der Gaststreitkräfte vorzusehen.

Für den Deutschlandfunk wurden Frequenzen für eine UKW-Senderkette entlang den Grenzen der Bundesrepublik Deutschland zugeteilt. Die Nutzung dieser Sender wird mit dazu beitragen, daß der Deutschlandfunk seinen gesetzlichen Auftrag,

Rundfunksendungen für Deutschland und das europäische Ausland zu veranstalten, mit einer den Höreransprüchen genügenden Empfangsqualität wesentlich besser erfüllen kann.

3 Weltweite Funkverwaltungskonferenz der Internationalen Fernmeldeunion (ITU) über die Nutzung des geostationären Orbits für den Satellitenfunk (WARC-ORB-85)

Vom 8. August bis zum 16. September 1985 fand in Genf der erste Teil dieser Konferenz statt. Wesentliche Aufgabe des Konferenzabschnittes war, Grundsätze für den gleichberechtigten Zugang zum geostationären Orbit festzulegen, um im zweiten Konferenzteil (1988) die Erarbeitung detaillierter Planungen und Regelungen zu ermöglichen.

Das Konferenzergebnis sieht einerseits die Erstellung eines Verteilungsplanes in Teilen der Frequenzbereiche für den Festen Funkdienst über Satelliten (für Fernmeldedienste einschließlich Ton- und Fernsehübertragungen, jedoch nicht für Rundfunkdienste über Satelliten) vor, wobei jedem Mitglied der Internationalen Fernmeldeunion das Recht auf Orbitposition, Frequenzen und Bedekungszone für ein nationales System garantiert werden soll. Andererseits werden in den übrigen Frequenzbereichen verbesserte Koordinierungsverfahren eingeführt. Hinsichtlich der weiteren Entwicklung und Nutzung des im Aufbau befindlichen deutschen Fernmeldesatellitensystems DFS Kopernikus sowie der internationalen Fernmeldesatellitensysteme Eutelsat und Intelsat, an denen die Bundesrepublik Deutschland beteiligt ist, sind durch das Konferenzergebnis keine Einschränkungen zu erwarten.

Für den Tonrundfunk über Satelliten im 1-GHz-Bereich und das Hochauflösende Fernsehen (HDTV) über Satelliten konnte erreicht werden, daß beide Themen in den Tagungsordnungsvorschlag für den zweiten Konferenzteil 1988 aufgenommen werden, um weitere Voraussetzungen für die Erschließung dieser Optionen zu schaffen.

Die Konferenz hat weiterhin die Planungsparameter für die Aufwärtsstrecke für Rundfunksatelliten nach dem WARC-77-Plan erstellt sowie die Ergebnisse der Konferenz über Rundfunksatelliten der Region 2 (Nord- und Südamerika) in die Verordnung über das Funkwesen einbezogen. Beeinträchtigungen des deutschen Rundfunksatellitensystems TV-SAT konnten vermieden werden.

Deutsche Welle und Deutschlandfunk sind von der weltweiten Planung der Satellitennutzung im Orbit, insbesondere in folgenden Bereichen betroffen: Die Deutsche Welle bei ihrer Programmüberspielung zu Relaisstationen und ggf. Bereitstellung eines weltweiten Fernsehprogrammangebots deutscher Herkunft entsprechend dem Kabinettsbeschuß vom 13. März 1985; der Deutschlandfunk bei seiner angestrebten Beteiligung an der ARD-Planung für die Nutzung von 1-GHz-Hörfunksatelliten, die den mobilen Empfang von Hörfunkprogrammen in Stereoaqualität ermöglichen.

4 Intelsat, Eutelsat

Die seit 1983 zu beobachtende verstärkte Nutzung von Fernmeldesatelliten zur Verteilung von (vor allem) Fernsehprogrammen kann auch für 1985 bestätigt werden.

Hier finden die von den weltweit bzw. europaweit tätigen Betriebsorganisationen Intelsat bzw. Eutelsat bereitgestellten Fernmeldesatelliten ihren Einsatz.

Für deutsche Programmveranstalter hat die Deutsche Bundespost auf dem Intelsat V-F1 ab 1. Januar 1985 die Kapazität für sechs Fernsehprogramme und auf dem ECS I-F1 die Kapazität für zwei Fernsehprogramme (ab 1984) angemietet.

Beide Satellitentypen erlauben die europaweite Verteilung von Rundfunkprogrammen (Fernsehen und Hörfunk), insbesondere in Verbindung mit Kabelnetzen.

Derzeit (August 1985) sind die zehn ECS-Kanäle wie folgt belegt (wobei in Klammern das Ursprungsland angegeben ist, von dem ausgesendet wird):

- Kanal 1: RAI (Italien)
- Kanal 2: 3SAT (Bundesrepublik Deutschland)
- Kanal 3: Europa-TV (Niederlande)
- Kanal 4: TV 5 (Frankreich)
- Kanal 6: Sky Channel (Großbritannien)
- Kanal 7: Teleclub (Schweiz)
- Kanal 8: RTL plus (Luxemburg)
- Kanal 9: Film Net (Belgien)
- Kanal 10: SAT 1 (Bundesrepublik Deutschland)
- Kanal 12: Music Box (Großbritannien).

Davon werden zur Zeit die Kanäle 2, 4, 6, 8, 10 und 12 in die Kabelnetze der Deutschen Bundespost eingespeist; diese Kanäle können auch von Betreibern privater Empfangsanlagen (GA, GGA) eingespeist werden.

Die Intelsatkanäle sind bisher (Stand Ende 1985) mit den Programmen musicbox (deutsch) und dem Dritten Fernsehprogramm des Bayerischen Rundfunks belegt.

5 Farbfernseh-Übertragungsnorm für Rundfunksatelliten

Die Bundesregierung hatte sich in den letzten Jahren um eine europaeinheitliche Farbfernsehnorm für Rundfunksatelliten bemüht, weil auf diese Weise der europäische Gedanke durch entsprechende technische Voraussetzungen wirkungsvoll unterstützt werden kann.

Zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Französischen Republik ist nun ein entscheidender Schritt in diese Richtung dadurch getan worden, daß die Abstrahlung der Fernsehprogramme mit dem neuen Übertragungsverfahren D2- MAC/Paket (in Frequenzmodulation) ohne jede Zwischenphase von den beiden Rundfunksatelliten TV-SAT und TDF erfolgen soll.

Dieses Verfahren D2-MAC/Paket gehört zu einer Gruppe von MAC (multiplexed analogue components)-Verfahren, das europaweit entwickelt und

auch von der EBU (Europäische Vereinigung der Rundfunkanstalten) sowie von der europäischen Geräteindustrie empfohlen wurde.

I. Ausblick

1. Der vorgelegte Bericht macht erneut — wie auch der vorangegangene Bericht 1978 — deutlich, daß durch die neuen Informations- und Kommunikationstechniken Fakten geschaffen werden, denen sich auch im politischen Raum niemand entziehen kann. Diesen Wandel aber nicht nur der rasch fortschreitenden technischen Entwicklung zu überlassen, sondern ihm einen sinnvollen, auf den Menschen wie auf die Technik Bedacht nehmenden Ordnungsrahmen zu geben, erscheint dringlicher denn je.
2. Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken lassen mittels Satellit, Richtfunk oder Kabel Räume zusammenwachsen und überbrücken sie in immer kürzerer Zeit, die oftmals nur noch nach Sekunden oder gar Bruchteilen davon berechnet werden kann. Demgegenüber stehen die teilweise unterschiedliche Rechtsordnung von 11 Ländern und die Rechtsordnung des Bundes. Wenn ein sinnvoller medienrechtlicher Ordnungsrahmen hieraus erwachsen soll, kann dies nur in einer engen Kooperation von Bund und Ländern geschehen. Um eine solche Kooperation bemüht sich die Bundesregierung seit langem. Sie appelliert auch am Ende dieses Berichts erneut an die Länder, sich der gemeinsamen Verantwortung bei den erforderlichen Weichenstellungen für die Zukunft unseres Staates nicht zu entziehen. Die Bundesregierung hält das bisher erreichte Maß an Zusammenarbeit im medienpolitischen Bereich zwischen Bund und Ländern für unbefriedigend. Sie sieht hierdurch sowohl den technischen und wirtschaftlichen Fortschritt als auch das Bemühen gefährdet, durch einen einheitlichen Ordnungsrahmen Wildwuchs und Ressourcenverschwendung zu verhindern sowie Planungssicherheit für die Wirtschaft und die Medien zu gewährleisten.
3. Die bislang unbefriedigende Kooperation von Bund und Ländern im medienpolitischen Bereich spiegelt sich nicht zuletzt auch in diesem Bericht wieder. Er mußte sich in denjenigen Teilen auf fragmentarische Berichterstattung beschränken, bei denen die Länder ihre ausschließliche Zuständigkeit beanspruchen.
4. Der im medienpolitischen Kabinettsbeschuß der Bundesregierung vom 13. März 1985 angestrebte Dialog mit den Ländern ist bisher insgesamt noch nicht in Gang gekommen. Die Bundesregierung bedauert dies nicht zuletzt deshalb, weil hierdurch auch konzeptionelle Überlegungen im Kompetenzbereich des Bundes wegen der Vielschichtigkeit der medienpolitischen und -rechtlichen Sachfragen und deren enge Verzahnung mit den Leitvorstellungen der Länder verzögert werden. Daß konzeptionelle Überlegungen der Bundesregierung im vorliegenden Bericht nicht ausführlich behandelt werden konnten, liegt in der unterschiedlichen Natur beider Vorhaben begründet: Während ein Medienkonzept des Bundes Projektionen für anzustrebende Rahmenbedingungen der künftigen Entwicklung von Technik und Medien im Dienste des Menschen zum Inhalt haben muß, kann Gegenstand dieses Berichtes im wesentlichen nur die Darstellung und Würdigung bereits zurückliegenden medienrelevanten Geschehens sein. Beides erscheint erforderlich, weil erst der Blick auf die historische Entwicklung die darin wurzelnden Indikatoren für die Zukunft deutlich erkennbar werden läßt, solche Rückschau allein aber ein Konzept für die Zukunft nicht ersetzen kann.

Kommentierte Materialien

Inhaltsübersicht

	Seite
Vorbemerkung	121
D. Gesamtwirtschaftliche Einordnung und Einzeldarstellung der Medien	121 bis 140
I. Presse	121
1.1 Zeitungen	121
1.1.1 Deutschsprachige Tagespresse	122
1.1.2 Sonntagszeitungen	124
1.1.3 Redaktionelle Tageszeitungsbeilagen (Supplements)	124
1.2 Zeitschriften	125
1.2.1 Politische Wochenblätter und wöchentlich erscheinende politische Magazine überregionaler Verbreitung	126
1.2.2 Anzeigenblätter	126
1.2.3 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug .	127
1.2.4 Unterhaltende Publikumszeitschriften	128
1.2.5 Fachzeitschriften	129
2 Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten, Umsätze und Preise in einzelnen Bereichen der periodischen Presse	129
2.1 Zeitungen	129
2.1.1 Langfristige Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementtagespresse	130
2.1.2 Zeitungskonjunktur	130
2.1.3 Auflagenabhängige Kostenstrukturunterschiede	130
2.1.4 Zustellkosten	131
2.1.5 Auflagenhöhe und Leistungsangebot (gemessen am Seitenumfang und am Mengenverhältnis zwischen redaktionellem Text und Anzeigenteil)	131
2.1.6 Entwicklung der Vertriebs- und der Anzeigenpreise	131
2.2 Zeitschriftenpresse	132
4 Buchhandel	132
4.1 Einleitung	132
4.2 Struktur des Buchverlagswesens	133
4.3 Verbreitender Buchhandel	133
4.4 Buchgemeinschaften	134
4.5 Preisentwicklung	134
4.6 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels	134
4.7 Außenhandel mit Verlagsrechten	135
5 Nachrichtenagenturen	135
9 Beschluß der Ständigen Konferenz der Innenminister der Länder zu den Verhaltensgrundsätzen zwischen Presse und Polizei	135
II. Film	136

IV. Tonträger	137
V. Rundfunk	137
1 Wirtschaftliche Entwicklung	137
3 Fortentwicklung des Rundfunkrechts	137
3.2.2 Zur Funktionsbindung des Redakteurs	137
3.2.3 Neue Redakteurstatute	138
VI. Elektronische Textkommunikationsdienste	139
E. Journalisten und freie Mitarbeiter	140 bis 146
I. Angestellte Journalisten	140
1 Arbeitsmarkt	140
1.3 Arbeitslosigkeit	140
2 Aus- und Weiterbildung	140
2.2 Grundsätze und Empfehlungen von Arbeitgeber-, Arbeitnehmer-	
organisationen und Kirchen	140
2.3 Von Bund und Ländern (mit)getragene Förderungsmaßnahmen	143
2.4 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rund-	
funkanstalten	145
3 Soziale Sicherung	145
3.2 Zusätzliche Einrichtungen zur sozialen Sicherung	145
F. Mediennutzung/Medienforschung	146 bis 156
I. Mediennutzung	146
II. Medienforschung	146
1 Bestehendes Medienangebot	146
1.1 Kommunikationsforschung	146
1.2 Medienstruktur und -angebot	147
1.3 Medieninhalte	148
1.4 Mediennutzung und -wirkung	149
1.5 Wirtschaft und Wettbewerb	150
1.6 Politische und rechtliche Fragen	151
2 „Neue Medien“	152
2.1 Akzeptanz und voraussichtliche Entwicklung	152
2.2 Auswirkungen auf die bestehende Medienstruktur	152
2.3 Gesellschaftliche Folgen	153
3 Bibliographie und Dokumentation im Medienbereich	155
Tabellenübersicht	157 bis 160
Tabellen	161 bis 244

Vorbemerkung

Die Materialien geben Zahlen und Fakten wieder, die dazu dienen, bestimmte Aussagen des Berichtsteils näher zu belegen bzw. in einen größeren Zusammenhang zu stellen, insbesondere auch den Rückgriff auf die Vorberichte durch Wahrung der Darstellungskontinuität zu erleichtern.

Die Gliederung entspricht der des Berichtsteils. Im Text erwähnte, aber dort nicht abgedruckte Tabellen befinden sich im Tabellenteil am Schluß der Materialien.

D. Gesamtwirtschaftliche Einordnung und Einzeldarstellung der Medien

I. Presse

1.1 Zeitungen

Zum 31. Dezember 1983 erfaßt die Bundespressestatistik 1226 Zeitungen¹⁾, und zwar 359 Haupt- und 867 Nebenausgaben. Darunter befinden sich auch einige fremdsprachige Zeitungen, die im Inland für Gastarbeiter verlegt werden. Die Bestandsänderungen in den acht Jahren seit 1975, dem ersten Berichtsjahr dieser jährlich fortgeschriebenen Statistik, sind im einzelnen der Tabelle 1 zu entnehmen. Der Netto-Zugang von 40 Zeitungen ist das Ergebnis einer — mit Ausnahme weniger Jahre — durchgängigen Steigerung der Nebenausgabenzahl um insgesamt 56 und einer konstanten Minderung der Hauptausgabenzahl um jährlich meist ein bis zwei, je einmal aber auch um drei oder fünf Einheiten. Wie sich zeigt, hat der Trend zur auflagestärkeren Zeitung die wirtschaftliche Bedeutung der lokalen und kleinregionalen Berichterstattung für die Verlage keineswegs verringert.

Am 31. Dezember 1983 fertigten von den 359 Hauptausgaben 129, das sind 36% (1975 dagegen nur 32%), den Zeitungsmantel mit dem allgemeinen politischen Teil vollständig und 25 teilweise in der eigen-

nen Redaktion; 205 Hauptausgaben übernahmen den Zeitungsmantel vollständig von fremden Redaktionen. 196 Hauptausgaben waren Redaktionsgemeinschaften angeschlossen.

Die verkaufte Auflage ist fast von Jahr zu Jahr gewachsen. Der Vergleich jeweils des vierten Quartals aus 1975 und 1983 zeigt eine Zunahme um 13,8% von 22,70 Mio. auf 25,83 Mio.; 42,5% dieser Zunahme entfällt auf Straßenverkaufszeitungen (einschl. Sonntagszeitungen). Die Verkaufsauflage der überwiegend im Straßenverkauf abgesetzten Zeitungen stieg um 15,7% von 8,47 Mio. auf 9,80 Mio., die der wöchentlich mindestens fünfmal erscheinenden Abonnementtageszeitungen dagegen nur um 6,1% von 13,55 Mio. auf 14,37 Mio. Stück. Die Abonnementtageszeitungen geringerer Erscheinenshäufigkeit (weniger als fünfmal wöchentlich) erzielten als Gruppe den prozentual höchsten Auflagezuwachs, ein Plus von 143%; ihre Verkaufsauflage stieg von 687 000 auf 1 666 000 Stück²⁾.

Die wirtschaftlichen Tätigkeitsgebiete der Zeitungen verlegenden Unternehmen haben sich, soweit aus der Bundespressestatistik ersichtlich, kaum geändert: Wie bisher hatten auch 1983 die weitaus

¹⁾ Die Angaben der Bundespressestatistik über Zeitungen geringer Erscheinenshäufigkeit können etwa wöchentlich erscheinende Periodika einbeziehen, deren Berichterstattung sich nicht primär an der Tagesaktualität orientiert (vgl. Medienbericht 1978, S. 2, Anm. 2). Wegen der deshalb möglichen Überschneidungen mit dem Zeitschriftensektor läßt sich aus solchen Daten nicht immer verlässlich auf Änderungen einer herkömmlich abgegrenzten Zeitungslandschaft schließen. Abweichungen der Bundespressestatistik zu anderen Zahlenwerken (vgl. insbes. Tabelle 4) erklären sich oft aus solchen Abgrenzungsunterschieden. Da diese Schwierigkeiten im wesentlichen unverändert fortbestehen und die Repräsentativität sich — anders als bei den Zeitschriften — im Zeitungssektor kaum geändert hat, sind hier Vergleiche schon mit 1975 sinnvoll.

²⁾ S. oben Anm. 1). Über den aktuellen Stand der Auflagenentwicklung unterrichten z.B. die kontinuierlich vorgenommenen Erhebungen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW), die im Bereich der Tagespresse etwa 99% der Verkaufsauflage kontrolliert. Nach dieser Quelle betrug die Verkaufsauflage der deutschsprachigen Tageszeitungen im IV. Quartal 1983 zusammen 21,18 Mio. und im IV. Quartal 1984 rund 21,04 Mio.; davon entfielen rd. 14,36 Mio. bzw. 14,27 Mio. auf Abonnementtageszeitungen und 6,83 Mio. bzw. 6,77 Mio. auf Straßenverkaufszeitungen. Im I. Quartal 1985 ergab sich eine Verringerung um rund 300.000 Stück, die im wesentlichen die Straßenverkaufszeitungen, insbesondere „Bild“, betrifft. Im Unterschied zu den Gesamtangaben der IVW schließen diese Zahlen die aktuellen Sonntagszeitungen, die Wirtschaftszeitung „Handelsblatt“ und die in türkischer Sprache erscheinende „Hürriyet“ nicht ein.

meisten Zeitungsverlage ihren wirtschaftlichen Schwerpunkt im Zeitungsgewerbe. Nur 6,4% der Zeitungshauptausgaben wurden von Unternehmen verlegt, die den überwiegenden Teil ihrer Umsätze außerhalb des Verlagsgewerbes erzielten; in aller Regel, in 22 von 23 Fällen, handelte es sich um Druckereien.

Gemessen an der Entwicklung bei denjenigen Unternehmen, deren wirtschaftliches Schwergewicht im Zeitungswesen liegt, erhöhte sich die Anzahl der Beschäftigten im Zeitungswesen von 1975 bis 1983 um fast ein Sechstel. Hierüber enthält die Tabelle 2 nach Tätigkeitsbereichen untergliederte Einzelangaben.

Anzumerken ist, daß Unternehmen in der Pressestatistik nur so lange als Zeitungsverlage erscheinen, wie sie den überwiegenden Teil ihres Umsatzes mit Zeitungen erzielen. So kann ein Zeitungsverlag mit eigener Druckerei, dessen Umsatzanteile aus fremden Druckaufträgen um 50% des Gesamtumsatzes schwanken, in einem Jahr als „Zeitungsverlag“, in einem anderen als „Unternehmen außerhalb des Verlagsgewerbes“ ausgewiesen werden. Solche Änderungen der Eingruppierung läßt die Pressestatistik bei den Unternehmen der obersten Größenklasse etwa in den Jahren 1981/82 erkennen.

Die Anzahl der tätigen Inhaber sank von 1975 bis 1983 um mehr als ein Drittel, vor allem wohl infolge altersbedingten Ausscheidens ehemaliger Lizenzträger und Altverleger, deren betriebliche Funktionen von Angestellten übernommen wurden, bzw. infolge Umwandlung der Rechtsform der Verlage in eine Kapitalgesellschaft³⁾. Die vom technischen Fortschritt eröffneten Rationalisierungsmöglichkeiten führten kaum zum Abbau technischen Personals; allerdings stieg dessen Anzahl seit 1977 (dem frühesten Vergleichsjahr) deutlich langsamer als die Gesamtzahl der Beschäftigten und sank 1983 auch absolut stärker als diese. Hervorzuheben ist auch der Anstieg der Redakteursanzahl um gut ein Viertel. Mit der Anzahl der Zusteller wuchs regelmäßig auch die der Teilzeitbeschäftigten.

Die langfristige Entwicklung der Umsätze der Verlage mit wirtschaftlichem Schwerpunkt im Zeitungswesen kann der Tabelle 3 entnommen werden. Der von 1975 bis 1982 mit Zeitungen erzielte Umsatz stieg — bei erheblichen Unterschieden zwischen Vertriebs- und Anzeigengeschäft in einzelnen Jahren — über den gesamten Zeitraum gesehen in beiden Tätigkeitsbereichen prozentual fast in gleicher Höhe (rd. +71%). 1983 gewann dann wieder das Anzeigengeschäft einen höheren Anteil am Gesamterlös. Die kurzzeitigen Entwicklungsunterschiede zwischen beiden Erlösquellen sprechen dafür, daß die Vertriebspreispolitik, die sich auf eine insgesamt leicht ansteigende Auflagenentwicklung stützen konnte (vgl. Tabelle 4), häufig einer Versteigerung der Erlöszuwächse diene und insbesondere

Umsatzschwankungen konjunktorempfindlicher Anzeigensparten abzufedern hatte. Die Erlösanteile der Verlagsdruckereien bewegten sich in der Regel zwischen 10 und 11%, blieben also meist relativ konstant. Überdurchschnittlich (+112%) wuchsen die Erlöse aus eigenen Zeitschriften (hinter denen sich zum Teil Anzeigenblattumsätze verbergen können); ihr Umsatzanteil erreichte 1983 rd. 6,6%.

Die durch ein weites Spektrum der Betriebsgrößen gekennzeichnete Struktur der Zeitungspreise wandelte sich von 1975 bis 1983 weiter in Richtung auf größere Verlage. Die Verlage mit einer Beschäftigtenzahl unter 200 verringerten in diesen Jahren ihren Anteil an der Gesamtzahl der (rechtlich selbständigen) Unternehmen von 62,2% auf 55,5%. Dagegen nahmen der Anzahlsanteil der Verlage mit 200 bis 999 Beschäftigten von 26,0% auf 31,9% und der der darüber liegenden Größenklassen von 11,9% auf 12,6% zu. Annähernd die Hälfte (48,4%) der 310 erfaßten Zeitungsverlage erwirtschafteten 1983 Jahresumsätze unter 10 Mio. DM; auf diese Gruppe entfielen jedoch nur 5,1% des Gesamtumsatzes von 12,3 Mrd. DM, während allein die 27 Verlage mit Jahresumsätzen über 100 Mio. DM davon 56% an sich zogen. Hinsichtlich der Einzeldaten wird auf die Pressestatistik verwiesen.

1.1.1 Deutschsprachige Tagespresse

Die weitaus meisten Zeitungen (vgl. dazu Abschnitt D I 1.1.1 des Berichts) gehören zur Tagespresse. Ihr sind hier alle Zeitungen zugeordnet, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und einen aktuellen politischen Teil enthalten. Der Anteil der seltener als sechsmal wöchentlich erscheinenden Tageszeitungen an der Zahl aller redaktionellen Ausgaben der Tagespresse ist gering: er lag 1985 bei 3,1% und der entsprechende Auflagenanteil sogar unter 0,8%; nur 5 von insgesamt 1 273 Ausgaben (d.s. 0,4%) erschienen zweimal, 21 (1,6%) dreimal, 3 (0,2%) viermal und 10 (0,8%) fünfmal wöchentlich. 1 143 Zeitungsausgaben (89,8%) erschienen sechsmal und weitere 91 (7,2%) siebenmal wöchentlich⁴⁾.

Erste Orientierung über die langfristige Entwicklung der Tagespresse bietet die Tabelle 4 mit Stichtagsdaten zur Anzahl der Verlagsbetriebe, Zeitungsausgaben, Vollredaktionen und Ein-Zeitungskreisen sowie zur Verkaufsauflage und zur Leserichte im Zeitraum von 1954 bis 1985. Wie diese Zahlen belegen, schwächten sich die langfristigen Trends zur Anzahlverringeringung von Verlagsbetrieben und zur Anzahlerhöhung von Ein-Zeitungskreisen in den siebziger Jahren beträchtlich ab. Bei den redaktionellen Tageszeitungsausgaben und den Vollredaktionen wurden darüber hinaus die Tiefpunkte der Anzahlentwicklung in den späteren siebziger Jahren überwunden. Die Verkaufsaufgaben steigerten sich von 1954 bis 1985 insgesamt um mehr als die Hälfte.

Gemessen an den oben bezeichneten Daten, hat sich das Konzentrationsgeschehen in der Tages-

³⁾ Die Anzahl der Zeitungsverlage in der Rechtsform der GmbH oder AG erhöhte sich von 1977 bis 1983 von 85 auf 110, die der Einzelunternehmen und Personengesellschaften sank von 224 auf 199.

⁴⁾ Vgl. Walter J. Schütz, Deutsche Tagespresse 1985. In: „Media Perspektiven“, H. 7/1985, S. 517, Tab. 13—14.

presse deutlich verlangsamt und ist partiell, nämlich im publizistischen Bereich, sogar in eine leichte Ausdehnung umgeschlagen. Zu dieser Entwicklung dürften nicht nur die von 1976 bis 1980 recht gute Zeitungskonjunktur, sondern maßgeblich auch strukturelle Verbesserungen der wettbewerblichen Positionen von Zeitungen auf ihren lokal/regionalen Märkten — infolge von Konzentrationsvorgängen — beigetragen haben (vgl. dazu Abschnitt D I 1.1.1 des Berichts).

Im einzelnen wird zu den Veränderungen bemerkt:

a) Verlagsbetriebe

Über den gesamten Beobachtungszeitraum von 1954 bis 1985 nahm die Zahl der Verlage (Verlagsbetriebe), die sich lt. Impressum als Tageszeitungsherausgeber bezeichnen, von 624 um annähernd zwei Fünftel (38,8%) auf 382 ab. Über 90 % der Bestandsabnahmen waren in den Betriebsgrößenklassen unter 10 000 Stück Verkaufsauflage zu verzeichnen. In jüngerer Zeit hat sich die Anzahlsverringering — zumindest im mittelfristigen Durchschnitt — deutlich verlangsamt: Der Vergleich von 1985 mit 1976, der letzten im Medienbericht 1978 herangezogenen Erhebung, ergibt eine Verringerung um 21 Einheiten gegenüber einer Abnahme um 114 in den Jahren von 1969 bis 1976. Mit Ausnahme der Straßenverkaufszeitung „Der Abend“ (Auflage über 50 000), die im Januar 1981 ihr Erscheinen einstellte, gaben die nach 1976 fortgefallenen Verlagsbetriebe nur Tageszeitungen heraus, deren Verkaufsauflage zuletzt unter 15 000 Stück lag.

Nach 1976 wurden zwei sog. alternative Tageszeitungen überregionaler Verbreitung mit großstädtischen Absatzschwerpunkten gegründet, „taz“ und „Die Neue“. Letztere hat ihr Erscheinen im Dezember 1981 eingestellt. Eine durch Gemeindenzusammenlegung vorgenommene Stadtgründung in Hessen gab die seltene Gelegenheit, eine neue lokale Tageszeitung (der Auf lagengrößenklasse zwischen 5 000 und 10 000 Stück) unter vergleichsweise günstigen Bedingungen auf den Markt zu bringen; wie berichtet wird, hat der Verlag dieses Blattes („Tagesanzeiger Maintal“) sich inzwischen durch Einräumung einer maßgeblichen Beteiligung an eine große Tageszeitung angelehnt⁵⁾.

Die Betriebsgrößenstruktur der Tagespresse änderte sich seit Vorlage des Medienberichts 1978 nicht wesentlich. Gegenüber 1954 steigerten bis 1985 als Gruppe nur die Betriebsgrößenklassen mit Verkaufsauflagen über 150 000 Stück ihren prozentualen Anteil an der insgesamt verkauf-

ten Auflage, wie Tabelle 5 näher belegt. An der gesamten Auflagesteigerung von rd. 7,6 Mio. Stück waren als Gruppe vor allem die Betriebsgrößenklassen über 150 000 Stück beteiligt; die meisten anderen Betriebsgrößenklassen, darunter alle unter 20 000 Stück, hatten Auflagenrückgänge hinzunehmen. Die oberste Größenklasse der Tageszeitungen mit Verkaufsauflagen über 250 000 erzielte allein einen Zuwachs von rd. 6,3 Mio. Stück, von dem 3,5 Mio. Stück einer überregionalen Straßenverkaufszeitung („Bild“) zuzurechnen sind. Zur Betriebsgrößenstruktur in den Jahren 1964, 1967, 1972 und 1976 wird auf den Medienbericht 1978 verwiesen⁶⁾.

b) Redaktionelle Ausgaben

Dazu rechnen alle Zeitungsausgaben, die sich durch Inhalt bzw. Titel voneinander unterscheiden. Nach einer kräftigen Verminderung, von 1 500 im Jahr 1954 auf 1 229 im Jahr 1976, hat sich in jüngerer Zeit ihre Zahl wieder erhöht, über 1 240 im Jahr 1979 auf 1 273 im Jahr 1985.

Zum wesentlichen Teil handelt es sich um die Ausgliederung von Ausgaben innerhalb bestehender Verbreitungsgebiete, etwa um die Verkleinerung zu großflächiger Lokalberichterstattungs räume von Bezirksausgaben mit dem Ziel stärkerer Lokalbezogenheit. Der Anzahlsanteil von Zeitungen hoher Erscheinenshäufigkeit erhöhte sich in den letzten Jahren stark und war wesentlich größer als 1954: 91 Zeitungsausgaben, d. s. 7,1 % der Gesamtzahl, erschienen 1985 — wie schon erwähnt — siebenmal wöchentlich, 1954 dagegen nur 6 Ausgaben (0,4%); ihr Auflagenanteil erreichte 1985 rd. 1,3 Mio. Stück oder 6,2 % der insgesamt verkauften Auflage⁷⁾. Die tagesaktuelle Berichterstattung der beiden überregional verbreiteten Sonntagszeitungen ist somit örtlich auch Zeitungswettbewerb ausgesetzt.

Bei den Straßenverkaufszeitungen verringerte sich die gegenüber 1954 (17 Ausgaben) stark gestiegene Ausgabenanzahl zuletzt wieder: von 42 im Jahr 1979 über 40 im Jahr 1981 auf 34 zu Anfang 1983. Die letzte Verringerung spiegelt die Straffung des räumlichen Zuschnitts der Ausgaben eines überregionalen Blattes („Bild“) wieder. Im I. Quartal 1985 war eine leicht erhöhte Anzahl von 35 Ausgaben zu verzeichnen.

c) Vollredaktionen

Als Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) gelten alle Redaktionen, die mindestens den allgemeinen politischen Teil der Zeitung, den sog. Zeitungsmantel, im wesentlichen selbst redigieren. Von 1954 bis 1978 verringerte sich ihre Anzahl von 225 auf 119. Seither war trotz Einstellung einer Straßenverkaufszeitung mit eigener Vollredaktion⁸⁾ („Der Abend“) ein leichter Anstieg auf 122 im Jahr 1979, 124 im Jahr 1981, 125 im Jahr 1983 und 126 im Jahr 1985 festzustellen.

⁵⁾ Zu Neugründungen in der Zeit vor 1977 vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 7; zur obigen Gründung nähere Angaben bei: Walter J. Schütz, Statistik zum Marktzutritt von Tageszeitungen in der Bundesrepublik Deutschland seit 1954; in: Gerd G. Kopper (Hrsg.), Marktzutritt bei Tageszeitungen zur Sicherung von Meinungsvielfalt durch Wettbewerb (Dortmunder Beiträge zur Zeitungsfor schung, Bd. 39), München 1984, S. 69 f.

⁶⁾ Drucksache 8/2264, S. 8 f.

⁷⁾ Vgl. Walter J. Schütz, Deutsche Tagespresse 1985, s. oben Anm. 4. Hier sind jedoch die Straßenverkaufszeitungen in die Bezugsbasis hineingenommen.

⁸⁾ Vgl. oben a).

Die Verteilung der Vollredaktionen auf die Auflagegrößenklassen änderte sich gegenüber 1976 stärker als die nur geringfügige Erhöhung der Gesamtzahl zunächst vermuten läßt — vor allem durch Umschichtung zwischen den Klassen 40 000 bis 60 000 und 60 000 bis 100 000 Stück Auflage zugunsten dieser und zu Lasten jener. Eine Gegenüberstellung der Größenklassenstrukturen in den Jahren 1954 und 1985 enthält Tabelle 5; die Strukturen in den Jahren 1964, 1967, 1972 und 1976 sind im Medienbericht 1978 wiedergegeben⁹⁾.

d) *Gemeinschaftsredaktionen / Redaktionsgemeinschaften*

Hauptgegenstand zwischenbetrieblicher redaktioneller Kooperation ist die redaktionelle Herstellung des „Zeitungsmantels“, d. h. der Seiten mit dem allgemeinen politischen Teil der Zeitung.

Nach den Erhebungsergebnissen der Bundespressestatistik redigierten im vierten Quartal 1983 von 309 erfaßten Abonnementtageszeitungen mit einer Erscheinenshäufigkeit von fünfmal wöchentlich oder mehr 108 (35,0%) ihren Zeitungsmantel vollständig und 20 (6,5%) teilweise in der eigenen Redaktion; 181 (58,6%) dieser Zeitungen waren an der redaktionellen Herstellung ihres Zeitungsmantels nicht beteiligt.

Alle sieben werktäglich erscheinenden deutschsprachigen Straßenverkaufszeitungen (vgl. Tabelle 6) redigierten ihren Zeitungsmantel selbst.

e) *Ein-Zeitungs-Kreise*

Der Anteil der Kreise und kreisfreien Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich über das örtliche Geschehen aus mindestens zwei Tageszeitungen unterrichten kann, ist von 1954 bis 1985 von 84,8% auf 52,1% gesunken. Die dafür ursächlichen Einstellungen bzw. Zusammenlegungen von Tageszeitungen (Tageszeitungsausgaben) sind, wie der Medienbericht 1978¹⁰⁾ näher begründet, meistens eine Folge des intramedialen Wettbewerbs auf lokal/regional abgegrenzten Märkten oder ein Ergebnis von Gebietsabgrenzungen benachbarter Verlage. Tabelle 4 belegt, daß seit dem letzten Medienbericht der Zuwachs an Ein-Zeitungs-Kreisen stark abnahm. In den Großstädten, hier den Städten mit mehr als 100 000 Einwohnern, hat sich in den letzten Jahren bei gestiegener Anzahl der Ein-Zeitungs-Großstädte (22) das Angebot an Zeitungsberichterstattung über das Lokalgeschehen gegenüber 1976 trotz Einstellung einer Straßenverkaufszeitung („Der Abend“), insgesamt genommen, etwas erhöht, mit anderen Worten gilt auch hier: die Anzahl der Zeitungsausgaben ist gestiegen, die der Wettbewerbsgebiete gesunken¹¹⁾.

1.1.2 *Sonntagszeitungen*

Die Verkaufsauflagen der zwei überregionalen Sonntagszeitungen („Bild am Sonntag“ und „Welt am Sonntag“) mit tagesaktueller Berichterstattung bewegten sich von 1977 bis 1984 innerhalb einer Schwankungsbreite von wenigen Prozent meist um eine Gesamtauflage von 2,8 Mio. Stück. Zu den Sonntagszeitungen gehören bedingt auch Sonderformen wie die 1979 im Raum Stuttgart eingeführte „Sonntag Aktuell“. Dieses Produkt ist für alle angeschlossenen Zeitungen einheitlich; es schließt die Nachrichtenlücke zum Sonntag, allerdings unter Verzicht auf lokale Differenzierung (vgl. Abschnitt D I 1.1.2 des Berichts). Im Zeitungsverband „Stuttgarter Zeitung“, „Stuttgarter Nachrichten“, „Die Rheinpfalz“ erreichte „Sonntag Aktuell“ im IV. Quartal 1984 eine Auflage von rund 850 000. Ähnlich konzipiert sind die Neugründungen „Weser-Report“ (7. Ausgabe von „Weserkurier“ und „Bremer Nachrichten“) und „Sonntagszeit“ (7. Ausgabe der HNA/Hessische/Niedersächsische Allgemeine).

1.1.3 *Redaktionelle Tageszeitungsbeilagen (Supplements)*

Als „Supplement“ werden in der Branche mehrseitige illustrierte Druckschriften mit redaktionellem Textteil bezeichnet, die Tageszeitungen (Trägerobjekten) in periodischen — meist wöchentlichen — Abständen beigelegt werden. Nach der Art des redaktionellen Textteils lassen sich zwei Hauptgruppen unterscheiden: eine ältere, deren redaktioneller Textteil im Kern aus einer Vorschau auf Programmsendungen des Rundfunks (Hörfunk und Fernsehen) besteht, sog. Programmsupplements, und eine jüngere, deren redaktionelle Beiträge keinen engeren Bezug zum Rundfunk besitzen und thematisch stärker variieren.

*Programmsupplements*¹²⁾

Die Ausrichtung des redaktionellen Textteils auf den Rundfunk und die wöchentliche Erscheinungsweise begünstigen zwischenbetriebliche Kooperationen. Mit Ausnahme der „BWZ“ (Bunte Wochenzeitung), die nur den Tageszeitungen der WAZ-Gruppe beigelegt wird, werden die drei anderen Programmsupplements je über eine größere Anzahl von Tageszeitungen verbreitet, die überwiegend voneinander wirtschaftlich unabhängig sind. Seit dem Medienbericht 1978 ist die Verkaufsauflage aller vier Programmsupplements von 6,8 Mio. (III/77) auf 7,5 Mio. (IV/84) gewachsen. Der Anteil ihrer Trägerobjekte an der Verkaufsauflage der regionalen Abonnementtageszeitungen beträgt etwas mehr als die Hälfte. Zur Entwicklung der einzelnen Programmsupplements siehe Tabelle 9.

*Sonstige Supplements*¹³⁾

Im Bereich der Tagespresse erscheint seit 1980 als wöchentliches Supplement mit einer Auflage von über 350 000 das „Frankfurter Allgemeine Magazin“

⁹⁾ Drucksache 8/2264, S. 12 f.

¹⁰⁾ Drucksache 8/2264, S. 14, 50 ff.

¹¹⁾ Vgl. Tabelle 7 mit Tabelle B 10 im Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 18; zur langfristigen Entwicklung vgl. Tabelle 8.

¹²⁾ Zur Entstehung dieser Tageszeitungsbeilagen vgl. Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 18 f. mit Literaturhinweisen.

¹³⁾ Vgl. hierzu ZAW-Jahrbücher „Werbung '82“ und „Werbung '84“, S. 113–117 bzw. S. 124 f.; Arbeitsgruppe

Tabelle 9

Titel	Auflage in Mio. Exemplaren	
„rtv“	2,1	2,2
„prisma“	1,8	1,9
„IWZ“	1,6	2,0
„BWZ“	<u>1,3</u>	<u>1,3</u>
	6,8	7,5 ¹⁾

Quelle: IVW IV/1984 sowie Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 19, Tab. B 11.

¹⁾ Rundungsdifferenz

der (überregional verbreiteten) „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Das kurz zuvor in Kooperation von „Welt“, „Handelsblatt“ und Züricher „Weltwoche“ unter dem Titel „Plus“ auf den Markt gebrachte Supplement dieser gleichfalls überregional verbreiteten Organe wurde im Juli 1981 — wohl aus Gründen der Anzeigenkonjunktur — von den deutschen Verlagen aufgegeben und seither nur noch von dem Züricher Blatt unter dem ursprünglichen Titel „Weltwoche-Magazin“ fortgeführt. Seither erscheinen als Supplement aufgemachte Beilagen zur „Welt“ nur in unregelmäßigen Abständen; sie werden jeweils anzeigenerheblichen Sonderthemen gewidmet.

Vorläufer dieser — gehobene Unterhaltung bietenden — sog. Kultursupplements sind Magazinsupplements führender amerikanischer Zeitungen und (seit den sechziger Jahren) insbesondere das „magazine“ der Londoner „Sunday Times“, dem in Deutschland 1970 das „Zeit magazin“ der „Zeit“ folgte.

Von der regionalen/lokalen Tagespresse wurden außer Programmsupplements auch sog. Freizeitsupplements, Gartenbausupplements sowie auf das eigene Verbreitungsgebiet ausgerichtete Beilagen periodisch verbreitet. Auf elf bzw. acht unabhängige Trägerobjekte mit Gesamtauflagen von 500 000 und 150 000 stützte sich die wöchentliche Verbreitung des Freizeitsupplements „Reise und Erholung“ und des Gartenbausupplements „Die Scholle“. Seit Herbst 1984 wird mit „Reise“ das größte Supplement dieser Art über die Zeitungen der WAZ-Gruppe (1,3 Mio. Auflage) verbreitet.

1.2 Zeitschriften

Die publizistischen Aufgaben des Zeitschriftenwesens reichen vom großperiodischen Informationstransfer für Kleingruppen bis an die Grenze der tagesbezogenen Massenkommunikation. Diesem breiten Funktionsspektrum entspricht eine große Vielfalt verlagswirtschaftlicher Organisationsfor-

men. Die amtliche Pressestatistik erfaßt nur Periodika, die gewerblich von Unternehmen verlegt werden; im Selbstverlag anderer Organisationen (Vereine, Verbände, Parteien, Gebietskörperschaften usw.) erscheinende Zeitschriften, und das sind mindestens einige tausend, gehen nicht in ihre Erhebungen ein¹⁴⁾.

Zum 31. Dezember 1983 weist die Pressestatistik des Bundes 6 702 Zeitschriften nach mit einer verbreiteten Auflage pro Erscheinungstag von insgesamt 260,2 Mio. Stück, darunter 12,9 Mio. (5%) Auslandsauflage. 106,5 Mio. (40,9%) der verbreiteten Auflage wurden unentgeltlich abgegeben, darunter 37,1 Mio. Kundenzeitschriften und 40,1 Mio. Anzeigenblätter. Eine Untergliederung der Auflagen und Titelanzahlen nach Zeitschriftenarten für die Jahre 1976, 1978 und 1980 sowie für 1981 bis 1983 bieten die Tabellen 10 und 11. Der dort im Vergleich mit den Jahren der ersten Erhebungen sichtbar werdende Anstieg der Bestände, vor allem der Zuwachs gegenüber 1976, ist in manchen Sparten durch die Verbesserung der statistischen Erfassung insbesondere von kleineren Zeitschriftenverlagen erheblich beeinflusst. Zu beachten ist auch, daß die Zeitschriften der Verbände (1983: Auflage 52,6 Mio.) seit 1981 den jeweiligen Zeitschriftenarten (vor allem der nichtwissenschaftlichen Fachzeitschriften) zugerechnet sind. Deshalb wurden die in den Tabellen 10 und 11 wiedergegebenen Erhebungsergebnisse getrennt dargestellt.

Branchenübergreifende Tätigkeitsbereiche finden sich bei den Verlagen, die primär dem Zeitschriftenwesen zuzurechnen sind, nicht so häufig wie bei den Unternehmen, die ihren Hauptumsatz mit Zeitungen erzielen. 64,5% der 1983 von der Pressestatistik erfaßten 6 702 Zeitschriften, nämlich 4 322 Titel, erschienen in Verlagen, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt im Zeitschriftensektor lag. Unter diesen insgesamt 1 443 Verlagen waren 60%, 861 Unternehmen¹⁵⁾ mit 2 290 Titeln, ausschließlich als Zeitschriftenverlag tätig gegenüber nur 29% reinen Zeitungsunternehmen. 1 329 Zeitschriften, 19,8% der Gesamtzahl, erschienen in Verlagen mit Umsatzschwerpunkt im sog. herstellenden Buchhandel. Von Zeitungsunternehmen wurden 348 Zeitschriftentitel (5,2%) verlegt und weitere 703 (10,5%) von Unternehmen, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt außerhalb des Verlagsgewerbes, vorwiegend im Druckereisektor, lag.

Gemessen an der verbreiteten Auflage pro Erscheinungstag waren wöchentliche (37,0%) und monatliche (32,2%) Erscheinensintervalle am häufigsten

¹⁴⁾ Zum Postzeitungsdienst waren am 1. Januar 1984 z. B. 2 407 Vereins- und Verbandsblätter zugelassen. Zu den Ursachen der Abweichungen gegenüber anderen Zählungen vgl. im Abschnitt D I des Berichts die Ausführungen unter den Ziffern 1.2, 1.2.2, 1.2.4. Der verlagswirtschaftlich bedeutsame Teil des Pressewesens wird jedoch von der Pressestatistik voll erfaßt.

¹⁵⁾ Unternehmen im Sinne der Pressestatistik, d. h. zwar rechtlich, aber nicht unbedingt auch wirtschaftlich selbständige (kleinste) Einheiten, die aus handels- oder steuerrechtlichen Gründen Bücher führen.

Kommunikationsforschung München (AKM), Jahrbuch zur Medienstatistik und Kommunikationspolitik 1982/83, Berlin 1985, S. 39—41, und Claus Harndorf, Belegtes und Überlegtes zu den Auswirkungen der neuen überregionalen Magazine auf dem Anzeigenmarkt. In: „ZV + ZV“, H. 14—15/1980, S. 464—468.

(vgl. Tabelle 12). Nach der Titellanzahl überwogen die monatlich erscheinenden Zeitschriften (34,2%); die wöchentlichen Zeitschriften erreichten nur 29,6% und die vierteljährlich sowie die sechs- bis achtmal jährlich herauskommenden nur 13,6 bzw. 12,9% Titelanteil.

Die Verbreitung am Jahresende 1983 wurde für 4 013 Titel (59,9%) als überregional und für 2 689 (40,1%) als lokal/regional angegeben.

Die Beschäftigtenanzahl der Unternehmen mit Umsatzschwerpunkt im Zeitschriftengeschäft änderte sich nach einem bis einschließlich 1981 währenden Anstieg mit Ausnahme der (statistisch erfaßten) Zusteller nur noch geringfügig. Allerdings wurde die pressestatistische Trendwiedergabe (vgl. Tabelle 13) für den Zeitraum vor 1980, wie erneut betont sei, durch zunehmende Erfassungsgrade stärker mitgeprägt. Der Prozentsatz der Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtzahl der Beschäftigten im festen Arbeitsverhältnis stieg von 25% (1978) auf 41% (1983) — vor allem weil sich die Zustelleranzahl erhöhte. Nicht in der Zeitschriftenzustellung tätige Teilzeitkräfte wurden zu überdurchschnittlichen Anteilen von kleinen Verlagen beschäftigt. Trotz erheblicher konjunktureller Schwankungen ist die Zahl der Redakteure ziemlich stetig gestiegen (zum übereinstimmenden Trend bei den Zeitungsverlagen vgl. oben Ziff. 1.1). Der Bestand an technischem Personal wuchs bis einschl. 1981, verringerte sich aber 1982 um fast 8% und stieg 1983 wieder leicht (+1,7%) an.

Die pressestatistisch erfaßten Umsätze der Zeitschriftenverlage in den Jahren von 1976 bis 1983 sind der Tabelle 14 zu entnehmen. Die dort wiedergegebenen spartenübergreifenden Umsätze lassen nur geringere Schwankungen des Verhältnisses von Vertriebs- und Anzeigenerlösen erkennen; auch blieb der Umsatzanteil des Nichtzeitschriftenbereiches annähernd konstant. Zur Umsatzentwicklung in den einzelnen Zeitschriftenparten, die zum Teil vergleichsweise deutliche Änderungen der Umsatzrelation von Vertriebs- und Anzeigengeschäften brachte, wird auf die Tabellen 15 und 16 verwiesen.

Die Betriebsgrößenstruktur der Zeitschriftenpresse erfuhr in den letzten Jahren keine tiefgreifenden Änderungen. Sie ist weiterhin geprägt durch eine relativ hohe Anzahl von Verlagen niedriger Beschäftigtenzahl bzw. Umsatzhöhe und einem hohen Umsatzanteil der wenigen Verlage in der obersten Größensklasse. 1983 beschäftigten 1 072 (74%) der erfaßten 1 443 Zeitschriftenverlage weniger als je zwanzig Personen; sie erzielten zusammen 13% des Gesamtumsatzes. Die 16 Verlage (1,1%) mit je mehr als 499 Beschäftigten erzielten in dieser Zeit einen Umsatzanteil von 44%. Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf die Pressestatistik verwiesen. Die Betriebsgrößenunterschiede sind von Eigenheiten der einzelnen Zeitschriftenmärkte wesentlich mitbestimmt. Deshalb läßt sich von der Betriebsgröße nicht unmittelbar auf die Marktstellung des Verlags schließen.

1.2.1 Politische Wochenblätter und wöchentlich erscheinende politische Magazine überregionaler Verbreitung

Von den in der Pressestatistik 1983 ausgewiesenen 113 politischen Wochenblättern wurden nur acht (7,1%) überregional verbreitet; doch betrug der Anteil dieser acht Zeitschriften an der im IV. Quartal verkauften Auflage von insgesamt 1,66 Mio. Stück 1,19 Mio. oder 72% und der Anteil am Gesamtumsatz dieser 113 Zeitschriften von 367 Mio. DM mit 311 Mio. DM sogar 85%. Nur eines dieser überregionalen Periodika hatte keine verlagseigene Redaktion. Gegenüber dem Jahr 1978¹⁶⁾ mit zwölf überregionalen Blättern und 1,31 Mio. überregionaler Verkaufsauflage zeigt sich ein Rückgang in der Titel- und der Auflagenzahl, der durch unterschiedliche Selbsteinordnung der meldenden Verlage bzw. durch ungleiche Erfassungsgrade der einzelnen Erhebungen beeinflußt sein kann, aber z. B. auch die Fusion „Rheinischer Merkur“/„Christ und Welt“ (1979) spiegelt. Die Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW) sind wegen möglicher Zuordnungsunterschiede nur bedingt vergleichbar. Klammert man verbandsgestützte Wirtschaftsblätter (die größtenteils an Mitglieder verbreitet werden) aus, so gab es im IV. Quartal 1983 (wie auch 1984) lt. IVW nur vier überregionale Wochenblätter mit Verkaufsauflagen oberhalb 100 000 Stück, darunter eines mit mehr als 400 000, alle übrigen deutlich unter 200 000.

„Der Spiegel“, weiterhin das alleinige Wochenmagazin überregionaler Verbreitung, hatte gegenüber 1977, dem letzten noch im vorigen Medienbericht berücksichtigten Jahr, eine Verringerung seiner Verkaufsauflage um fast 4,7% auf rund 901 000 Stück (IV/1984) hinzunehmen.

1.2.2 Anzeigenblätter

Langfristige Periodenvergleiche sind bei den Anzeigenblättern in besonderem Maße durch unterschiedliche Erfassungsgrade der jährlichen Erhebungen beeinträchtigt. Eine Gegenüberstellung der Ergebnisse aus den letzten vier Erhebungen vermittelt folgendes Bild der jüngeren Entwicklung:

Tabelle 17

	Anzahl der		Auflage des IV. Quartals in Mio. Stück	Umsatz in Mio. DM
	Anzeigenblätter	Ausgaben		
1980	606	1 017	36,30	587,44
1981	650	1 067	39,59	660,24
1982	654	1 066	38,92	692,48
1983	669	1 102	40,09	818,46

Quelle: Pressestatistik

¹⁶⁾ Die Pressestatistik 1976 trennt noch nicht zwischen überregionaler und regionaler/lokaler Verbreitung der politischen Wochenblätter.

Die redaktionellen Leistungen der Anzeigenblätter unterscheiden sich von Titel zu Titel noch stärker als in der Tagespresse, erreichen jedoch deren wochendurchschnittlichen Umfang bei weitem nicht. Nach vorliegenden Untersuchungen beschränken sich viele dieser Blätter größtenteils auf einen „Verlautbarungs- oder Waschzettel-Journalismus“. Daneben gibt es Blätter von lokalpublizistischem Ehrgeiz. Ob sich die eigene Lokalberichterstattung bei zeitungsfreien Anzeigenblättern in der Regel besser entfalten kann, war statistisch nicht hinlänglich zu belegen¹⁷⁾.

1.2.3 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug

Im Sektor der Zeitschriften allgemeinen Inhalts mit lokaler Verbreitung lassen sich Entwicklungstendenzen statistisch nur unzureichend nachweisen. Das ist einmal darauf zurückzuführen, daß sich die Grundgesamtheit nicht leicht abgrenzen läßt, daher nur schwer zu erfassen und die Fluktuation groß ist. Die weitaus meisten Titel werden nicht von verlagswirtschaftlichen Unternehmen publiziert und unterliegen deshalb auch nicht der amtlichen Pressestatistik. Bestandszahlen können deshalb nur Näherungswerte sein und beruhen zum Teil auf Schätzungen.

Als wichtigste Typen lokaler Publizistik sind zu nennen:

1. „Amtsblätter“¹⁸⁾ der Gemeinden und Gemeindeverbände; diese werden — meist kostenlos — allen Haushalten in ihrem lokalen Einzugsbereich zugestellt und von der Gemeindeverwaltung herausgegeben. In ihnen können neben den amtlichen Bekanntmachungen auch redaktionelle Beiträge aus dem Gemeindebereich sowie lokale Anzeigen enthalten sein.
2. „Gemeindeblätter“ unterscheiden sich von Amtsblättern vor allem dadurch, daß die Gemeinde selbst nur indirekt an der Herausgabe beteiligt ist, vielmehr in ihrem Auftrag ein Privatunternehmen das Gemeindeblatt verlegt. Der Inhalt wird wesentlich, wie bei „Amtsblättern“, durch den „Amtlichen Teil“ bestimmt, doch sind der übrige Text und der Anzeigenteil meist stärker entwickelt.
3. „Lokale Anzeiger / lokale Wochenblätter“ sind Verlagszeugnisse, die — da sie im Einzelverkauf oder Abonnement vertrieben werden — einen lokalbezogenen umfangreichen und nicht thematisch begrenzten redaktionellen Teil und

einen entsprechenden Anzeigenteil anbieten. Amtliche Bekanntmachungen treten hier weitgehend zurück und sind entweder in den Text- oder in den Anzeigenteil integriert.

4. Mit „Sublokalen Blättern“ wird von einzelnen Bürgern oder Gruppen versucht, auf örtlicher Ebene Kommunikation für einzelne Teile einer Gemeinde (Stadtviertel, Vororte, Trabantenstädte) oder zu spezifischen Themen (bestimmt von den Interessen konfessioneller Gruppen, politischer Parteien, Sport- und sonstiger Freizeitvereinigungen, Jugendgruppen usw.) zu vermitteln. Die Einzelstücke der fast nur im Selbstverlag verbreiteten Blätter werden den Lesern meist unentgeltlich überlassen; Anzeigenerlöse spielen nur in Ausnahmefällen eine Rolle.
5. „Alternative“ Blätter auf lokaler Ebene lassen sich typologisch den unter 3. und 4. genannten örtlichen Zeitschriften zuordnen, unterscheiden sich von ihnen aber vor allem durch den selbstgestellten Anspruch, sich nicht der „etablierten Presse“ zurechnen zu lassen und Bindungen nur an „Basisgruppen“ wie Bürgerinitiativen und Selbsthilfegruppen, nicht aber an politische Gruppierungen als zulässig anzusehen. Die Spannweite reicht auf der einen Seite mit anzeigenbetonten Stadtmagazinen in den kommerziellen Sektor lokaler Publizistik, auf der anderen Seite mit unperiodischen Flugschriften über aktuelle Ereignisse bis zu Einfachstformen der Veröffentlichung.

In welchem Maße von den hier genannten Typen lokaler Kommunikation Einflüsse auf den Bereich lokaler tagesaktueller Publizistik durch Zeitungen ausgehen und deren etwaige Informationsdefizite ausgleichen, muß mangels zureichender wissenschaftlicher Untersuchungen offen bleiben. Zwar liegt die Zahl der lokal angebotenen Titel um ein Vielfaches über der der lokalen Tageszeitungen; diese übertreffen durch ihre Periodizität, das tägliche Erscheinen, und durch ihren Umfang das redaktionelle Angebot der im Regelfall nur einmal wöchentlich erscheinenden lokalen Zeitschriften.

Die pressestatistisch aufgenommenen politischen Wochenblätter lokaler/regionaler Verbreitung sind den eingangs unter den Ziffern 1 bis 3 beschriebenen Typen lokaler Publizistik (deren Bezeichnung nicht mit den in der Statistik benutzten Begriffen übereinstimmt) zuzurechnen. Ihre Anzahl verringerte sich von 1978 bis 1983 um acht auf 105, und die verbreitete Auflage schrumpfte prozentual noch weitaus stärker um 39% oder 361 000 Stück auf 560 000 Stück. Mehr als drei Viertel (280 000 Stück) des Schwundes reduzierte die unentgeltlich abgegebene Auflage; die Verkaufsaufgabe sank dagegen nur um 15 %, d. h. um 81 000 Stück, auf 469 000 Exemplare. Gleichwohl stieg der Umsatz noch etwas an, von 49,1 Mio. DM auf 55,9 Mio. DM — und zwar trotz gleichfalls abschmelzender Anzeigenseitenzahl (–15%) — absolut gesehen stärker im Anzeigen- als im Vertriebsgeschäft. Die Anzahl der Blätter mit verlagseigener Redaktion ging von 104 auf 99 zurück.

¹⁷⁾ Vgl. insbesondere Lothar W. Thierauf/Monika Lerch-Stumpf, Inwieweit können Anzeigenblätter das publizistische Angebot von Tageszeitungen ergänzen und damit zur Meinungsvielfalt im Pressewesen beitragen? Gutachten der Gesellschaft für Grundlagentforschung im Auftrag des Bundesministers des Innern, München 1983, 2 Bände (122 und 336 Seiten plus Anlagen), unveröffentlicht.

¹⁸⁾ Davon sind zu unterscheiden „Amtliche Blätter“ der Behörden oberhalb der Verwaltungsebene der Gemeinde.

Die amtlichen Blätter wurden größtenteils lokal/regional verbreitet (1983: 1 044 von 1 064 Titeln). Die Pressestatistik trennt hier jedoch zwischen Blättern überregionaler und kleinräumiger Verbreitung nur hinsichtlich der Titelzahl. Diese entwickelte sich — wohl auch unter dem Einfluß verbesserter Erfassungsgrade der Erhebungen — bei den Blättern lokaler/regionaler Verbreitung wie folgt:

1978:	432
1980:	885
1981:	968
1982:	1 031
1983:	1 044

(Die Anzahlentwicklung bei den überregional verbreiteten Titeln verlief weitaus langsamer: von 1978 bis 1983 ergab sich eine Verringerung von 21 auf 20.) Die Titelanzahl der lokalen amtlichen Blätter wird auf etwa 3 000 geschätzt; demnach erscheint davon nur ein Drittel in gewerblich betriebenen Verlagen.

Die Zahl der „kostenlos verteilten kommunalen Amtsblätter“ betrug Ende 1983 laut Pressestatistik 53 mit einer Gesamtauflage von 363 000 und einem Umsatz von 10,9 Mio. DM.

Der nicht von gewerblichen Unternehmen verlegte Teil der Lokalblätter mit lokalpolitischem Bezug (z. B. Periodika für lokale Subregionen — wie Stadtviertel, Vororte, Trabantenstädte — einschl. sog. Bürgerblätter) ist aus den bereits genannten Gründen statistisch weitgehend unerfaßt; repräsentative Erhebungsergebnisse über Anzahl, Auflagen und Umsätze liegen der Bundesregierung nicht vor. Die im Auftrag der Bundesregierung in den Jahren 1980 und 1981 über derartige Medien erstatteten Gutachten¹⁹⁾ legen das Schwergewicht der Darstellung auf die Typisierung und die Verdeutlichung der kommunikativen Rolle; sie können pressewirtschaftliche Gesichtspunkte nur in den engen Grenzen der jeweils zugänglichen Datenbasen ansprechen. Von

¹⁹⁾ Hans Bohrmann/Otfried Jarren/Peter Leudts/Hermann Reuke, Ergänzungen des publizistischen Angebots von Tageszeitungen durch Wochenblätter, Gutachten für den Bundesminister des Innern, Dezember 1980 (236 S., unveröffentlicht); Petra E. Dorsch, Neue Medien im sublokalen Kommunikationsraum — Die sog. Alternativpresse im sozialen Umfeld — Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Oktober 1981 (228 S. und 71 S. Anhang — unveröffentlicht. Eine Ergebnisübersicht jedoch im Aufsatz dieser Autorin: Die Alternativzeitungen — ihr Markt und ihre Macher; in: „Media Perspektiven“, H. 10/1982, S. 660—667). Vgl. auch Wolfgang Beywl/Hartmut Brombach, Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse; in: „Publizistik“ 27. Jg. 1981, H. 4, S. 551—569, sowie Wolfgang Beywl, Lokale Alternativpresse — Eine erste Bestandsaufnahme; in: „Media Perspektiven“, H. 3/1982, S. 184—190; Otfried Jarren, Kommunale Kommunikation, München 1984, Beiträge zur Kommunalwissenschaft Bd. 14 (XII/390 S.); ferner: Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit (Hrsg.-Geschäftszeichen 211-2007), Zur alternativen Kultur in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1981, sowie Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264 mit weiteren Hinweisen auf S. 23 (Anm. 15).

einer Ergänzung der — die Größenordnungen kennzeichnenden — Zahlenangaben im Bericht (Abschnitt D I 1.2.2) wird deshalb abgesehen.

1.2.4 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Langfristige Periodenvergleiche der Ergebnisse aus den pressestatistischen Erhebungen bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften werden durch die seit 1981 vorgenommene Einrechnung der Verbandszeitschriften (vgl. oben Ziff. 1.2) vor allem in den Sparten „Motor, Freizeit, Reise, Hobby“, „Politik, Kultur, Populärwissenschaft“ und „Jugendzeitschriften“ erheblich beeinflusst. Das Ausmaß dieses Faktors läßt sich durch Vergleich der relativ stetigen Entwicklung bei den Auflagen aus Einzelverkauf mit den von 1980 auf 1981 bei den Abonnementsauflagen zu beobachtenden Sprüngen abschätzen. Es empfahl sich deshalb, die Zeiträume 1976 bis 1980 sowie 1981 bis 1983 in den Tabellen 18 und 19 je gesondert darzustellen.

Gemessen an der Entwicklung der Einzelverkaufsauflagen stiegen von 1978 bis 1983 die Sparten „Politik, Kultur, Populärwissenschaft“ (+23%), „Frauen, Familie, Mode, Wohnen“ (+21%), „Romane, Rätsel, Comics“ (+20%), „Motor, Reise, Freizeit, Hobby“ (+13%) sowie „Illustrierte, Magazine, Rundfunkprogrammzeitschriften, allgemeine Unterhaltung“ (+12%) am meisten an. Auf die Sparten „Frauen...“ und „Illustrierte...“ entfielen 1983 mit 24% und 36% wie schon bisher die höchsten Anteile an der insgesamt verkauften Auflage.

Die unterhaltenden Publikumszeitschriften werden in den Erhebungen des Statistischen Bundesamtes und der IVW unterschiedlich abgegrenzt. Wie sich die Auflagenentwicklung dieses Pressesektors nach dem Erhebungsschema der IVW darstellt, ist der Tabelle 20 zu entnehmen.

Die Erscheinungsweise der unterhaltenden Publikumszeitschriften ist in ihrem Gesamtbild weiterhin dadurch gekennzeichnet, daß die monatlich erscheinenden Objekte (1983: 573 von 1 348) mit 43% den höchsten Anteil an der Titelanzahl, die wöchentlich herauskommenden Zeitschriften dagegen mit 44%, d. h. mit 44,1 Mio. von 99,4 Mio. Stück, den höchsten Anteil an der Verkaufsauflage erreichen. Hinsichtlich weiterer Einzelheiten wird auf die Pressestatistik verwiesen.

Die unterhaltenden Publikumszeitschriften stützten sich 1983 in der Regel, in fast drei von vier Fällen, auf verlagseigene Redaktionen. Der Anteil der Titel mit einer derartigen verlagseigenen Einrichtung sank annähernd mit der Erscheinenshäufigkeit: er lag bei monatlich oder öfter erscheinenden Objekten oberhalb 75% und bei den in größeren Abständen herauskommenden Periodika zwischen rd. 59 und 63%. Da insbesondere verbandsgebundene Zeitschriften nicht selten von verlagsunabhängigen Redaktionen betreut werden, deren fachliche Kompetenz außer Zweifel steht, wäre es unzulässig, von diesen Prozentsätzen auf die Durchschnittsqualität zu schließen.

Bei der technischen Herstellung stützten sich die wöchentlich oder häufiger erscheinenden unterhaltenden Publikumszeitschriften öfter als die anderen auf verlagseigene Druckereien. Weil die Pressestatistik alle rechtlich selbständigen Unternehmen unabhängig von den Eigentumsverhältnissen wie Fremdbetriebe behandelt, dürfte der Gesamtdurchschnittliche Titelanteil von rd. 80%, der 1983 beim Druck auf Fremdleistungen angewiesen war, ungünstiger sein als den tatsächlichen wirtschaftlichen Gegebenheiten entsprach.

Der Anteil der Anzeigenseiten am Seitenumfang der unterhaltenden Publikumszeitschriften betrug in den Jahren 1978 und 1980 14,5 und 15,1%; 1981 erreichte er 15,2%, blieb 1982 auf dieser Höhe und stieg 1983 auf 15,6% an. Hinter diesen Gesamtdurchschnitt (aus den Seitenzahlen der sog. Jahresstücke) verbirgt sich eine große Spannweite der Einzelfälle.

Die Bedeutung der Postzustellung für den Vertrieb der abonnierten Publikumszeitschriften trat nach Einbeziehung der Verbandszeitschriften stärker hervor. 1978 wurden 64%, 1980 rd. 68%, 1981 und 1982 aber je 78% und 1983 gut 79% der Abonnementsauflage mit Hilfe der Post zugestellt.

Rund 5,3% der verbreiteten Auflage der unterhaltenden Publikumszeitschriften wurden im IV. Quartal 1983 unentgeltlich abgegeben. Die höchsten prozentualen Anteile an Gratisexemplaren hatten die Sparten „Illustrierte, Magazine usw.“ (9,6%), „Politik, Kultur, Populärwissenschaft“ (9,4%) und „Jugendzeitschriften“ (8,1%).

1.2.5 Fachzeitschriften

Zum 31. Dezember 1983 erfaßt die Pressestatistik 2 862 Fachzeitschriften mit einer Verkaufsauflage pro Nummer von 40,06 Mio. Stück, darunter 1 254 Zeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts mit 5,50 Mio. Verkaufsauflage, die in den Tabellen 21 und 22 weiter untergliedert sind. Die Gruppierung der anderen Fachzeitschriften nach Sachbereichen ist den Tabellen 23 und 24 zu entnehmen. Da seit 1981 die Verbandszeitschriften den einzelnen Sparten zugeordnet sind, wurden die Daten für die Zeiträume bis und ab 1981 je gesondert dargestellt.

Über die Erscheinungsweise unterrichtet Tabelle 25.

Der Anteil der Periodika mit verlagseigenen Redaktionen erhöhte sich mit der Erscheinenshäufigkeit. Er war bei den wissenschaftlichen Zeitschriften (Gruppendurchschnitt 1983: 42,7%) regelmäßig niedriger als bei den anderen Fachzeitschriften (73,6%).

Die technische Herstellung der Fachzeitschrift oblag meistens verlagsfremden Betrieben (zu denen die Pressestatistik allerdings auch rechtlich selbständige Betriebe zählt, die sich im Eigentum des Verlages befinden). Nur 119 wissenschaftliche Zeitschriften (9,5%) und 329 andere Fachzeitschriften (20,5%) wurden 1983 vollständig im Verlagsbetrieb gedruckt.

In den gruppendurchschnittlichen Jahrgangsumfängen unterschieden sich 1983 die wissenschaftlichen Zeitschriften mit 952 Seiten deutlich von den anderen Fachzeitschriften mit 1 121 Seiten.

Die verbreitete Auflage je Objekt, die Anzahl der verkauften und der unentgeltlich abgegebenen Exemplare, war bei fast jedem zweiten wissenschaftlichen Titel (47,9%) niedriger als 1 500; der Gesamtdurchschnitt der verkauften Titelaufgabe betrug rund 4 400 Stück. Die unentgeltlich abgegebenen Exemplare erreichten höhere Anteile an der verbreiteten Auflage bei den Zeitschriften der Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaft (67%), der Medizin (53%) und der Ingenieurwissenschaften (33%).

Die je Titel verkauften Auflagen der nichtwissenschaftlichen Fachzeitschriften betragen im Durchschnitt fast das Fünffache der der wissenschaftlichen (vgl. Tabellen 22 und 24). Die prozentual höchsten Auflagenanteile für unentgeltlich abgegebene Exemplare waren 1983 bei den Zeitschriften für Industrie und Handwerk (34%) sowie für Handel und Dienstleistungen (24%) zu verzeichnen.

Die Auflagegrößenklassenzusammensetzung der wissenschaftlichen und der anderen Fachzeitschriften, je als Gruppe genommen, ist in der Tabelle 26 wiedergegeben.

Über 96% der Verkaufsauflage der Fachzeitschriften wurde 1983 im Abonnement vertrieben. Die abonnierten Exemplare wurden bei den wissenschaftlichen zu 97,8% und bei den anderen Fachzeitschriften zu 92,6% mit Hilfe der Post zugestellt.

2 Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten, Umsätze und Preise in einzelnen Bereichen der periodischen Presse

2.1 Zeitungen

Das amtliche Zahlenmaterial über Betriebsergebnisse in der Zeitungspressen stammt ausschließlich aus der Kostenstrukturstatistik, die auf der Grundlage freiwilliger Beteiligung erhoben wird. Für den Bereich der periodischen Presse ist seit 1976 der vorher vierjährige Erhebungsrhythmus auf zwei Jahre verkürzt.

Die nach dem Pressestatistikgesetz des Bundes bei Unternehmen, die Zeitungen oder Zeitschriften verlegen, jährlich vorzunehmenden Erhebungen erreichen zwar, gestützt auf eine gesetzliche Auskunftspflicht, eine fast vollständige Beteiligung, erstrecken sich aber nicht auf Unternehmensgewinne und Betriebsergebnisse. Sie erfassen die Umsätze der gewerblich verlegten periodischen Presse vollständig, deren Kosten dagegen lediglich in Auswahl. Zur Entwicklung der Gesamtumsätze der Zeitungsverlage wird auf den Berichtsteil, Abschnitt D I 1.1.1 sowie auf Tabelle 3 dieses Abschnitts der Materialien verwiesen.

2.1.1 Langfristige Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementtagespresse

Über die Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementtagespresse zwischen den Jahren 1954 und 1979 vermittelt ein inzwischen eingestellter privater Zeitungsbetriebsvergleich Anhaltspunkte. Die veröffentlichten Durchschnitte aus den Betriebsabrechnungsergebnissen der jeweils verglichenen Abonnementtageszeitungen, deren meist um 50 schwankende Gesamtzahl etwa einem Sechstel aller Hauptausgaben entsprach, sind in den Tabellen 27 und 28 wiedergegeben; sie sind aus einzelbetrieblichen Daten gewonnen, die in manchen Bereichen von Zeitung zu Zeitung stark streuen können²⁰). Schon deshalb wäre es unzulässig, sie undifferenziert auf jede Abonnementtageszeitung anzuwenden. Außerdem ebnet diese aus der Gesamterhebung gebildeten Durchschnitte erhebliche Unterschiede zwischen gruppendurchschnittlichen (unveröffentlichten) Aufwands- und Ertragsdaten der einzelnen Auflagenklassen ein. Dennoch und trotz der nicht sehr großen Basis des Vergleiches sind selbst dessen Gesamtdurchschnitte für die Einschätzung langfristiger Grundtrends der Aufwands-, Ertrags- und Ergebnisentwicklung in der Tagesabonnementpresse von Nutzen.

Die sich nach diesen Zahlen für den Zeitraum von 1954 bis 1976 ergebende Entwicklung ist im Medienbericht 1978 kommentiert²¹). Zur Periode 1977 bis 1979 ist anzumerken, daß sich in den letzten Jahren des Betriebsvergleiches dessen Teilnehmerkreis stärker als in den Vorjahren änderte und die Angaben für 1979 auf Schätzungen (Extrapolationen) beruhen. Die Tabellen spiegeln mehr als ein Vierteljahrhundert zeitungswirtschaftlicher Entwicklung, einen Abschnitt, der den Beginn des Übergangs zu neuen Vervielfältigungstechniken noch einschließt.

Wie sich der Wandel der Kostenstruktur und der Betriebsergebnisse in den Jahren von 1976 bis 1982 nach Ergebnissen der amtlichen Kostenstrukturstatistik darstellt, ist im einzelnen der Tabelle 29 zu entnehmen. Dazu folgende Hinweise:

Zwischen der prozentualen Höhe, insbesondere der Kostenanteile für Personal, für Honorare und Vergütungen sowie für Fremdleistungen bei der technischen Herstellung und bei der Zustellung bestehen Wechselbeziehungen, die zu beachten sind, wenn etwa diese Zahlen dazu benutzt werden, Anhaltspunkte über den Zusammenhang zwischen der Größenklasse der Unternehmen und ihrer Kostenstruktur zu gewinnen. Welche Kostenanteile die Fremdleistungen der technischen Herstellung (die auch den eigenen Materialverbrauch beeinflussen können) in dieser Statistik erreichen, hängt auch von der rechtlichen Organisation verlagseigener Druckereien in der betrachteten Größenklasse ab, da

²⁰) Angaben zur Streubreite in: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, München 1977, S. 34.

²¹) Drucksache 8/2264, S. 35 ff.

rechtlich selbständige Einheiten als Fremdunternehmen erfaßt werden. Schließlich ist zu berücksichtigen, daß in den schwach besetzten Größenklassen (die mögliche Höchstzahl ist der Pressestatistik zu entnehmen) jede Änderung des jeweils erfaßten Unternehmensbestandes den Klassendurchschnitt stark mitbestimmen kann. So wäre es verfehlt, alle für 1982 ausgewiesenen Betriebsergebnisse als repräsentative Mittelwerte der einzelnen Größenklasse anzusehen. Doch vermittelt etwa ein über alle Größenklassen vorgenommener Vergleich dieser Zahlen mit denen vorhergehender Erhebungszeiträume brauchbare Indizien über den Grundtrend der Ergebnisentwicklung und über die Mindeststreuung der Einzelergebnisse.

2.1.2 Zeitungskonjunktur

Zur langfristigen Entwicklung der Zeitungskonjunktur bis 1978 und zu deren Einfluß auf das damalige Konzentrationsgeschehen in der Tagespresse wird auf den Medienbericht 1978 verwiesen²²). Der Verlauf der Zeitungskonjunktur nach 1978 wurde über das Anzeigengeschäft von der Anfang der achtziger Jahre zunehmenden Abschwächung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung spürbar beeinflußt. Als besonders konjunktursensibel erwiesen sich erneut vor allem Stellen- und Immobilienanzeigen. Eine breitere Stabilisierung des Anzeigengeschäftes zeichnete sich erst im Jahr 1983 ab. Ausgesprochen konjunkturreisistent war dagegen das Vertriebsgeschäft; in ihm überwogen trotz beachtlicher Preisanhebungen leichte Auflagesteigerungen. Gemessen an der gesamtwirtschaftlichen Situation und insgesamt genommen, waren die Betriebsergebnisse der Tagespresse auch in den schwierigeren Jahren 1981/82 als gut einzustufen.

Anhaltspunkte über die Ergebnisentwicklung in den Jahren von 1976 bis 1982 gibt Tabelle 29. Zum Einfluß der Konjunktur auf das Verhältnis des Vertriebs- zum Anzeigengeschäft vgl. unter Ziffern 2.1.5 und 2.1.6.

2.1.3 Auflagenabhängige Kostenstrukturunterschiede

Zum Grundsätzlichen wird auf den Medienbericht 1978 verwiesen²³). Den seither hinzugekommenen Kostendaten aus amtlichen Pressestatistiken sind signifikante Änderungen der auflageabhängigen Kostenstrukturunterschiede nicht zu entnehmen. Gemessen an den Kosten für Papier und Fremdleistungen der technischen Zeitungsherstellung, die Abonnementtageszeitungsverlage ohne eigene Druckerei 1983 aufzubringen hatten (vgl. Tabelle 30), sind gegenüber 1975 Ersparnisse zu verzeichnen, die weitgehend den Fortschritten in der Satz- und Drucktechnik zu verdanken sein dürften: damals wurden im Gesamtdurchschnitt 37,7%²⁴), 1983 — bei allerdings erweitertem Beteiligtenkreis —

²²) Drucksache 8/2264, S. 35 ff.

²³) Drucksache 8/2264, S. 38 f.

²⁴) Vgl. Tabelle B 29 des Medienberichtes 1978, Drucksache 8/2264, S. 40.

nur 30,3% des Zeitungsumsatzes für die technische Herstellung aufgewendet; unterdurchschnittliche Kostenanteile ergaben sich mit 28,4% nur in der obersten Größenklasse²⁵⁾.

Die Verringerung der prozentualen Kosten für die Erstellung der Textbeiträge zum redaktionellen Teil in Abhängigkeit von der Auflagen- bzw. Umsatzgrößenklasse zeigt die Tabelle 31. Dabei sind die Kosten für Nachrichtenagenturen/Pressedienste (Spalte 10), bezogene redaktionelle Teile (11), Honorare für freie Mitarbeiter (14) und Redaktionspersonal der Zeitung (15) im Zusammenhang zu sehen. Mit Ausnahme der untersten Umsatzgrößenklasse, die sich durch stark reduzierte redaktionelle Kosten (und entsprechende Leistungen) auszeichnet, verringern sich bei einer Gesamtbetrachtung die Anteile der hier erfaßten Kosten am Umsatz meist mit ansteigender Umsatzhöhe.

Die Gebühren des Postzeitungsdienstes (Spalte 12) betragen insgesamt nur 1% des Umsatzes; sie erreichten ihre höchsten prozentualen Anteile (bis 4,1%) in den unteren Umsatzgrößenklassen.

Das Verhältnis der Kosten für das gesamte Personal (Spalte 16) zum Unternehmensumsatz (Spalte 2) läßt keine eindeutige Beziehung zur Umsatzgrößenklasse erkennen. Ob dieses von früheren Erfahrungen abweichende Ergebnis einen — etwa technisch bedingten — Strukturwandel spiegelt, läßt sich noch nicht abschließend beurteilen.

2.1.4 Zustellkosten

Gemessen in Anteilen am Umsatz aus dem Anzeigen- und dem Vertriebsgeschäft mit eigenen Periodika, beliefen sich die Einzelkosten der 310 Verlage, die laut Pressestatistik 1983 überwiegend auf dem Zeitungsmarkt tätig waren, auf insgesamt rund 8,5%. Von diesen Prozentpunkten entfielen 2,6 (1976: 3,0%) auf Zustellerlöhne, 1,1 (1,1%) auf Gebühren des Postzeitungsdienstes und 4,8 (4,2%) auf sonstige Fremdleistungen für die Zustellung. Eine der Kostenstrukturstatistik entnommene Untergliederung der Fremdleistungskosten für die Zustellung im Jahr 1982 bietet Tabelle 29 in deren Anm. 2.

2.1.5 Auflagenhöhe und Leistungsangebot (gemessen am Seitenumfang und am Mengenverhältnis zwischen redaktionellem Text und Anzeigenteil)

Wie Tabelle 32 belegt, steigt mit der Verkaufsaufgabe der Abonnementtageszeitung deren durchschnittlicher Seitenumfang, wobei sich andererseits der prozentuale Anteil des redaktionellen Textes am Gesamtumfang verringert. Mit dem (auflageabhängigen) Seitenumfang wächst im übrigen — wenn auch deutlich langsamer — der Abonnementpreis. Wie bereits die Zahlen über die Auflageabhängigkeit des Anzeigenseitenumfangs nahelegen

²⁵⁾ Zu Seitenumfangs- und Stückerlösunterschieden der Auflagengrößenklassen (die Vorteile der höheren Klassen aus mengenabhängiger Stückkostendegression verdeutlichen) vgl. Tabelle 33.

und die der Tabelle 33 bestätigen, nimmt in der Abonnementtagespresse der Umsatzanteil des Anzeigengeschäftes in der Regel mit der Auflagegrößenklasse zu. Demnach sind — und dafür spricht ebenfalls Tabelle 32 — die auflagestarken Abonnementtageszeitungen Schwankungen der Anzeigenkonjunktur meist stärker ausgesetzt; sie dürften also mehrheitlich einen auch prozentualen höheren Anteil konjunktursensibler Anzeigensparten (z. B. Stellen-, Immobilien-, Kfz-Anzeigen) aufweisen. Wie der Vergleich der Tabellendaten über die Jahre 1980 und 1982 zeigt, ließen die Zeitungen bei stagnierendem bzw. abnehmendem Anzeigengeschäft zwar auch die Anzahl der redaktionellen Seiten schrumpfen, aber zu geringerem Anteil. Über die langfristige Entwicklung dieses Mengenverhältnisses in den Jahren von 1965 bis 1984 unterrichtet Tabelle 34.

2.1.6 Entwicklung der Vertriebs- und der Anzeigenpreise

Die Entwicklung der Abonnementpreise von 1976 bis 1983 in den verschiedenen Auflagegrößenklassen ist der Tabelle 32 zu entnehmen. Insgesamt ergab sich eine Steigerung von 12,02 DM um rund 54% auf 18,50 DM für das monatliche Zeitungsabonnement.

Die Anzeigengrundpreise²⁶⁾ der Abonnementtageszeitungen veränderten sich nach den Erhebungsergebnissen der Bundespressestatistik wie folgt:

	<u>DM</u>
1976:	2,21
1978:	2,67
1980:	3,02
1982:	3,17
1983:	3,35

Über den Vergleichszeitraum 1976 bis 1983 ergibt sich eine Anhebung um rund 52%; sie entspricht annähernd der Abonnementpreisentwicklung. Wie die preispolitischen Möglichkeiten daraus, gleichzeitig auf zwei Märkten zu agieren, zur Stabilisierung der Erträge genutzt wurden, zeigt sich, wenn die Vergleichszeiträume den Schwankungen der Zeitungskonjunktur angepaßt werden: von 1980 bis 1982, einer Periode, in der das Anzeigengeschäft schwieriger wurde (vgl. oben Ziff. 2.1.2), stiegen die Anzeigengrundpreise um 5,0% und die Vertriebspreise im Abonnementgeschäft um 16%; dagegen wurden von 1976 bis 1978, als die Anzeigenkonjunktur gut war, die Anzeigengrundpreise um 21% und die Abonnementpreise um 12% angehoben.

²⁶⁾ Es handelt sich um den Anzeigengrundpreis (ohne Umsatzsteuer) der Gesamtausgabe für die 45mm breite Millimeterzeile der Wochentagsausgabe. Dargestellt sind Gesamtdurchschnitte aller mindestens fünfmal wöchentlich erscheinenden Abonnementtageszeitungen. Der Anzeigengrundpreis steigt in der Regel mit der Auflage der Zeitung. So betragen die Auflagegrößenklassendurchschnitte 1983 für Zeitungen unter 2 500 Stück Auflage 0,61 DM und für Zeitungen von 250 000 und mehr 18,61 DM. Auch innerhalb der einzelnen Auflagegrößenklassen gibt es große Preisunterschiede (vgl. dazu Tabelle 21 des Medienberichtes 1974, Drucksache 7/2104, S. 32).

2.2 Zeitschriftenpresse

Wie schon im Bericht (vgl. Abschnitt D I 1.2) betont, zeichnet sich die Zeitschriftenpresse durch eine Vielzahl von Märkten unterschiedlicher Absatz- und Produktionsbedingungen aus. Bei statistischen Darstellungen des Zeitschriftenwesens, die mehr als einen kleinen Teilbereich wiedergeben sollen, zwingt diese Mannigfaltigkeit dazu, sehr heterogene Elemente zusammenzufassen. Die Kostenstrukturstatistik, die alleinige amtliche Quelle für Pressebetriebsergebnisse, gliedert die Unternehmen des Verlagsgewerbes nach ihrem jeweils umsatzstärksten Tätigkeitsfeld in drei große Gruppen: in Unternehmen, die vorwiegend a) Zeitungen, b) Zeitschriften oder c) Sonstiges (Bücher, Kalender usw.) verlegen. Die aus diesen Erhebungen gewonnenen Daten über Kostenverhältnisse und Betriebsergebnisse der Zeitschriftenverlage sind vor allem bei Querschnittsuntersuchungen über die gesamte Zeitschriftenpresse hilfreich. Enger eingegrenzte — etwa spartenbezogene — Aussagen lassen sich dagegen aus der Kostenstrukturstatistik meist nicht mit dem gleichen Anspruch auf Repräsentativität herleiten wie aus den entsprechenden Daten über die — homogenere — Zeitungspressen.

Die Betriebsergebnisse der von der Kostenstrukturstatistik erfaßten Zeitschriftenverlage entwickelten sich, gemessen an Größenklassendurchschnitten, in den Jahren 1976 bis 1982 wie in Tabelle 35 dargestellt.

Hinsichtlich der Kostenanteile der Zeitschriftenverlage wird unter Bezug auf die Eingangsbemerkungen auf die Kostenstrukturstatistik Presse sowie auf die Pressestatistik, die allerdings nur über ausgewählte Kostenarten unterrichtet, verwiesen und dazu folgendes hervorgehoben: Die Kostenanteile für Personal und Material sind im Zusammenhang mit den Kosten für „Fremdleistungen der technischen Herstellung“ zu sehen — insbesondere beim Vergleich mit den Zeitungsverlagen (die sich weit aus häufiger einer eigenen Druckerei bedienen und vor allem deshalb höhere Personalkosten ausweisen). Die Kostenanteile der Zeitschriftenverlage für „Postzeitungsdienstgebühren“ betragen laut Kostenstrukturstatistik 1982 in den Größenklassen unterhalb einer jährlichen Gesamtleistung von 50 Millionen DM (in denen die Verlage auflagestarker unterhaltenden Publikumszeitschriften, d. h. großenteils im Einzelverkauf vertriebener Objekte, weniger stark vertreten waren) zwischen 2,6 und 3,8% der Gesamtleistung; sie erreichten damit ein Mehrfaches der entsprechenden Kostenanteile der Zeitungsverlage (0,7 bis 1,4%). Wesentlich höher als bei den Zeitungsverlagen waren meist auch die Honorare für freie Mitarbeiter (1,3 bis 5,7%) und für Vertriebswerbung (0,7 bis 4,6%). Die unterschiedliche Kapitalintensität der Zeitungs- und der Zeitschriftenpresse beleuchten die Kostenanteile der steuerlichen Abschreibungen auf Einrichtungsgegenstände, Maschinen und dergleichen. Diese schwankten im Durchschnitt der einzelnen Größenklassen bei den Zeitungsverlagen zwischen 2,0 und 4,6%, bei den Zeitschriftenverlagen nur zwischen 0,6 und 2,9% der Gesamtleistung.

Die Entwicklung der Umsätze in den Hauptsparten des Zeitschriftenwesens ist den Tabellen 15 und 16 zu entnehmen. Wie sich die Entwicklung der Vertriebs- und Anzeigenumsätze von unterhaltenden Publikumszeitschriften sowie von Fachzeitschriften im Vergleich der Jahre 1976, 1978 und 1980 sowie der Jahre 1981 bis 1983 — tiefer nach Sparten untergliedert — darstellt, ist in den Tabellen 36 und 37 wiedergegeben. In den für die Zeitschriften besonders schwierigen Jahren 1981/1982 entwickelten sich in den meisten dieser Sparten die Umsätze aus Vertrieb besser als die aus Anzeigen. Dieser Trend spiegelt sich auch in den Änderungsgraden der Preise: insgesamt genommen wurden 1982 bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften die Abonnement- und Einzelverkaufspreise gegenüber dem Vorjahr stärker angehoben als die Anzeigenpreise. In der Sparte der „Illustrierte, Magazine usw.“ z. B. sanken trotz gesteigerter Verkaufsauflage (+2,9%) die Anzeigengrundpreise im Gesamtdurchschnitt um 6,1%; auch 1983 hielt diese Entwicklung an: die Verkaufsaufgaben stiegen (gemessen jeweils am Stand im IV. Quartal) insgesamt um 2,9% und die Anzeigengrundpreise sanken sogar um 17,5% — bei ansteigendem Anzeigenseitenumfang (+17,5%); dagegen konnten im Vertriebsgeschäft Preiserhöhungen noch durchgesetzt werden: im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Abonnementpreise 1982 um 2,6% und 1983 um 3,2%, die Einzelverkaufspreise 1982 um 6,8% und 1983 um 0,5%. Im einzelnen wird hierzu auf die Pressestatistik verwiesen.

4 Buchhandel

4.1 Einleitung

Der Buchhandel in der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) gliedert sich traditionell in herstellenden Buchhandel (Verlage), verbreitenden Buchhandel (Sortimenter), Zwischenbuchhandel und zahlreiche Mischformen. Repräsentatives amtliches Zahlenmaterial über die wirtschaftliche Lage und Entwicklung liegt nicht vor. Die meisten Unternehmen gehören dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels und/oder einem buchhändlerischen Landesverband an.

Eine Übersicht über den Mitgliederstand des Börsenvereins bzw. der Landesverbände (ohne Doppelmitgliedschaften) am 1. August 1985 spiegelt die Struktur des Buchhandels wider²⁷⁾:

Herstellender Buchhandel	2 076 (+80)
Verbreitender Buchhandel	3 870 (+112)
Zwischenbuchhandel	87 (+2)
Verlagsvertreter	61 (-3)

Unternehmensschwerpunkte, kulturelles und literarisches Betätigungsfeld sowie die Vielfalt des buchhändlerischen Angebots gehen aus einer Übersicht

²⁷⁾ Die Zahlen in Klammern geben die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr an, allerdings nur für die Mitglieder des Börsenvereins; Änderungen bei den (im Jahr 1985 insgesamt 658) Mitgliedern, die nur einem Landesverband angehörten, sind nicht eingerechnet.

des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels vom 1. August 1985 über wichtige Fachverbände, deren Mitglieder überwiegend dem Börsenverein angehören, hervor²⁸⁾:

	Anzahl der angeschlossenen Unternehmen
Verband Deutscher Antiquare e.V.	165
Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler e.V.	107
Verband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.	75
Verband Deutscher Bühnenverleger e.V.	43
Vereinigung Evangelischer Buchhändler e.V.	237
Verband Katholischer Verleger und Buchhändler e.V.	219
Deutscher Musikverleger-Verband e.V.	397
Verband der Schulbuch-Verlage e.V.	72
Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler e.V.	145
Bundesverband des werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels e.V.	167
Arbeitsgemeinschaft Wissenschaftlicher Sortimentsbuchhandlungen	132

Die Titelproduktion der Verlage ist 1984 gegenüber dem Vorjahr von damals 60 598 auf 51 733 zurückgegangen.

Zur Themenvielfalt folgende Hinweise: Gegenwärtig sind — nach grober Schätzung des Börsenvereins — über 400 000 Bücher unterschiedlichen Titels in deutscher Sprache lieferbar. Bücher gewinnen als Informations- und Unterhaltungsmedium an Bedeutung. Der Anteil der Belletristik, des mit weitem Abstand größten Sachgebiets, an der Gesamttitelproduktion betrug 1984 18,1% (1983: 18,7%). Im Vergleich stiegen dagegen die Anteile einiger Sachbuchbereiche sowie Wissenschaftsgebiete an. Mehr als zuvor sind Bücher auch tagesaktuellen Themen gewidmet.

4.2 Struktur des Buchverlagswesens

Die Zahl der buchhändlerisch tätigen Unternehmen ist, gemessen an den — allerdings auch zufallsbeeinflussten — Eintragungen im Branchenadreßbuch, im Berichtszeitraum zurückgegangen. Waren im „Adreßbuch für den deutschsprachigen Buchhandel“ in der Ausgabe 1977/78 noch 2 267 Firmen aufgeführt, die sich mit der Herstellung von Verlagserzeugnissen befaßten, so waren es 1984/85 knapp 1 900 (1972: 1 367).

Weitere Aussagen über die Lage der Branche liefert die amtliche Umsatzsteuerstatistik²⁹⁾. Danach er-

²⁸⁾ Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1985, Frankfurt a. M., S. 63.

²⁹⁾ Sie erfaßt die Umsätze im spezifisch buchhändlerischen Sektor allerdings nur unzureichend, da sie für andere Zwecke konzipiert worden ist. Das Statistische

zielten 1982 2 095 Verlagsunternehmen für Bücher (ohne Adreßbücher) sowie für Fachzeitschriften (1976: 2 002) einen Umsatz von 7,2 Mrd. DM (1976: 6,1 Mrd. DM). Die Erhebungen belegen für das Jahr 1982, daß unter den Unternehmen des herstellenden Buchhandels die Klein- und Mittelbetriebe der Anzahl nach den Schwerpunkt bilden. Von den Steuerpflichtigen aus dem Bereich Buchverlage (ohne Adreßbücher und Fachzeitschriften) liegen 42,1% unterhalb der Umsatzgrenze von 250 000 DM, 25,6% bei einem Umsatz von 250 000 DM bis 1 Mio. DM und 32,2% bei einem Umsatz von 1 Mio. DM und mehr. Die Gesamtzahl der ausgewiesenen Firmen beträgt für das genannte Berichtsjahr 1 604 (Tabelle 38).

Nach der „Bibliographischen Statistik der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West)“³⁰⁾ waren im Jahre 1983 an der Produktion deutschsprachiger Titel 2 690 Verlage beteiligt. Veröffentlichungen von Institutionen und Verbänden sowie Veröffentlichungen im Selbstverlag sind dabei nicht berücksichtigt.

Die langfristige Entwicklung von Anzahl und sachgebietlicher Zusammensetzung der insgesamt aufgelegten Titel ist den Tabellen 39 und 40 zu entnehmen.

4.3 Verbreitender Buchhandel

Auch im verbreitenden Buchhandel dominieren laut amtlicher Umsatzsteuerstatistik Klein- und Mittelbetriebe der Anzahl nach unter den buchhändlerischen Firmen (Tabelle 41). 40,2% der 4 116 als „Steuerpflichtige im Einzelhandel mit Büchern, wissenschaftlichen und Fachzeitschriften“ registrierten Buchhandlungen erreichten 1982, dem letzten Berichtsjahr der Statistik, Umsätze bis zu 250 000 DM, 21,1% der Unternehmen Umsätze von 250 000 DM bis 500 000 DM und 38,7% 500 000 DM und mehr.

Eine Umfrage³¹⁾ zu den Einkaufsquellen für Bücher bei einem repräsentativen Querschnitt von Käufern über 16 Jahren (Mehrfachnennungen) ergab folgende Reihenfolge: 1. Buchhandlungen, 2. Buchgemeinschaften, 3. Kauf-/Warenhäuser,

Bundesamt erhebt die Unternehmensumsätze in Zusammenarbeit mit den Finanzämtern und ordnet das Zahlenmaterial insbesondere je nach dem Schwerpunkt der Unternehmenstätigkeit. Wegen der Unternehmen mit wirtschaftlichem Schwerpunkt im Verlagswesen (Bücher und Fachzeitschriften), aber branchenübergreifendem Tätigkeitsbereich sind vor allem Anzeigenumsätze aus Zeitschriften und in erheblichem Umfang auch Druckereiumsätze miteinfaßt, denn der Gesamtumsatz des Unternehmens wird jeweils nur einer Gewerbeziffer zugeordnet. Andererseits entfallen hier alle Buchhandelswarenumsätze von Unternehmen mit Schwerpunkt außerhalb des Verlagswesens.

³⁰⁾ Vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels erstellt auf Grundlage der im „Wöchentlichen Verzeichnis der Deutschen Bibliographie 1983“ ausgewiesenen Titelzahlen.

³¹⁾ Institut für Demoskopie Allensbach, 1981, im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

4. Sonstige³²⁾. Der Gesamtumsatz betrug 1984 rd. 7,8 Mrd. DM.

Die Buchvertriebsformen des Einzelhandels treten in vielen Fällen kombiniert auf. Den Schwerpunkt bildet der reine Sortimentsbuchhandel, der in reiner Form bzw. kombiniert über 60% der registrierten Einzelhandelsfirmen im Buchhandelsbereich umfaßt. Außerdem sind der Reisebuchhandel, der Versandbuchhandel, der werbende Buch- und Zeitschriftenhandel, das Antiquariat sowie der Bahnhofsbuchhandel zu nennen. Tabelle 42 zeigt die Anteile der wichtigsten Vertriebswege am Gesamtumsatz mit Büchern.

1985 waren nach den Eintragungen im „Adreßbuch für den deutschsprachigen Buchhandel“ im reinen Sortimentsbuchhandel 2 696 Unternehmen tätig (1971/72: 2 011).

Der Sortimentsbuchhandel muß seit 1980 nach den Ergebnissen des repräsentativen Betriebsvergleichs des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln Gewinneinbußen hinnehmen. Entscheidender Grund hierfür waren Kostensteigerungen, die trotz Umsatzzunahme und Verbesserung der Raumeistung³³⁾ nicht aufgefangen werden konnten. Während der zu versteuernde Gewinn im Jahre 1979 im Durchschnitt 5,5% des Umsatzes betrug, ging er bis 1984 auf 3,2% des Umsatzes zurück.

Die Entwicklung der Kosten- und Ertragslage muß im Zusammenhang mit der Entwicklung der Umsätze und der damit verbundenen Kapazitätsauslastung beurteilt werden: Von 1979 bis 1982 sanken die Zuwachsraten des Umsatzes (immer laut „Kölner Betriebsvergleich“) von 8,2% auf 2,2%. Im Jahr 1983 wurde ein vorübergehendes Wiederanstiegen der Zuwachsraten auf 4,6% erreicht, dem jedoch 1984 erneut ein Abfall (auf 2,3%) folgte. Der Umsatz je Beschäftigten verbesserte sich 1984 noch geringfügiger, nämlich nur um 0,36% von 194 200 DM auf 194 900 DM.

4.4 Buchgemeinschaften

In der Bundesrepublik Deutschland gab es 1985 sechs größere, unterschiedlich starke Buchgemeinschaften. Ihr Mitgliederbestand wurde auf zusammen rd. 6,5 Millionen beziffert³⁴⁾. Der bei weitem größte Teil davon entfiel auf die Buchgemeinschaften von zwei deutschen Medienkonzernen³⁵⁾. Davon zählte die Buchgemeinschaft von Bertelsmann nach Angaben der Fachpresse im Jahr 1980 rd. 4,6 Millionen Mitglieder.

³²⁾ U. a. Verlage, Buchdienst, Kiosk, Versandhandel, Vertreter; vgl. „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“ (Frankfurter Ausgabe), 37. Jahrgang 1981 / Nr. 96 (6. Nov. 1981, S. 2878).

³³⁾ Umsatz geteilt durch die Zahl der qm an Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Werkstatt- und Büroräum.

³⁴⁾ Nach Verlautbarung der Arbeitsgemeinschaft Buchgemeinschaften im Börsenverein des Deutschen Buchhandels 1985.

³⁵⁾ Bertelsmann Lesering, Gütersloh; Deutscher Bücherbund, Stuttgart (Holtzbrinck).

Der Gesamtumsatz der Buchgemeinschaften wurde für 1984 auf 577 Mio. DM geschätzt (vgl. Tabelle 42). Der jährliche Umsatz pro Mitglied betrug 1984 bei den erwähnten Buchgemeinschaften zwischen etwa 130 und 160 DM. Davon entfielen rd. 60—70% auf Bücher, der Rest auf Tonträger (Schallplatten/Kassetten), Phonogeräte, Spiele/Spielzeug, Reisen und sonstiges. Die Umsätze verteilen sich annähernd gleichgewichtig auf Clubzentren und Bücherstuben einerseits und den Versand andererseits.

Die Anzahl der von der einzelnen konzerngebundenen Buchgemeinschaft pro Jahr angebotenen Buchneuerscheinungen bewegte sich zwischen 200 und 300, die der zur Auswahl stehenden Titel etwa zwischen 380 und 550. Die Preise der Buchgemeinschaftsausgaben lagen in der Regel um ca. 30% unter denen der über den Sortimentsbuchhandel vertriebenen Originalausgaben.

Die Marktbeziehungen zwischen Buchgemeinschaften und Buchhandel haben sich im wesentlichen zum gegenseitigen Nutzen ergänzt. 1982 gab es etwa 60 Partnerschaftsbuchhandlungen³⁶⁾ und Ladengemeinschaften³⁷⁾.

4.5 Preisentwicklung

In Tabelle 39 ist die Entwicklung der Laden- und Bogenpreise für Bücher von 1977 bis 1984 dargestellt; im Durchschnitt erhöhten sich diese Preise von DM 21,87 auf DM 30,06 bzw. von DM 1,72 auf DM 2,10³⁸⁾. Die Preisgruppenanteile nach einzelnen Sachgebieten gehen aus Tabelle 43 hervor. Die „Jahres-Durchschnittswerte“ für den Ladenpreis bzw. für den Bogenpreis gelten nur für die im Berichtsjahr neu vorgelegten Titel, also nicht für das insgesamt verfügbare Sortiment. Der Anteil der in diesem Sinne neuen Titel an der Zahl der insgesamt lieferbaren lag bei etwa 15%.

Wie differenziert die Preisstruktur im Angebot von Verlagserzeugnissen ist, zeigt die entsprechende Aufteilung der Titelproduktion für einen größeren Zeitraum (Tabelle 44). Für die Titel aus der Produktion der Jahre 1971 bis 1984, eines Zeitraums also, der — nach Angabe des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels — etwa die vom Sortimentsbuchhandel z. Z. angebotene und auf Lager gehaltene Titelauswahl umfaßt, zeigen die Anteile der verschiedenen Preisbereiche, daß die niedrigeren Preisgruppen in starkem Maße vertreten sind. Dieser Berechnung liegen die Werte der 483 186 Titel zugrunde, die in den Jahren 1971 bis 1984 produziert worden sind.

4.6 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels

1984 erreichte der grenzüberschreitende Austausch mit „Gegenständen des Buchhandels“ laut Außenhandelsstatistik einen Gesamtumsatz von 2,603

³⁶⁾ Buchhandlungen, die gegen Provision in ihren Räumen ein „Clubcenter“ führen.

³⁷⁾ Gemeinsame Objekte, in denen Buchhändler und Buchgemeinschaft eigenständige Läden betreiben.

³⁸⁾ Die Angaben sind titel-, nicht aufgabenbezogen.

Mrd. DM. 1,853 Mrd. DM (71,2% des Gesamtvolumens) entfielen auf die Ausfuhr, 749,6 Mio. DM (28,8% des Gesamtvolumens) auf die Einfuhr.

1984 war bei der Ausfuhr von Büchern eine Steigerung von 12,4% und bei der Einfuhr eine Steigerung von 9,3% zu verzeichnen.

Neben Büchern bilden Zeitungen und Zeitschriften den zweiten Schwerpunktbereich im Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels (vgl. Tabelle 45). 1982 wurde erstmals für Zeitungen und Zeitschriften ein höherer Ausfuhrwert als für Bücher registriert. Dieses Verhältnis wiederholte sich 1983 und 1984. Mehr als die Hälfte (50,7%) des Ausfuhrvolumens in diesem Warenssektor entfiel 1984 auf diese Warengruppe: 940,0 Mio. DM (für Bücher wurden 874,3 Mio. DM registriert, d. h. 47,2%). Bei der Einfuhr waren wie bisher rund zwei Drittel (65,5%) für Bücher und weniger als ein Drittel (30,0%) für Zeitungen und Zeitschriften ausgewiesen.

Fast alle Länder der Welt sind Außenhandelspartner der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) in diesem Bereich (Tabellen 46—50). 1984 waren 156 Länder als Abnehmer von Gegenständen des Buchhandels erfaßt, 91 als Lieferanten. 1984 blieben 87,1% der Ausfuhr in Europa (vor allem Österreich und Schweiz), 7,4% gingen nach Amerika und 3,8% nach Asien, 1,2% nahmen afrikanische Länder und 0,5% Australien ab. Diese Zahlen zeigen deutlich, wie sehr sprachliche Barrieren den Austausch von Büchern bestimmen. Ein ähnliches Bild zeigt die Einfuhr (81,6% aus Europa, wobei 1984 Österreich und die Schweiz mit 17,7% bzw. 16,8% an der Spitze stehen).

Die wesentlichen Daten zur langfristigen Entwicklung des Außenhandels mit Gegenständen des Buchhandels sind der Tabelle 45 zu entnehmen; eine Aufgliederung der Entwicklung von 1981 bis 1984 nach Herkunfts- und Abnahmeländern bieten die Tabellen 47 bis 50; eine Aufschlüsselung nach Erdteilen gibt Tabelle 46.

4.7 Außenhandel mit Verlagsrechten

Zum Umfang der Ausfuhr im Bereich des sogenannten unsichtbaren Außenhandels werden seit 1977 durch Erhebungen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels die in das Ausland vergebenen Rechte und Lizenzen ermittelt. Für die zeitliche Einordnung dieser Vorgänge gilt das Kriterium des Vertragsschlusses unabhängig davon, wann die Lizenzausgaben erschienen sind oder erscheinen werden. Nach einer Umfrage wurden in über 50 Länder Lizenzen vergeben; die entsprechenden Meldungen wiesen im Berichtszeitraum Übersetzungen in 45 Sprachen aus. Von 1979 bis 1984 wurden jeweils mehr als 1 000 Lizenzen für Übersetzungen in die Sprachen Niederländisch (1 653), Englisch (1 586), Spanisch (1 487) und Italienisch (1 339) vergeben (Tabellen 51 und 52). Bei einer Gesamtzahl von 12 742 gemeldeten Lizenzen im entsprechenden Zeitraum entfielen auf diese Sprachen damit 13,0%, 12,5%, 11,7% und 11,0%. Mehr als 100 Lizenzen betrafen jährlich außerdem Französisch,

Portugiesisch und Japanisch. Zu den „anderen Sprachen“ mit insgesamt 141 Titeln gehören u. a.: Chinesisch, Flämisch, Alt-Griechisch, Alt-Hebräisch, Indonesisch, Isländisch, Koreanisch, Litauisch, Persisch und Slowakisch.

Unter den Ländern, an die Lizenzen vergeben wurden, lagen in den Jahren 1979 bis 1984 die Niederlande, Italien und Spanien mit jeweils mehr als 1 000 genommenen Lizenzen, d. h. 12,4%, 11,1% und 10,6% der Lizenzen, an der Spitze. Jährlich wurden mehr als 100 Lizenzen an Frankreich, die USA und Japan vergeben, die damit an der genannten Gesamtzahl des Sechs-Jahres-Zeitraumes Anteile von 8,2%, 6,8% und 6,0% halten.

Die Hereinnahme von Rechten und Lizenzen aus dem Ausland läßt sich mit Hilfe der Zahlen schätzen, die für Übersetzungen ins Deutsche im Bereich der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) ausgewiesen sind. Diese Zahlen zeigen allerdings nicht an, wie viele Titel aus dem deutschsprachigen Ausland kommen und welche Anzahl unter den gezählten Übersetzungen auf solche Titel entfallen, die — wegen Ablauf der Schutzfrist — bereits ohne Lizenznahme veröffentlicht werden dürfen. Nach den Erfahrungswerten der Bibliographischen Statistik des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels sind 80—85% der jährlichen Übersetzungen mit Lizenznahmen verbunden.

Jede zehnte gewerblich verlegte Veröffentlichung in der Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) in den letzten Jahren ist aus einer Fremdsprache übernommen. 1984 wurden 6 457 Übersetzungen angeboten. Annähernd zwei Drittel kamen aus der englischen Sprache, den zweitgrößten Anteil hat Französisch als Ursprungssprache mit einem Anteil von rd. einem Achtel. Insgesamt wurden im genannten Jahr Veröffentlichungen aus 53 Sprachen übernommen, von denen 23 mit mehr als 10 Titeln vertreten sind. Hinsichtlich der einzelnen Sachgebiete zeigt die statistische Analyse, daß Schöne Literatur und Jugendschriften regelmäßig die höchsten Anteile haben, 1984 waren es 29,7% bzw. 24,0%³⁹⁾.

5 Nachrichtenagenturen

In den Tabellen 53 bis 55 finden sich nähere statistische Angaben über Nachrichtenagenturen. Sie sind bereits im Berichtsteil, Abschnitt D I 5, kommentiert.

9 Beschluß der Ständigen Konferenz der Innenminister der Länder zu den Verhaltensgrundsätzen zwischen Presse und Polizei

Die Verhaltensgrundsätze zwischen Presse und Polizei zur Vermeidung von Behinderungen bei der

³⁹⁾ Vgl.: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1985. Frankfurt a. M., Tabellen 9 ff.

Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung lauten:

„Das Grundgesetz und die Landespressegesetze einerseits, Strafprozeßordnung und Polizeirecht andererseits bestimmen die Rechte und Pflichten im Verhältnis zwischen Presse und Polizei.

Es gehört zu den Informationsaufgaben der Publikationsorgane (im folgenden ‚Presse‘ genannt), die Allgemeinheit über den Ablauf öffentlicher Ereignisse wie u. a. Demonstrationen, Sportveranstaltungen oder Notfälle aus unmittelbarer Kenntnis der Vorgänge zu unterrichten. Aufgabe der Polizei ist es, die öffentliche Sicherheit und Ordnung zu gewährleisten. Im Spannungsfeld zwischen journalistischer und polizeilicher Tätigkeit kann es zu Situationen kommen, in denen sich jede Seite durch die andere Seite behindert fühlt.

Die nachstehenden mit dem Deutschen Presserat abgestimmten Grundsätze sollten Presse und Polizei helfen, sich bei entsprechenden Gelegenheiten stets so zu verhalten, daß die ungehinderte Ausübung der beiderseitigen Aufgaben nach Möglichkeit sichergestellt ist.

1. Ständige persönliche Kontakte zwischen Presse und Polizei bilden die beste Voraussetzung zur Vermeidung unnötiger Konfliktsituationen. Hierbei sollten beide Seiten bemüht sein, Verständnis für die gegenseitige Arbeit zu wecken und aufzubringen.
2. Als vorteilhaft hat es sich in der Vergangenheit erwiesen, besondere Verbindungsbeamte zu bestellen und ihre Namen den in Frage kommenden Redaktionen mitzuteilen. Darüber hinaus ist es zweckmäßig, persönliche Kontakte herzustellen, da erfahrungsgemäß unmittelbare Aussprachen am ehesten geeignet sind, Mißverständnissen vorzubeugen.
3. Im allgemeinen erleichtert der Presseausweis der Polizei die Nachprüfung, wer als Berichterstatte tätig ist. Der Presseausweis soll nach einem einheitlichen Muster möglichst fälschungssicher gestaltet werden. In Situationen, bei denen eine Kontrolle von Presseausweisen nicht oder nur schwer durchführbar ist, empfiehlt es sich für Pressevertreter, sich zusätzlich durch Armbinden kenntlich zu machen. Die Armbinden sollen nach einem einheitlichen Muster gestaltet werden.
4. (1) Die Polizei muß bemüht sein, bei ihren Einsätzen, insbesondere aus Anlaß von Demonstrationen, die Berichterstattung durch die Presse nicht zu beeinträchtigen. Umgekehrt haben sich die Journalisten zu bemühen, den Polizeieinsatz nicht zu behindern. Hierdurch werden weder Rechte noch Pflichten berührt, noch Aufgaben und Befugnisse eingeschränkt.

Das Fotografieren polizeilicher Einsätze, ohne daß dabei die eingesetzten Beamten erkennbar sind oder bei der Veröffentlichung erkennbar gemacht werden, unterliegt grundsätzlich keinen rechtlichen Schranken. Auch das Fotografieren mehrerer oder einzelner Polizeibeamter ist bei

aufsehenerregenden Einsätzen im allgemeinen zulässig.

Für die Herstellung gezielter Nahaufnahmen einzelner Polizeibeamter („Porträtaufnahmen“) gilt dies in der Regel nicht; Ausnahmen davon sind beispielsweise Aufnahmen zur gebotenen Beweissicherung.

Auch die Presse wird dafür sorgen, daß ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten nicht verletzt wird.

(2) Für die Beweissicherung soll die Polizei — sofern vorhanden — auf das von ihr erstellte Ton-, Bild- und Filmmaterial zurückgreifen. Eine Beschlagnahme entsprechender Pressematerials darf nur erfolgen, soweit es um die Aufklärung von Straftaten geht und das Beweismaterial nicht auf andere Weise sichergestellt werden kann.

Im Falle einer Beschlagnahme/Sicherstellung hat die Polizei eine Quittung über den beschlagnahmten/sichergestellten Gegenstand auszustellen, aus der Name und Dienststelle des beschlagnahmenden/sicherstellenden Beamten hervorgehen.

(3) In Zweifelsfällen soll bei eindeutiger Feststellung der Person des Pressefotografen vor einer Entscheidung über die Beschlagnahme/Sicherstellung eine gemeinschaftliche Überprüfung des betreffenden entwickelten Filmmaterials erfolgen.“

II. Film

Vorbemerkungen zum Filmtabellenteil (Tabellen 56—78).

Der Bund erhebt seit 1974 nach § 16 a FFG im Bereich der Filmwirtschaft eine Bundesstatistik. Die Erhebungen erstrecken sich auf die Zeit ab 1. Januar 1973 und in der Sache auf Unternehmen, die Filme herstellen, verteilen, vertreiben oder vorführen oder die filmtechnische Leistungen erbringen. Mit dem FFG 1979 ist der ursprünglich jährliche Erhebungsrhythmus umgestellt und nur noch jedes zweite („ungerade“) Jahr in die Statistik einbezogen worden. Einen jährlichen Erhebungsrhythmus hat jedoch die Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) beibehalten. Die Ergebnisse werden in den jährlich erscheinenden Filmstatistischen Taschenbüchern der SPIO veröffentlicht. Diese Quelle bietet aktuellere, aber auch weiter zurückreichende Daten als die amtliche Statistik, deckt deren Erhebungsgegenstände allerdings weder im Umfang noch in der Gliederungstiefe ab; insbesondere enthält sie keine Angaben über die Entwicklung von Umsätzen und Kosten der Filmherstellung. Die hier wiedergegebenen Tabellen aus der amtlichen Statistik sind Auszüge aus der vom Statistischen Bundesamt herausgegebenen Fachserie „Bildung und Kultur“, Reihe 6 „Filmwirtschaft“⁴⁰⁾.

⁴⁰⁾ Eine den Zeitraum von 1975 bis 1983 abdeckende Einführung in dieses Zahlenwerk gibt Werner Taubert, Entwicklung der Filmwirtschaft — Ergebnisse der Statistik der Filmwirtschaft, in: „Wirtschaft und Statistik“, Heft 12/1985, S. 947—951.

IV. Tonträger

Im folgenden chronologischen Überblick zur langfristigen innovatorischen Entwicklung des Tonträgermarktes können nur stichwortartig einige der Neuerungen erwähnt werden, die unmittelbar das Produkt bzw. dessen Verwendbarkeit folgenreich änderten.

Im ersten Jahrzehnt dieses Jahrhunderts verdrängte die Schallplatte die Walze, d. h. der Programmträger des „Grammophons“ den des (1877 erfundenen) „Phonographen“. Der Wechsel von mechanischen zu elektrischen Verfahren setzte bei der Aufnahme von Tonprogrammen Mitte der zwanziger und bei der Wiedergabe Anfang der dreißiger Jahre ein. Mit dem Voranschreiten des 1948 beginnenden Übergangs zur Langspielplatte wurde Schellack als Preßmaterial durch Kunststoffe auf der Basis von Polyvinylchlorid binnen weniger als zehn Jahren völlig ersetzt. 1958 erschienen die zweikanalig (in Stereotechnik) aufgenommenen Schallplatten, die räumliches Hören ermöglichen, auf dem deutschen Markt. Im ersten Quartal 1983 schließlich wurde die sog. Kompaktschallplatte eingeführt, deren digital aufgezeichnete Informationen mittels Laser abgetastet werden, ohne Nadelrauschen und Verschleiß aus mechanischer Berührung.

Das Tonband setzte sich erst spät auf dem Konsummarkt durch. Seine Verbreitung war lange durch das Fehlen von Abspielgeräten niedriger Preislage behindert. Größere Anteile am deutschen Tonträgermarkt erzielte es in den siebziger Jahren, in denen der Kassettenrekorder das aufwendigere Spulengerät überflügelte. Mit dem Bestand an Abspielgeräten steigerten sich die Bemühungen, das Bandmaterial zu verbessern, traten beispielsweise Chromdioxid- zu Eisenoxydbändern in Wettbewerb.

Die Entwicklung der Stückumsätze von Schallplatten und bespielten Tonbändern (fast nur Musikkassetten) im Zeitraum von 1969 bis 1984 ist im einzelnen der Tabelle 79 zu entnehmen. Bis 1979 stieg der Stückabsatz der Schallplatten überwiegend an, sank seit 1980 bei den Langspielplatten und zeigte seither eine unstetige Entwicklung bei den anderen herkömmlichen Schallplatten (niedrige Preislage, meist nur 17 cm Durchmesser⁴¹), Aufzeichnungen von Unterhaltungsmusik). Die höchsten Zuwachsraten wurden mit bespielten Tonbändern erzielt; hier ergaben sich bis 1983 zwar Abschwächungen des Zuwachses, aber Rückgänge erst im Jahr 1984.

Wie Tabelle 80 belegt, konzentrierten sich die Rückgänge der Stückumsätze mit Schallplatten nach 1979 zunächst weitestgehend auf einen Vertriebsweg, auf den Handel. Soweit erkennbar, hatten die anderen Vertriebswege vor 1984 keine größeren Mengenumsatzeinbußen hinzunehmen, waren andererseits aber an der Einführung der erfolgreichen Kompaktschallplatte bis Ende 1984 nur relativ gering beteiligt.

⁴¹) 1984 hatten rund vier Fünftel dieser Schallplatten einen Durchmesser von 17 cm, der Rest von 30 cm (sog. Maxi-Single).

Die Aufgliederung der Stückumsätze nach Preiskategorien (normal und niedrig) in Tabelle 81 zeigt eine zeitweise gegenläufige Entwicklung bei Platten und Tonbändern: bei den Langspielplatten normaler Preislage fielen die Stückmengenrückgänge bis 1983 schwächer aus als bei den Niedrigpreisplatten, dagegen hatten die Niedrigpreistonbänder im Unterschied zu den (bespielten) Tonbändern normaler Preislage sogar Stückumsatzzuwächse zu verzeichnen. 1984 wiederum ergaben sich für die Niedrigpreisprodukte in allen Tonträgergruppen deutlich niedrigere Mengenrückgänge als für die höheren Preisklassen.

V. Rundfunk

1 Wirtschaftliche Entwicklung

Auskunft zur wirtschaftlichen Entwicklung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geben die Tabellen 82—89 sowie die Anmerkungen in Abschnitt D V 1 des Berichtes.

3 Fortentwicklung des Rundfunkrechts

3.2.2 Zur Funktionsbindung des Redakteurs

Wortlaut der Programmrichtlinien des Deutschlandfunks vom 29. September 1983:

„Der Rundfunkrat beschließt gem. § 9 Abs. 2 des Gesetzes über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts (BRG) vom 29. November 1960 und in Übereinstimmung mit Art. 5 GG folgende Richtlinien:

I.

Nach § 5 Abs. 1 BRG ist es die Aufgabe des Deutschlandfunks, ‚Rundfunksendungen für Deutschland und das europäische Ausland‘ zu veranstalten. ‚Die Sendungen sollen ein umfassendes Bild Deutschlands vermitteln‘.

II.

Abs. 1

Dieser Auftrag, und zwar insbesondere in seiner thematischen Ausrichtung auf ‚Deutschland und das europäische Ausland‘, hat bei der Programmgestaltung Vorrang. Es ist erforderlich, daß hierbei ‚inhaltliche Ausgewogenheit, Sachlichkeit und gegenseitige Achtung‘ gewährleistet werden (BVerfGE 12, 263).

Abs. 2

Die Informationssendungen sollen durch Darstellung der wesentlichen Materialien der unabhängigen Meinungsbildung dienen. Sie müssen in ihrer Gesamtheit der ‚Vielfalt der bestehenden Meinungen in möglicher Breite und Vollständigkeit‘ Ausdruck geben (BVerfG Urt. v. 16. 6. 1981) und dürfen die persönliche Entscheidung nicht durch Weglassen wichtiger Tatsachen, durch Verfälschung oder

durch Suggestivmethoden zu bestimmen versuchen.

Abs. 3

Der besondere Auftrag des Deutschlandfunks erfordert vor allem, den Informationsbedürfnissen der Rundfunkteilnehmer, darunter besonders derer in der DDR, durch eine sachliche, zutreffende und umfassende Darstellung Deutschlands gerecht zu werden.

Die Sendungen sollen dazu beitragen, das Verständnis der Deutschen füreinander zu fördern und das Bewußtsein ihrer Zusammengehörigkeit zu stärken.

III.

Das Programm ist dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet. Die Wertordnung des Grundgesetzes muß daher maßgeblich für das gesamte Programm sein.

IV.

Der Intendant ist verpflichtet, darüber zu wachen, daß alle Mitarbeiter des Deutschlandfunks die verfassungsrechtliche Bindung des Rundfunks in allen Sendungen beachten. Dies gilt insbesondere für die verantwortlichen Redakteure. Sie dienen der Anstalt ‚bei der dieser überantworteten Aufgabe der Programmgestaltung‘. Der einzelne Rundfunkjournalist hat ein ‚Recht auf eigenständige Kommentierung zulässigerweise nur zur funktionsbedingten Wahrnehmung eines öffentlichen Programmauftrages ... und nicht zur Entfaltung seiner Persönlichkeit‘ (OVG Münster, Urteil vom 16. 4. 1981).“

3.2.3 Neue Redakteurstatute

Wortlaut des Redakteurstatuts der Deutschen Welle vom 28. Oktober 1983:

„Präambel

Nach § 23 des Rundfunkgesetzes müssen die Sendungen der Deutschen Welle in ihrer Gesamtheit der freiheitlich demokratischen Grundordnung entsprechen. Sie dienen einer unabhängigen Meinungsbildung und dürfen nicht einseitig eine Partei, eine Religionsgemeinschaft, einen Berufsstand oder eine Interessengemeinschaft unterstützen, die sittlichen und religiösen Empfindungen der Rundfunkteilnehmer sind zu achten. Im Rahmen dieser gesetzlichen Vorschriften soll die Unabhängigkeit der redaktionellen Mitarbeiter der Deutschen Welle in ihrer publizistischen Arbeit durch die folgenden Regelungen gewährleistet werden.

1. Schutzbestimmungen

- a) Ein redaktioneller Mitarbeiter darf nicht gezwungen werden, einen Beitrag mit einem bestimmten Meinungsinhalt gegen seine Überzeugung zu verfassen oder Eingriffe in einen Beitrag, der unter seinem Namen läuft, hinzunehmen, die seine beabsichtigte Aussage verfälschen.

- b) Er darf nicht angewiesen werden, beim Verfassen von Beiträgen eine Information zu unterdrücken, ohne die der Wahrheitsgehalt verfälscht würde.
- c) Aus seiner Weigerung darf ihm kein Nachteil entstehen.

2. Informationsbestimmungen

Verantwortungsvolle Mitarbeit setzt ausreichende Information voraus.

- a) Redaktionellen Mitarbeitern dürfen von ihren Vorgesetzten Informationen über Vorgänge nicht vorenthalten werden, die ihren journalistischen Verantwortungsbereich betreffen. Die Information hat rechtzeitig zu erfolgen. Vor Berufung, Abberufung oder Versetzung eines Vorgesetzten sollen die unmittelbar unterstellten Mitarbeiter informiert werden. Die Mitarbeiter haben das Recht, zu diesen Informationen — auch gemeinsam — Stellung zu nehmen.

3. Vertretung der Redakteure

Der Redakteursversammlung gehören alle redaktionellen Mitarbeiter der Deutschen Welle an. Dazu gehören die festangestellten Redakteure, Reporter und Redaktionsvolontäre sowie die Mitarbeiter, die laut Vertrag neben ihren eigentlichen Aufgaben auch mit redaktioneller Arbeit betraut sind. Der Redakteursversammlung gehören sowohl befristet wie unbefristet angestellte redaktionelle Mitarbeiter an.

Die Redakteursversammlung wählt für ein Jahr

- a) den Redakteursausschuß, dessen Mitglieder die Interessen der redaktionellen Mitarbeiter und der Redakteursversammlung gegenüber der Anstalt vertreten,

und für zwei Jahre

- b) das Präsidium, das die Sitzungen der Redakteursversammlung einberuft und leitet und dem Redakteursausschuß organisatorische Hilfe leistet.

Näheres regelt die Geschäftsordnung zum Redakteurstatut.

4. Vertretungsrechte

Jeder redaktionelle Mitarbeiter hat das Recht, seine in den Ziffern 1. und 2. geschützten Interessen durch den Redakteursausschuß gegenüber anderen redaktionellen Mitarbeitern, seinem Vorgesetzten und der Leitung der Anstalt vertreten zu lassen. Ihn und den Mitgliedern des Ausschusses dürfen daraus keine Nachteile entstehen. Die Schutzbestimmungen nach 1a) bis c) dieses Statutes gelten auch für freie redaktionelle Mitarbeiter.

5. Verhältnis zum Personalrat

Rechte, Pflichten und Aufgaben des Personalrates werden durch das Redakteurstatut nicht berührt oder eingeschränkt.“

VI. Elektronische Textkommunikationsdienste

Im folgenden wird eine Übersicht über die zur Zeit vorhandenen internationalen Bezeichnungen der Teleschriftformen mit der jeweiligen Realisierungsphase (Test = T oder endgültige Einführung = E) und dem jeweiligen Jahr wiedergegeben⁴²⁾.

⁴²⁾ vgl. hierzu: Ring/Hartstein, Bildschirmtext heute, München 1983, S. 10 f.; Dietrich Ratzke, Handbuch der Neuen Medien, Stuttgart 1984 (2. Aufl.).

a) Internationale Übersicht über die mit dem deutschen System Bildschirmtext vergleichbaren Teleschriftformen (Teletexte), internationale Bezeichnung „interactive videotex“

Land	Bezeichnung	System	Test (T) Einführung (E)
Belgien	Videotext	Viewdata	1981 (T) 1983/84 (E)
Brasilien		Antiope	1981/82 (T) 1983/84 (E)
Bundesrepublik Deutschland	Bildschirmtext	Viewdata	6. 1980 (T) 1983 (E)
Dänemark	Teledata	Viewdata	1980 (T)
Finnland	Telset	Viewdata	1978 (T)
Frankreich	Teletel	Antiope	1980 (T) 1983 (E)
Frankreich	Annuaire électronique	Antiope	1981/82 (T)
Großbritannien	Prestel	Viewdata	9. 1979 (E)
Hongkong	Prestel	Viewdata	1978 (T) 1981 (E)
Italien	Videotel	Viewdata	
Japan	Captain	Captain	1979 (T)
Kanada (Bell)	Vista	Telidon	1979 (T) 1981 (E)
Kanada (New. Brunsw.)	Mercury	Telidon	1980 (T)
Kanada (Alberta Gov.)	Vidon	Telidon	1980 (T)
Kanada (Manitoba Tel.)	Ida	Telidon	1980 (T)
Niederlande	Viditel	Viewdata	1980 (T)
Norwegen	Teledata	Viewdata	1980 (T)
Österreich	Bildschirmtext	Viewdata	1979 (T) 1982 (E)
Schweden	Datavision	Viewdata	1979 (T) 1983 (E)
Schweiz	Telegon- Bildschirmtext	Viewdata	1979 (T) 1983 (E)
Spanien	Videotex- Funesco	Antiope	1980 (T)
UdSSR	Prestel	Viewdata	1979 (T)
USA Insac/GTE	Prestel	Viewdata	1980 (T)
USA Landw. Min.	Green Thumb	Viewdata	1980 (T)
USA Viewdata C.	Viewtron	Viewdata	1980 (T)
USA AT & T	Electronic Inf. Service	Viewdata	1979 (E)

b) Internationale Übersicht über die mit dem deutschen System Videotext vergleichbaren Teleschriftformen (Teletexte), internationale Bezeichnung „broadcasting videotex“

Land	Bezeichnung	System	Test (T) Dienst (D)
Australien	Teletext „Channel 7“	Antiope	1978 (T)
Belgien (flämischer Rdfk.)	Biblos	Teletext	1980 (T)
Bundesrepublik Deutschland	Videotext	Teletext	1980 (T)
Frankreich	Antenne 2	Antiope	1978 (T)
Frankreich	Bourse	Antiope	1977 (T)
Frankreich	Meteo	Antiope	1979 (T)
Großbritannien (BBC)	Ceefax	Teletext	1974 (D)
Großbritannien (IBA)	Oracle	Teletext	1974 (D)
Italien		Antiope	1980 (T)
Japan (NHK)	CIBS	Teletext	1978 (T)
Kanada (TV Ontario)	Toronto	Teletext	1980 (T)
Niederlande	Teletekst	Teletext	1978 (T)
Österreich	Teletext	Teletext	1980 (T)
Schweden	Text-TV	Teletext	1979 (T)
UdSSR	Antiope	Antiope	1980 (D)
USA (CBS)	Teletext	Teletext	1979 (T)
USA (KSL-TV)	Teledata	Teletext	1978 (T)
USA (Micro-TV, Inc.)	Info-Text	Teletext	1977 (T)
USA (CPB-TV)	Linie 21	Teletext	1980 (T)

E. Journalisten und freie Mitarbeiter

I. Angestellte Journalisten

1 Arbeitsmarkt

1.3 Arbeitslosigkeit

Erkenntnisse des Forschungsgutachtens „Journalistische Arbeitsmarktsituation 1983“ über Ursachen und Struktur der Arbeitslosigkeit von Journalisten:

- Die Arbeitslosenquote für Journalisten lag mit 4,3% wesentlich unter der allgemeinen Arbeitslosenquote (Jahresdurchschnitt 1983: 9,1%).
- Journalistische Arbeitslosigkeit ist ein Problem der Ballungsgebiete; in rund 27% der Arbeitsamtsbezirke leben fast $\frac{2}{3}$ der arbeitslosen Journalisten, wobei neben München, Hamburg und Berlin die Räume Frankfurt/Mainz/Wiesbaden und Köln/Bonn Schwerpunkte sind.
- Journalistische Arbeitslosigkeit betrifft nicht in erster Linie ältere Arbeitnehmer; vielmehr fallen knapp 58% der befragten arbeitslosen Journalisten in die Altersgruppe bis 40 Jahre, während der Anteil der 51- bis 60jährigen bei 11,5% liegt und älter als 60 Jahre nur 6,5% der befragten Personengruppe sind.
- Die Dauer der Arbeitslosigkeit liegt in der Mehrzahl unter einem halben Jahr: 52,4% fallen in

diese Gruppe; zwischen 6 und 12 Monaten arbeitslos waren 16,4% der Befragten, über 1 Jahr arbeitslos waren 31,3% der Befragten (darunter 20,4%, die schon zwei- und mehrjährig arbeitslos waren).

- Arbeitslose Journalisten haben 1983 insgesamt gesehen einen höheren Bildungsstand als in der entsprechenden Untersuchung von 1975: so haben 84% der Befragten das Abitur abgelegt, über 96% haben entweder Abitur oder Mittlere Reife.
- Die Mehrzahl der arbeitslosen Journalisten (50,2%) hat vor der journalistischen Tätigkeit schon eine andere Tätigkeit erlernt bzw. ausgeübt (22,3% kaufmännische, 12,2% praktisch-handwerkliche, 7,9% künstlerische und 10,6% andere publizistische Berufstätigkeiten).
- Ursächlich für die Arbeitslosigkeit waren vor allem Konzentrationsvorgänge wie Einstellung des Betriebs, Kooperation und Fusion (bei rd. einem Drittel der Fälle) und persönliche Gründe (in 33,9% der Fälle). Die Kündigung durch den Arbeitnehmer selbst erfolgte in etwa 1/5 der Fälle.
- Die Gegenüberstellung der Tätigkeitsdauer der vorjournalistischen Arbeit und der insgesamt als Journalist verbrachten Berufszeit zeigt, daß die Mehrzahl der arbeitslosen Journalisten die

weitaus längere Zeit im journalistischen Beruf zugebracht hat, wobei über die Hälfte der arbeitslosen Journalisten bereits acht und mehr Jahre publizistisch tätig war. Die journalistische Tätigkeit vor der Arbeitslosigkeit erfolgte zu rd. 70% im Bereich der Printmedien, zu rd. 12% im Bereich der elektronischen Medien und zu rd. 20% in sonstigen Bereichen.

- Als vorrangig für den Wiedereintritt in ein Beschäftigungsverhältnis werden von den Journalisten informelle Kontakte erachtet. Nach der genannten Untersuchung erwarten 65,8% eine neue Stelle am ehesten durch persönliche Beziehungen, 17,1% über Stellenanzeigen und nur 4,4% durch Vermittlung des Arbeitsamtes. Eine Nachprüfung bei nicht mehr arbeitslosen Journalisten zeigt einen Vermittlungserfolg der Arbeitsämter bei rd. 7,1% der Befragten.

2 Aus- und Weiterbildung

2.2 Grundsätze und Empfehlungen von Arbeitgeber-, Arbeitnehmerorganisationen und Kirchen

- a) Die Delegiertenversammlung des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) hat am 22. April 1982 „Grundsätze für das Redaktionsvolontariat an deutschen Zeitungen“ verabschiedet. Diese „Grundsätze“ weisen dem Verlag und der Redaktion die Aufgabe zu, den Redaktionsvolontär durch das Volontariat zu befähigen, an der Erfüllung der öffentlichen Funktion einer freien Presse mitzuwirken; er soll auf die Rechte und Pflichten vorbereitet werden, die sich aus journalistischer Tätigkeit und einem Arbeitsverhältnis als Redakteur ergeben. Im übrigen soll der Volontär vor allem dadurch in die Redaktionsarbeit eingeführt werden, daß er in steigendem Maße an ihr teilnimmt.

Verlage, die Redaktionsvolontäre einstellen wollen, sollen danach eine Reihe von Bedingungen erfüllen. So sollen sie entweder eine Vollredaktion mit mindestens zwei der klassischen Ressorts Politik, Kultur, Lokales oder Sport besitzen oder anderenfalls sicherstellen, daß der Redaktionsvolontär in einer Gemeinschaftsredaktion, in anderen Verlagen oder durch Teilnahme an sonstigen Bildungsmaßnahmen in den weiteren Ressorts unterwiesen wird. Außerdem benennt jeder Verlag, der Redaktionsvolontäre beschäftigt, einen „Ausbildungsredakteur“, der das Volontariat im Einvernehmen mit dem Chefredakteur bzw. der Redaktionsleitung fördert, überwacht und koordiniert.

In der Regel dauert das Redaktionsvolontariat zwei Jahre. Der Verlag kann diese Ausbildungszeit jedoch verkürzen — bei Volontären mit abgeschlossener Berufsausbildung bis auf 18 Monate, bei Volontären mit abgeschlossenem Hochschulstudium bis auf 12 Monate.

Die „Grundsätze“ bestimmen, daß dem Volontär bei seiner Tätigkeit Grundkenntnisse und Erfahrungen in allen journalistischen Tätigkeiten und Darstellungsformen vermittelt werden. Der Vo-

lontär soll die Pressegesetze, die einschlägigen Bestimmungen des Urheber- und Verlagsrechts sowie die Grundzüge des Verfassungsrechts kennenlernen und den nötigen Wissenshintergrund für eine künftige fundierte Berichterstattung vor allem im (kommunal-) politischen und wirtschaftlichen Bereich erwerben.

Während des Volontariats durchläuft der Volontär verschiedene redaktionelle Ressorts. Pflichtstationen sind die Ressorts Politik (Nachrichten) und Lokales sowie ein drittes Ressorts, etwa Wirtschaft, Kultur oder Sport. In jedem dieser drei Ressorts soll der Redaktionsvolontär zwei Monate tätig sein. In regelmäßigen Abständen, und zwar mindestens einmal im Monat, soll eine verlagsinterne Unterweisung durch den Ausbildungsredakteur stattfinden. Hausinterne Informationsveranstaltungen werden ergänzt durch die Bildungsangebote der publizistischen Bildungsstätten. Ein Anteil von etwa vier bis sechs Wochen an der gesamten Volontariatsdauer entfällt auf diese überbetrieblichen Bildungsmaßnahmen.

- b) Auch der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ) hat in einer Entschließung vom 10. November 1983 Empfehlungen zur Heranbildung des Redakteurnachwuchses verabschiedet. Der VDZ versteht den Beruf des Redakteurs als einen offenen Beruf. Allerdings erwartet er, daß der Nachwuchs in sachgerechter und praxisorientierter Weise an den Redakteurberuf herangeführt wird.

Angesichts der Vielfalt der Zeitschriftenpresse hält der VDZ bis ins einzelne gehende und dazu noch einheitliche Richtlinien nicht für möglich. Aus diesem Grund wurden für Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften jeweils spezielle Empfehlungen erarbeitet.

Das Redaktionsvolontariat beispielsweise bei Publikumszeitschriften hat zum Ziel, journalistische Nachwuchskräfte umfassend und gründlich auf den Beruf des Redakteurs vorzubereiten. Der Volontär soll hierbei die handwerklichen Grundlagen des Journalistenberufs erlernen, mit allen journalistischen Darstellungsformen vertraut gemacht werden, Kenntnisse der Layout- und Umbruchtechnik sowie der technischen Herstellung von gedruckten Medien erlernen sowie berufsbezogenes Grundlagenwissen erwerben und vertiefen.

Das Redaktionsvolontariat soll dazu befähigen, alle Funktionen zu erfüllen, die sich aus der journalistischen Tätigkeit bei einer Publikumszeitschrift ergeben. Den Volontären sollen hierbei insbesondere praktische Kenntnisse über die spezifische Gestaltung einer Publikumszeitschrift vermittelt werden.

Der Redaktionsvolontär bei Publikumszeitschriften soll mindestens 20 Jahre alt sein und eine Vorbildung besitzen, die es ihm ermöglicht, sein Berufsziel zu erreichen, also z. B. die Hochschul- oder Fachhochschulreife in Verbindung mit einem Fachstudium oder eine abgeschlossene berufliche Ausbildung.

Das Redaktionsvolontariat bei Publikumszeitschriften dauert in der Regel zwei Jahre und erstreckt sich auf verschiedene redaktionelle Ressorts. Der Volontär soll vornehmlich dadurch in die Redaktionsarbeit eingeführt werden, daß er in steigendem Maße daran teilnimmt. Neben der Ausbildung in der Praxis der Redaktionsarbeit soll er Gelegenheit erhalten, an berufs begleitenden, vom Verlag bestimmten Fortbildungsmaßnahmen teilzunehmen.

Publikumszeitschriften, die Redaktionsvolontäre einstellen, sollen einen Redakteur benennen, der das Volontariat im Einvernehmen mit dem Chefredakteur bzw. der Redaktionsleitung fördert, überwacht und koordiniert.

Die Empfehlungen des VDZ zur Volontärausbildung in Fachzeitschriftenredaktionen betonen die hohe Verantwortung des künftigen Fachzeitschriftenredakteurs und die sich daraus ergebenden Anforderungen an die Ausbildung.

- c) Seit 1977 gibt es das Projekt „Volontärsausbildung für die katholische Presse“. Es wird von der im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz arbeitenden MDG Medien-Dienstleistung-GmbH, München, koordiniert und finanziell gefördert.

Unter Berücksichtigung der BDZV-Grundsätze für das Redaktionsvolontariat an deutschen Zeitungen vom 22. April 1982 sieht der Ausbildungsgang in einem katholischen Verlag vor, eine umfassende und gründliche praxisgerechte Ausbildung von Redakteuren für die katholische Presse in allen redaktionellen Ressorts der Zeitung oder Zeitschrift einschließlich der Technik zu gewährleisten. Die Redaktionsvolontäre sollen der katholischen Konfession angehören und das Abitur (evtl. ein Hochschulstudium) oder eine abgeschlossene berufliche Ausbildung nachweisen.

Die Volontäre absolvieren 21 Monate praktische Grundausbildung in Redaktionen der katholischen Presse. Dazu kommen drei Monate Praktikum bei einem Tageszeitungsverlag oder einer Pressestelle. Dazwischen geschaltet sind vier Blockseminare. Die Programme dieses Seminars sollen die in der redaktionellen Ausbildung erworbenen Kenntnisse systematisch durch Referate, Übungen und Arbeitskreise erweitern und vertiefen.

- d) Die am 24. Mai 1982 vom Fachbereich Zeitschriften im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e.V. verabschiedete Empfehlung für die Ausbildung von Volontären an evangelischen Zeitschriften sieht vor, die Ausbildung des künftigen Journalisten so umfassend auszugestalten, daß er die Fähigkeiten und Kenntnisse erwirbt, um die öffentliche Funktion der Presse und insbesondere die besonderen Aufgaben christlicher Publizistik erfüllen zu können. Ziel der journalistischen Ausbildung ist die Vermittlung von Kenntnissen, die den Journalisten in den Stand setzen, gesellschaftliche und kirchliche Zusammenhänge zu erkennen, zu werten und zu vermitteln. Der Verlag, der einen Volontär einstellt, ist verpflichtet, alle Voraussetzungen dafür zu

schaffen, daß die Redaktion den Volontär im Sinne dieses Vertrages optimal ausbilden kann. Der Volontär soll Mitglied einer evangelischen Kirche sein.

Die Ausbildung im Verlag umfaßt die journalistischen Grundtätigkeiten und vermittelt ferner Grundkenntnisse des Pressewesens in rechtlicher und technischer Hinsicht. Die Ausbildung erfolgt in allen redaktionellen Ressorts der Zeitschrift sowie bei einer säkularen Zeitung und beim Rundfunk oder Fernsehen. Der Volontär muß einmal mindestens sechs Wochen an Ausbildungskursen eines der von den Berufsorganisationen der Presse anerkannten oder getragenen Institute teilnehmen. Die Erfüllung des Ausbildungsplans wird in einem Ausbildungsbegleitpapier festgehalten.

Die Ausbildung dauert in der Regel zwei Jahre. Ein Redakteur ist mit der Überwachung der Ausbildung zu beauftragen.

- e) In einem gemeinsamen Tarifvertragsentwurf haben der Deutsche Journalisten-Verband e. V. (DJV), die Deutsche Journalisten-Union in der Industriegewerkschaft Druck und Papier (dju) und die Deutsche Angestellten Gewerkschaft (DAG) im Mai 1980 Regeln zur inhaltlichen und organisatorischen Gestaltung der Journalisten-ausbildung an den Tageszeitungen vorgelegt, die von der Arbeitgeberseite allerdings abgelehnt worden sind.

Nach dem Tarifvertragsentwurf soll die Ausbildung des künftigen Journalisten so umfassend sein, daß er die Fähigkeiten und Kenntnisse erwirbt, um die öffentliche Funktion der Presse, wie sie in den Landespressegesetzen verankert ist, erfüllen zu können. Der Verlag, der einen Volontär einstellt, ist verpflichtet, alle Voraussetzungen dafür zu schaffen, daß die Redaktion den Volontär im Sinne dieses Tarifvertrages optimal ausbilden kann. Der Volontär ist verpflichtet, die angebotenen Ausbildungsmöglichkeiten intensiv zu nutzen.

Die wichtigsten Forderungen sind: ein Volontär darf die Arbeitskraft eines festangestellten Journalisten nicht ersetzen. Das Mindestverhältnis von Redakteuren zu Volontären ist tarifvertraglich festzuschreiben. Ein Volontär hat Anspruch auf einen Ausbildungsvertrag (Anstellungsvertrag) mit Ausbildungsplan. Die Ausbildung darf nur in solchen Verlagen erfolgen, die über die klassischen Ressorts verfügen bzw. in der Lage sind, die im eigenen Verlag nicht möglichen Ausbildungsgänge auf Gemeinschaftsredaktionen zu übertragen.

Die Ausbildung muß in allen redaktionellen Ressorts der Zeitung, mindestens aber in den Ressorts Lokales, Politik und wahlweise einem weiteren Ressort erfolgen. Die Ausbildung im Verlag muß die journalistischen Grundtätigkeiten wie Recherchieren, Schreiben, Redigieren, Auswählen und Bewerten umfassen. Außerdem muß die Ausbildung Grundkenntnisse vermitteln in Presse- bzw. Medienrecht, Arbeitsweise und Organisation verschiedener Medien, Zeitungstechni-

nik, Rechtsbeziehungen zwischen Verlag und Redaktion, allgemeine Rechtsgrundlagen und Probleme des journalistischen Berufs.

Der Tarifvertrag muß den Umfang der betrieblichen und überbetrieblichen Ausbildungsgänge während des Volontariats festschreiben. Die Verlage sind verpflichtet, einen Ausbildungsredakteur zu berufen. Volontäre haben Anspruch auf die rechtzeitige Vereinbarung über Übernahme oder Nichtübernahme in das Redakteursverhältnis im Anschluß an das Volontariat.

- f) Die Rundfunk-, Fernseh-, Film-Union in der Gewerkschaft Kunst im DGB (RFFU) hat am 28./29. April 1981 ein Konzept zur Aus-, Fort- und Weiterbildung u. a. von Journalisten für Hörfunk, Fernsehen und Film beschlossen. Darin fordert sie eine für alle Medien geltende staatliche Förderung des Nachwuchses an staatlichen oder öffentlich-rechtlichen Bildungseinrichtungen. Journalisten sollen dabei betrieblich und überbetrieblich praktisch geschult werden. Jeder soll neben dieser Grundausbildung die Möglichkeit erhalten, sich in einem Fach speziell ausbilden zu lassen. Jeder müsse die Möglichkeit erhalten, sich zum Journalisten ausbilden zu lassen, der die Hoch- oder Fachhochschulreife besitzt oder eine vergleichbare Qualifikation in einer Eignungsprüfung nachweist. Das Konzept enthält ferner Vorstellungen zum Ablauf des Studiums und der Praktika.
- g) Grundsätze oder Empfehlungen zur Weiterbildung von Redakteuren sind bisher nur von der RFFU aufgestellt worden, sie werden aber von allen Journalistenorganisationen angestrebt.

2.3 Von Bund und Ländern (mit)getragene Förderungsmaßnahmen

Es handelt sich um folgende Einzelmaßnahmen der Bundesregierung:

- a) Von der Bundesregierung wurden 1985 Mittel in Höhe von DM 340 000 als projektgebundene Zuschüsse für Seminare und Lehrgänge in journalistischen Aus- und Fortbildungsstätten zur Verfügung gestellt. Zu den Empfängern zählen insbesondere das Deutsche Institut für publizistische Bildungsarbeit/Haus Busch in Hagen, die Deutsche Journalistenschule in München, die Akademie für Publizistik in Hamburg und die Christliche Presse-Akademie in Frankfurt am Main.
- b) Die Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin wird vom Bund und dem Land Berlin zu gleichen Teilen getragen. Die Akademie hat die Aufgabe, Kenntnisse über Film und Fernsehen zu vermitteln und die künstlerische Entwicklung des Films und des Fernsehens zu fördern. Sie hat sich das Ausbildungsziel gesteckt, denjenigen, die selbständig und unabhängig im Filmbereich arbeiten wollen, eine theoretische und praktische Basis für ihre spätere berufliche Tätigkeit zu vermitteln. Das Schwergewicht der Ausbildung liegt in den Fachrichtungen Regie,

Kamera und Produktion. Die Ausbildung dauert 6 Semester. Es sind insgesamt etwa 60 Studienplätze vorhanden. Hierfür hat der Bund 1984 2 324 000 DM aufgewendet.

- c) Der Modellversuch „Berufsbezogener Studiengang im Bereich Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft)“ an der Universität München diente der Entwicklung und Erprobung eines grundständigen Journalistik-Studiums. Im Rahmen des Modellversuchs, der von 1974 bis 1979 vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft mit insgesamt 632 000 DM gefördert wurde, wurde ein achtsemestriger Studiengang entwickelt, der durch die Übertragung der „handwerklichen“ Teile der Journalistenausbildung an die Deutsche Journalistenschule den notwendigen Praxisbezug sicherstellt, während die Universität die theoretischen Lehrinhalte abdeckt. Der Diplom-Studiengang, zunächst als Magisterstudiengang konzipiert, wurde mit dem Wintersemester 1978/79 in das reguläre Lehrangebot der Universität München überführt. Die Aufnahme in den Studiengang erfolgt für die meisten Studenten über eine Eignungsprüfung der Deutschen Journalistenschule, die für diese Studenten weiterhin die praktische Ausbildung durchführt; es werden auch Studenten zugelassen, die ein einjähriges Volontariat nachweisen können. Beide Gruppen müssen im Verlauf des Studiums an zusätzlichen Praktika teilnehmen. Im Mai 1982 haben die ersten sieben Absolventen den Diplom-Studiengang abgeschlossen, in den jetzt 45 Bewerber pro Jahr aufgenommen werden.
- d) Im Rahmen des Modellversuchs Journalistenausbildung der Universität Dortmund, der von 1975 bis 1980 mit rd. 1,7 Mio. DM vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft gefördert wurde, wurde ein vierjähriger Studiengang entwickelt und erprobt, der aus sechs Studiensemestern und 14 Monaten Volontärpraktikum in Presse und Rundfunk besteht. Die wissenschaftliche Ausbildung schließt sowohl spezifisch journalistische Kenntnisse und Fertigkeiten als auch die Vertiefung in einem anderen Fach der Universität ein (z. B. Geschichte, Politikwissenschaft, Soziologie). Der Praxisbezug wird über das Praktikum hinaus durch Arbeit in einer Lehrredaktion und durch die Beteiligung von Praktikern an der Lehre sichergestellt. Der Studiengang ist mit einigen Modifikationen nach dem Ende der Modellversuchsförderung in das reguläre Lehrangebot der Universität Dortmund übernommen worden.

Parallel zu dem entsprechenden Münchner Vorhaben hat der Modellversuch die erste grundständige Hochschulausbildung zum Journalisten entwickelt; als Abschluß wird jeweils der Grad eines Diplom-Journalisten verliehen.

- e) Der Modellversuch Journalistenweiterbildung der FU Berlin, der von 1979 bis 1984 vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft mit rd. 1,7 Mio. DM gefördert wurde, hatte ein variables Curriculum zur Weiterbildung von Journalisten

aus den verschiedenen beruflichen Tätigkeitsfeldern entwickelt und erprobt. Die Teilnehmer mußten eine mindestens vierjährige Berufserfahrung und ein Mindestalter von 24 Jahren haben. Das berufsbegleitend angelegte Studium dauerte 2¹/₂ Jahre und wurde in Form von Kursen, Block-Seminaren und mit Hilfe von Fernstudienmaterialien durchgeführt, so daß auch Journalisten aus dem ganzen Bundesgebiet eine Teilnahme möglich war. Absolventen erhielten nach bestandener Prüfung ein Zeugnis, das die Gesamtnote, das Thema und die Benotung der Hausarbeit sowie prüfungsrelevante Studienanteile bescheinigte. Über eine Fortführung dieses Weiterbildungsangebots ist bisher nicht abschließend entschieden worden.

- f) Die bei der Nutzung neuer Medien beteiligten Medienberufe geraten immer stärker in das Blickfeld. Der zunehmende Einsatz komplexerer neuer Medien, z. B. des audiovisuellen Verbundsystems mit Rechnern, Btx, Videoband, Bildplatte usw. in Familie, Freizeit, Beruf sowie Bildung und Wissenschaft verlangt eine entsprechende Vorbildung der Benutzer. Eine gezielte Fortbildung der Lehrer ist wichtig, um sie in die Lage zu versetzen, auch die neuen Medien im Unterricht zu verwenden.

Neue Tätigkeitsfelder eröffnen sich ferner in der außerschulischen Jugend- und Weiterbildung, die beispielsweise arbeitslosen Lehrern neue berufliche Chancen bieten könnten.

Der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft hat mit einigen Bundesländern und mit Unterstützung der Industrie einen Fernstudienlehrgang bei der Akademie für Lehrerfortbildung entwickelt, bei dem arbeitslose Lehrer zu Medienpädagogen fortgebildet werden. Ein Kernstück des Modells soll die selbständige Arbeit mit neuen Medien und die Entwicklung eigener Programme sein.

Weiter ist eine Ausbildungsmaßnahme einer Herstellerfirma geplant, mit der arbeitslose Lehrer in Ausbildungsstufen zu Lernprogrammautoren, Medienentwicklern, Medienpädagogen und Medienberatern umgeschult werden können.

Andere Bestrebungen zielen darauf ab, neue Tätigkeitsfelder in Bereichen zu erschließen, die besonders Frauen qualifizierte Berufschancen im Bereich der neuen Medien eröffnen. Gedacht ist an die Ausbildung zur Softwareassistentin.

Der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft beabsichtigt, zusammen mit den Bundesländern, der Bertelsmann-Stiftung, dem Institut der Deutschen Wirtschaft und dem Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht sowie sonstigen Medienproduzenten einen Bildungsgang für Medienpädagogen zu eröffnen und zu erproben. Für diesen Lehrgang, der von der Gesamthochschule Paderborn wissenschaftlich begleitet wird, sollen Fortbildungsseminare, Systeme geeigneter audiovisueller Medien und nach Möglichkeit Fernstudienmaterialien erarbeitet werden. Ein Kernstück dieses Modells soll die selbständige Arbeit mit neuen Medien und

die Entwicklung eigener Programme durch den Lehrgangsteilnehmer darstellen.

In Zusammenarbeit mit der Bundesanstalt für Arbeit sowie den Fachverbänden der Wirtschaft und den Trägern der Jugend- und Erwachsenenbildung werden Bund und Länder die Durchführung des Modellversuchs mit einer Analyse geeigneter Tätigkeitsfelder koppeln.

- g) Im Bereich der Kunst stellen sich Fragen zur Benutzung neuer Medien als Gestaltungs-, Ausdrucks- und Vermittlungsgegenstand für künstlerische Werke. Hingewiesen sei auf die vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft geförderte Tagung über den „zukünftigen Arbeitsmarkt und die Qualifizierung der Musikberufe“ vom Dezember 1983, zu der mittlerweile ein umfangreicher Dokumentationsband „Musikberufe im Wandel“¹⁾ erschienen ist. Noch spezieller befaßte sich die große Medienkonferenz der Hanns-Seidel-Stiftung im März 1984 mit dem Thema „Die Medienzukunft — eine Zukunft für Künstler?“.

Die öffentliche Diskussion hat allerdings noch keineswegs Klarheit über die notwendigen praktischen Konsequenzen, die mit der eingeleiteten technologischen Neuorientierung verbunden sein werden, gebracht. Auch eine vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft an das Zentrum für Kulturforschung, Bonn, vergebene Pilotstudie²⁾ hat zwar wertvolles Material ergeben, zeigte aber auch zugleich, daß man gegenwärtig weder über ausreichendes empirisches Material zur Beurteilung der Berufssituation der Künstler und Publizisten im weiten Bereich alter und neuer Medien, noch über abgesicherte Maßstäbe für künftige Qualitätsanforderungen und auch nicht über die Möglichkeit, in vorhandenen Aus- und Fortbildungseinrichtungen diesen Anforderungen gerecht zu werden, verfügt.

Ein 1984 vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft an das Zentrum für Kulturforschung, Bonn, vergebenes weiteres Forschungsvorhaben³⁾ soll u. a. Antwort auf die folgenden zentralen Fragen geben:

- Welche künstlerischen Berufe unterliegen den stärksten Veränderungen durch die Medienentwicklung?
- Welche neuen programmgestaltenden Berufe oder Tätigkeiten im audiovisuellen Sektor lassen sich absehen?
- Gibt es bereits konkrete Studien- und Fortbildungsgänge für die Bewältigung dieser Aufgaben im Medienbereich, und welches sind die Erfahrungen mit ihnen?

¹⁾ Schott-Verlag Mainz, 1984.

²⁾ „Künstlerische und verwandte Berufe im Medienbereich; neuer Qualifikationsbedarf angesichts neuer Medientechnologien in den achtziger Jahren“, unveröffentlicht.

³⁾ „Arbeitsmarktveränderung durch neue Medientechnologien und zukünftiger Qualifikationsbedarf bei künstlerischen und verwandten Berufen“.

- Wie können die Potentiale der bestehenden Aus- und Fortbildungseinrichtungen für solche Qualifizierungsangebote besser genutzt und ergänzt werden?
 - Welche weitergehenden Modellversuche, Experimente oder Initiativen sollten zur Sicherung der programmlichen Zukunft im Medienbereich mit Hilfe dafür qualifizierter Mitarbeiter entwickelt und durchgeführt werden?
- h) Die Bundeszentrale für politische Bildung hat 1975 mit einem Lokaljournalisten-Programm eine Idee aus dem Memorandum der Gemischten Kommission des Deutschen Presserats von 1971 aufgegriffen und ein breitgefächertes Programm speziell für diese Zielgruppe entwickelt.

In Zusammenarbeit mit dem „Projektteam Lokaljournalisten“ und dem Verein „pro lokalzeitung e. V.“ werden Modellseminare veranstaltet, in deren Vorbereitung, Gestaltung und Auswertung ausgewählte Repräsentanten der Zielgruppe einbezogen sind. Das Seminarprogramm wird ergänzt durch die „Handbücher für Lokaljournalisten“⁴⁾, die „Materialien für Lokaljournalisten“⁵⁾ sowie das „ABC des Journalismus“⁶⁾. Als Nachschlagewerk einerseits und als Erfahrungsaustausch andererseits entstanden die „Themen für Lokaljournalisten“⁷⁾, von denen bisher zwei Bände (Ausländer, Umwelt) erschienen sind, drei weitere sind in Vorbereitung. Das „abc für Volontärausbilder“⁸⁾, ergänzt durch eine Faltblattserie „Lehrbeispiele“, bietet Hilfen für die Ausbilder in den Zeitungsredaktionen.

2.4 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Die Zentralstelle Fortbildung Programm ARD/ZDF (ZFP) in Frankfurt zentralisiert und organisiert die Fortbildungsarbeit in den Rundfunk- und Fernsehanstalten für die Mitarbeiter im Programmbereich seit dem 1. Oktober 1977. Im Jahr 1984 stand der ZFP ein Etat in Höhe von 2,6 Mio. DM zur Verfügung, aus dem im wesentlichen Seminararbeit finanziert wurde. Das Fortbildungsprogramm umfaßt ein breit gefächertes Basis-Angebot zu den

⁴⁾ Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): Handbücher für Lokaljournalisten, Teil 1: 1977 (2. Aufl. 1979), Teil 2: 1978 (2. Aufl. 1980), Teil 3: 1979; München.

⁵⁾ Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): Materialien für Lokaljournalisten, Bd. I (mit 2 Erg.), München 1981; Bd. II (mit 4 Erg.), München 1983; Bd. III (mit 1 Erg.), Bonn 1984.

⁶⁾ Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): ABC des Journalismus, 2. Aufl., München 1984.

⁷⁾ Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): Michael Bechtle/Birgit Mentzel-Buchner, Ausländer, Bd. 1 der Themen für Lokaljournalisten, Bonn 1983; dieselben: Umwelt, Bd. 2 der Themen für Lokaljournalisten, Bonn 1984.

⁸⁾ Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): Hans-Joachim Schlüter, abc für Volontärausbilder, München 1982; Ergänzungslieferungen: Lehrbeispiele, München 1985.

Themenkomplexen „Journalistisches Handwerk“ und „Programm: Form und Inhalt“ als auch ein umfangreiches Spezialangebot. Mit 102 Seminaren erreichte die ZFP 1373 Programmmitarbeiter.

Die Zahlen lassen im Vergleich zu den Vorjahren eine deutliche Aufwärtsentwicklung erkennen. Die Rundfunkanstalten erhöhten ihr Ausbildungsangebot von Jahr zu Jahr. Die Anzahl der Volontäre, Praktikanten, Hospitanten und die der Auszubildenden nach dem Berufsbildungsgesetz hat sich seit 1978 vervielfacht. 1984 gab es bei ARD und ZDF insgesamt 2 361 Ausbildungsverträge (1 214 männlich und 1 147 weiblich).

Der Trend, das Studium oder die Schulausbildung durch ein Praktikum zu ergänzen, hat dazu geführt, daß ARD und ZDF von Jahr zu Jahr ihre Praktikumsangebote erhöhten. 1984 standen insgesamt 849 Praktikantenplätze zur Verfügung (1983 = 791). Sie konzentrierten sich nicht nur auf die Redaktionen, sondern bezogen auch die Bereiche Technik/Produktion und Verwaltung mit ein.

Die Zahl der Hospitantenplätze hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 792 nochmals um rund 100 Ausbildungsangebote auf mittlerweile 896 erhöht. Bei einigen ARD-Anstalten und beim ZDF bildet die Aufnahme von Hospitanten eine wichtige Vorstufe zur Auswahl künftiger Volontäre.

Zehn ARD-Anstalten und das ZDF bilden regelmäßig Volontäre im journalistischen Bereich aus. Beim Bayerischen Rundfunk und bei Radio Bremen werden derzeit Überlegungen angestellt, ebenfalls Volontariate einzurichten. Bei jährlich steigender Tendenz hat sich die Zahl der Volontäre, die sich 1984 bei ARD und ZDF in der Ausbildung befanden, mittlerweile auf 168 erhöht (1983 = 134). Die ausgeweitete Volontärausbildung hat dazu geführt, daß die ZFP-Seminare im Laufe der letzten Jahre immer stärker für die theoretisch/praktische Ausbildung der Volontäre in Anspruch genommen wurden.

Der mit den Gewerkschaften RFFU, DJV und DAG gemeinsam erarbeitete Entwurf eines Ausbildungstarifvertrages vom 14. Februar 1984 enthält die wesentlichen Grundsätze für die Volontärausbildung in den Rundfunkanstalten. SDR und SWF haben diesen Vertrag inzwischen abgeschlossen. Andere Anstalten dürften folgen.

3 Soziale Sicherung

3.2 Zusätzliche Einrichtungen zur sozialen Sicherung

a) Presse

Die Versorgungseinrichtung der Presse besteht aus:

Versorgungswerk der Presse mit

- Versorgungskasse der Deutschen Presse
- Ergänzungsfonds der Versorgungskasse der Deutschen Presse
- Hilfsverein der Deutschen Presse

Das „Versorgungswerk der Presse GmbH“ (VWP) ist die dominierende Versorgungseinrichtung der Journalisten. Die Darstellung im Medienbericht 1978⁹⁾ ist wie folgt zu ergänzen:

Das VWP gewährt mit Hilfe der Versorgungskasse der Deutschen Presse eine Gesamtversorgung von 50% des Brutto-Gehalts-Durchschnitts der letzten 3 Jahre bis zur jeweils geltenden Leistungsbemessungsgrenze. Insgesamt erzielte die Versorgung im VWP eine laufende Anpassung an die Gehaltsentwicklung durch Aufstockung der Leistungsbemessungsgrenze (seit 1. Januar 1982 4 000,— DM monatlich). Hinzu kommen Zahlungen aus dem Überschuß des Abrechnungsverbandes und Leistungen des Ergänzungsfonds, welche die Gesamtversorgung weiter der wirtschaftlichen Entwicklung anpassen.

Für die knapp 45 000 Versicherungsverträge nahm das VWP 1983 mehr als 148 Mio. DM an Beiträgen

⁹⁾ Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 119.

ein, zusätzlich über die Pflichtleistungen von Verlegerseite für die Versorgungskasse der Deutschen Presse und den Ergänzungsfonds nochmals 24 Mio. DM¹⁰⁾.

b) Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

Zuverlässige Angaben über die augenblicklichen zusatzversorgungsrechtlichen Verhältnisse bei den Landesrundfunkanstalten und beim Zweiten Deutschen Fernsehen sind an dieser Stelle nicht möglich. Die besonders gute betriebliche Altersversorgung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist in der Vergangenheit auf Grund von Einzelfällen in der Öffentlichkeit kontrovers erörtert worden. Es ist davon auszugehen, daß daher die zusatzversorgungsrechtlichen Regelungen in einzelnen Teilen geändert worden sind.

¹⁰⁾ Vgl. die Geschäftsberichte für das VWP, die Versorgungskasse und den Ergänzungsfonds für das Jahr 1983.

F. Mediennutzung/Medienforschung

I. Mediennutzung

Daten zur Mediennutzung enthalten die Tabellen 90—95.

II. Medienforschung

1 Bestehendes Medienangebot

1.1 Kommunikatorforschung

In Ergänzung früherer Studien zur allgemeinen Situation der „vor Ort“ tätigen Lokalredakteure wurde ein wichtiger Aspekt des beruflichen Alltags zum Mittelpunkt einer eigenen Untersuchung über die „Arbeitsbedingungen im Lokaljournalismus bei unterschiedlicher Wettbewerbssituation“¹⁾. Daraus ergibt sich, daß ein positiver Zusammenhang von publizistischem Wettbewerb und journalistischer Leistung nicht durchgängig gesehen werden kann. Eine durch Konkurrenz beeinträchtigte wirtschaftliche Situation von Zeitungen führt zu starkem Arbeitsdruck mit deutlichem Verlust an Leistungsmotivation und damit zu resignativer Haltung. In Alleinbetriebsposition verringert sich die Möglichkeit externer Pressionen, aber zugleich auch die durch publizistische Konkurrenz ausgelöste positive Einstellung zur journalistischen Leistung im Lokalbereich.

¹⁾ Auftragnehmer: Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht vom März 1980; Umfang: 195 Seiten + 10 nicht gez. Seiten. Literaturhinweise.

Mit den Gutachten „Bildjournalisteneinquerie“²⁾, „Werkredakteure und ihr Informationsverhalten“³⁾ sowie „Freie Mitarbeiter der Rundfunkanstalten im internationalen Vergleich“⁴⁾ wurden Daten zu beruflichen und sozialen Situation von drei journalistischen Berufsgruppen erhoben, die bis dahin nur in Aufsätzen oder überhaupt noch nicht Gegenstand einer umfassenden Erforschung ihres beruflichen Umfeldes waren, jedoch für die Realisierung des Medienangebotes eine — hier bestätigte — erhebliche Bedeutung besitzen.

Die Arbeit „Journalistische Arbeitsmarktsituation 1983“⁵⁾ knüpft auch methodisch an die titelgleiche empirische Untersuchung aus den Jahren 1974/75 an. Sie war angesichts der allgemeinen Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt notwendig geworden.

²⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München; Projektleitung: Ludwig A. C. Martin und Wolfgang W. Werner. Bericht vom Oktober 1980; Umfang: 212 Seiten.

³⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München; Ausführung: Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München; Projektleitung: Dr. Heinz R. Uekemann. Bericht vom November 1983, 87 Seiten + nicht pag. Anhang (Fragebogen, Rundschreiben).

⁴⁾ Auftragnehmer: Dr. Andreas Johannes Wiesand (Zentrum für Kulturforschung), Bonn. Bericht vom April 1981, Umfang: III, 212 Seiten + 2 Dokumentenbände mit nicht pag. Seiten (Faksimiles von 144 Dokumenten).

⁵⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München; Projektleiter: Dipl.-Soz. Frank Schumacher. Bericht vom Oktober 1983; Umfang: II, 109 Seiten + Anlagen (2 Fragebogen).

Dabei bestätigte sich der damalige Befund, daß es keine überdurchschnittliche Arbeitslosigkeit bei Journalisten gibt, diese vielmehr erheblich unter der allgemeinen Arbeitslosenquote liegt. Dieses im ganzen positive Bild wird modifiziert durch unterschiedliche Situationen in den Ballungsgebieten, durch die höheren Anteile von Journalisten ausländischer Herkunft bei der Arbeitslosigkeit und durch die Problematik, daß höheres Alter und längere Arbeitslosigkeit zusammenfallen. Längere Arbeitslosigkeit — so war langfristig zu beobachten — hatte die Folge, daß man sich aus dem Berufsfeld Journalismus ganz zurückzog.

1.2 Medienstruktur und -angebot

Eine umfassende Übersicht über die Beschäftigung und das Einkommen im Medienbereich liefert die Studie „Der Informationssektor in der Bundesrepublik Deutschland“⁶⁾. Sie kommt zu dem Ergebnis, daß etwa ein Drittel aller Erwerbstätigen mit Informations-tätigkeiten befaßt ist und damit dem „Informationssektor“ der Volkswirtschaft zuzurechnen ist. In diesem Bereich liegt das Einkommen um rd. 10 % über dem Durchschnitt.

Auf der Basis einer Repräsentativ-Umfrage bei Chefredakteuren und Verlegern, die in gleicher Form schon einmal 1971/ 1974 ausgeführt wurde, wurden „Entwicklungstendenzen bei Tageszeitungen“⁷⁾ erhoben. Es sollte geprüft werden, inwieweit über den Einfluß konkurrierender Medien, insbesondere des Fernsehens, die für die Entwicklung ihrer Zeitungen Verantwortlichen hier nicht nur eine Anpassung, sondern auch eine Stärkung des eigenen Mediums vollzogen haben.

Die rasche Übernahme neuer Techniken bei Satz und Druck war Anlaß für die Vergabe von zwei Forschungsaufträgen, die bei übereinstimmender Thematik, jedoch mit unterschiedlicher Methodik auch differierende Aspekte behandeln. Mit der Darstellung der publizistisch und kommunikationspolitisch relevanten Anwendung rechnergesteuerter Textverarbeitungssysteme befaßt sich umfassend der Bericht „Die Tageszeitung im Prozeß der Elektronisierung“⁸⁾. Die Ergebnisse dieser empirisch und sekundäranalytisch erarbeiteten Studie deuten darauf hin, daß die negativen Auswirkungen elektronischer Redaktionstechnik insgesamt überschätzt worden sind. In den Ergebnissen der Studie „Neue Technik — neuer Journalismus?“⁹⁾ stehen Auswir-

kungen des Einsatzes moderner Technologien auf die Tätigkeit und das Berufsbild der Journalisten im Vordergrund. Sie sind abgeleitet aus der teilnehmenden Beobachtung und den mehrfach wiederholten Befragungen in der Redaktion einer großen deutschen Regionalzeitung, deren Umstellung auf die Redaktionselektronik von der Phase der Planung bis zur vollen Anwendung fast vier Jahre lang verfolgt wurde.

Mit der Studie „Neue technische Kommunikation in der Druckindustrie“¹⁰⁾ wurden mit Fördermitteln des Bundesministers für Forschung und Technologie und des Bundesverbandes Druck die technischen Entwicklungen im Bereich der Informationsverarbeitung hinsichtlich ihres innovativen, additiven und/oder substitutiven Einflusses auf die Druckindustrie untersucht. Im Vordergrund stand dabei die Frage der im Zuge der neuen Entwicklungen notwendig werdenden Anpassungsprobleme, die besonders für Klein- und Mittelbetriebe von Bedeutung werden. Da die Informationsproduktion in Zukunft weiter zunehmen wird und elektronische Systeme sich mit Druckprodukten auch zukünftig eher ergänzen werden, wird nicht mit Einbrüchen bei der Druckproduktion gerechnet. Erforderlich ist allerdings die Bereitschaft, sich technologische Innovationen auch zunutze zu machen.

Die Untersuchung „Zeitungswettbewerb in der Region München“¹¹⁾ behandelt zwar nur einen atypischen Einzelfall, dem aber in der Nachkriegsentwicklung der deutschen Tagespresse doch — angesichts der vorherrschenden Tendenzen, durch Verkleinerung des Verbreitungsgebietes Wettbewerb zu reduzieren — eine besondere Bedeutung zukommt: den Entschluß der „Süddeutschen Zeitung“, durch Gründung von Bezirksausgaben in die Zeitungsregion München Konkurrenz hineinzutragen.

Mit dem Gutachten „Ergänzung des publizistischen Angebots von Tageszeitungen durch Wochenblätter“¹²⁾ — angelegt als Literaturanalyse — wurden Wochenblätter und Wochenzeitungen im Hinblick auf ihre Beziehungen, Abhängigkeiten im Medienmarkt und ihre ergänzenden sowie ersetzenden Funktionen untersucht. Im Zentrum der Analyse stand dabei die Frage, ob und inwieweit das publizistische Angebot von Tageszeitungen durch „Wochenblätter“ ergänzt oder substituiert werden kann. Dabei wurden solche Publikationsformen eingehend untersucht, von denen ein besonderer Substitutionseffekt erwartet werden konnte. Dabei handelte es sich um die lokalen, regionalen und überregionalen aktuellen, politischen „Wochenzeitungen“.

⁶⁾ Auftragnehmer: Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Karlsruhe. Bericht vom Dezember 1978; Umfang: 77 Seiten.

⁷⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Elisabeth Noelle-Neumann, Mainz. Bericht vom Februar 1984; Umfang: Berichtsband 95 Seiten + nicht pag. Anhang, Tabellenteil mit 140 Tabellen auf nicht gez. Seiten.

⁸⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München; Projektleiter: Dr. Frank Böckelmann und Günter Nahr. Bericht vom Mai 1983; Umfang: III, 399 Seiten + nicht pag. Anhang (Marktübersicht und Fragebogen).

⁹⁾ Auftragnehmer: Dr. Claudia Mast, München. Bericht vom September 1983; Umfang: VIII, 251 Seiten.

¹⁰⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin; Projektleitung: Dipl. Ing. Heinz-Jürgen Teichmann. Bericht vom Februar 1981; Umfang: 293 Seiten.

¹¹⁾ Auftragnehmer: Dr. Petra E. Dorsch (Projektleitung und Bericht) und Prof. Dr. Dr. Otto B. Roegele (Wiss. Beratung), München. Bericht vom Juli 1981; Umfang: IX, 355 Seiten.

¹²⁾ Auftragnehmer: Dr. Hans Bohrmann, Dortmund. Bericht vom Dezember 1980; Umfang: IV, 236 Seiten.

Die Studie „*Neue Medien im sublokalen Kommunikationsraum*“¹³⁾ ging von dem Interesse daran aus, ob tatsächliche oder vermeintliche Informationsdefizite durch neue Möglichkeiten des Setzens und Druckens behoben oder gemildert werden können. Die sog. Alternativpresse wurde hier in ihrem sozialen Umfeld vor allem unter begriffsbestimmenden Gesichtspunkten statistisch erfaßt und gegliedert.

Tendenzen und Probleme des Informations- und Programmaustausches zwischen dem Ausland und der Bundesrepublik Deutschland und umgekehrt im Bereich der Medien Buch, Presse, Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen), Film einschliesslich Videofilm, Tonträger und Audiovision behandelt die Studie „*Internationales Engagement und wirtschaftliche Verflechtungen von Unternehmen im Medienbereich und ihre möglichen Rückwirkungen auf die nationale Medienstruktur*“¹⁴⁾. Sie umfaßt in Verknüpfungen und Querverbindungen sowohl wirtschaftliche und medienpolitische Fragen als auch gesellschaftliche und kulturelle Probleme im Umfeld der nationalen und internationalen Medienmärkte. Als Schwerpunkte wurden untersucht: das Engagement ausländischer Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland, das Auslandsengagement deutscher Medienunternehmen im fremdsprachigen Ausland sowie die Strukturen und Tendenzen des massenmedialen Informations- und Programmaustausches zwischen der Bundesrepublik Deutschland und dem Ausland. Die Untersuchung besteht aus einer Verbindung zwischen Literatur- und Datenanalyse und strukturierten offenen Interviews mit Experten aus den einzelnen Medienbereichen.

1.3 Medieninhalte

Unter den neueren Forschungsperspektiven der Kommunikationswissenschaft spielt die „*Agenda-Setting-Forschung*“ eine wichtige Rolle, also die Annahme, daß — im Idealfall ungebrochen — eine spiegelbildliche Übertragung der Themenstruktur der Massenmedien auf das Themen- bzw. Problembewußtsein der Mediennutzer stattfindet. In einer systematischen Analyse der angelsächsischen Agenda-Setting-Forschung wurde „*Die Thematisierungsfunktion der Massenmedien*“¹⁵⁾ untersucht. Übereinstimmung von Zeitungsinhalten und Themensensibilität der Mediennutzer können Thematisierungseffekte, u. U. aber auch nur zufällige Parallelen belegen. Der wissenschaftliche Ansatz der Agenda-Setting-Forschung sollte aber für weiterführende Untersuchungskonzepte genutzt werden.

Supplemente, farbige Tiefdruckbeilagen mit unterhaltenden, nicht tagesaktuellen Inhalten und den

¹³⁾ Auftragnehmer: Dr. Petra E. Dorsch, München. Bericht vom Oktober 1981; Umfang: 228 Seiten + 72 nicht gez. Seiten Anhang mit Faksimiles.

¹⁴⁾ Auftragnehmer: Walter A. Mahle, M.A., München; Projektleiter: Dr. Frank Böckelmann und Jürgen Huber, München. Bericht vom Dezember 1983; Umfang: II, 494 Seiten.

¹⁵⁾ Auftragnehmer: Dr. Heinz R. Uekermann, München, und Dr. Hans-Jürgen Weiß, Göttingen. Bericht vom April 1980; Umfang: 160 Seiten.

Rundfunkprogrammen erreichen einmal wöchentlich mit fast jeder dritten Tageszeitung im Bundesgebiet ihre Leser. 1961 kam das erste Supplement auf den Markt, es folgte rasch eine Reihe weiterer Titel, die meist von vielen Zeitungsverlagen gemeinsam herausgegeben wurden. Die explorative Studie „*Supplements*“¹⁶⁾ kommt zu dem Ergebnis, daß in erster Linie wirtschaftliche Motive die Herausgabe bedingen und das redaktionelle hinter dem werblichen Konzept zurücktritt.

Zur Beantwortung der Frage „*Inwieweit können Anzeigenblätter das publizistische Angebot von Tageszeitungen ergänzen und damit zur Meinungsvielfalt im Pressewesen beitragen?*“¹⁷⁾ wurde untersucht, ob Anzeigenblätter einen redaktionellen Teil haben, zur Meinungsvielfalt beitragen wollen, ob sie über die dazu notwendige Ausstattung verfügen und inwieweit ihre Leser das publizistische Angebot akzeptieren. In ihren redaktionellen Teilen sind Anzeigenblätter „*Publikationen eigener Art*“ und treten generell nicht in publizistische Konkurrenz zu Tageszeitungen. Dagegen besteht ein echtes Wettbewerbsverhältnis auf dem lokalen Anzeigenmarkt.

Als repräsentative Inhaltsanalyse der Tagespresse der Bundesrepublik Deutschland im Wahljahr 1976 ist die umfassende Untersuchung zur „*Struktur der Berichterstattung in der deutschen Tagespresse*“¹⁸⁾ angelegt. Durch Kombination zweier Auswahlverfahren wurden 20 202 Beiträge aus 16 Zeitungen erfaßt, wobei für dieses Sample Repräsentativität in Anspruch genommen wird. In bezug auf die Rekonstruktion sozialer Wirklichkeit in den Medien zeigte sich, daß umso mehr über ein Ereignis berichtet wird, je mehr es Bewertungen enthält, je langfristiger es angelegt ist und je relevanter es für die Bundesrepublik Deutschland ist. Insbesondere muß ein Ereignis Aktualität (Information und Relevanz) haben, wenn darüber berichtet werden soll. Weitere Untersuchungsergebnisse waren u.a. die Feststellung, daß der regionale Bezug sehr hoch ist, bereits die Überschrift eine starke Selektionsmöglichkeit bietet, Nachricht und Meinung häufiger als erwartet vermengt wurden und die Kritikfunktion überzeugend wahrgenommen wird.

„*Journalistische und außerjournalistische Einflußfaktoren auf die Berichterstattung in den Massenmedien*“¹⁹⁾ ließen sich am Beispiel des Papstbesuches 1980 in der Bundesrepublik Deutschland als

¹⁶⁾ Auftragnehmer: Dr. Norbert Waldmann, Mainz. Bericht vom September 1978; Umfang: III, 42 Seiten + 11 nicht gez. Seiten Anhang.

¹⁷⁾ Auftragnehmer: GfG. Gesellschaft für Grundlagenforschung, München. Bericht vom Mai 1983; Umfang: XVI, 122 Seiten + nicht pag. Faksimileanhang (Bd. 1), 336 Seiten Auswertungen (Bd. 2).

¹⁸⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Klaus Merten, Bielefeld. Bericht vom September 1979; Umfang: IX, 635 Seiten in zwei Bänden.

¹⁹⁾ Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung, München; Abschlußbericht: Dr. Petra E. Dorsch (Projektleitung), Helmut Lechner, Prof. Dr. Dr. Otto B. Roeggele, Wolfgang Stolte, M. A., München. Bericht vom Mai 1983; Umfang: V, 223 Seiten.

einem in sich geschlossenen Medienereignis besonders deutlich machen. Wegen seiner ständigen Präsenz und umfassenden Verbreitung stellte dabei das Fernsehen das Leitmedium dar und strukturierte das Geschehen sowohl für das Publikum als auch für die Journalisten. Auf diese Weise wurde auch das journalistische Umfeld wesentlich verändert.

Im Gutachten „Die Berichterstattung über die Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) in den Massenmedien der DDR“²⁰⁾ wird als Ergebnis einer Inhaltsanalyse belegt, daß die Bundesrepublik Deutschland als ein Staat dargestellt wird, der trotz schwerer ökonomischer Krise aufrüstet, soziale Leistungen abbaut, Neonazis und Revanchisten gewähren läßt. Die stärksten negativen Akzente setzt dabei der Hörfunk der DDR, gefolgt von den Zeitungen, während das Fernsehen eine geringere Rolle spielt. Lediglich die Beziehungen zwischen der DDR und der Bundesrepublik Deutschland waren relativ neutral behandelt, was als Indiz für das Interesse der DDR gewertet werden kann, diese Beziehungen noch weiter auszubauen.

Der Studie „Die Bundesrepublik Deutschland in der spanischsprachigen Presse Lateinamerikas“²¹⁾ liegt die Auswertung von insgesamt 46 Zeitungen aus den Ländern Mexiko, Nicaragua, Venezuela, Kolumbien, Ecuador, Peru, Chile, Argentinien, Uruguay und Paraguay zugrunde. Dabei wurde die Berichterstattung über die Bundesrepublik Deutschland im Rahmen des Gesamtangebotes der betreffenden Zeitungen im Monat Juli 1985 analysiert. Die Ergebnisse zeigen eine erhebliche Streuung sowohl nach den untersuchten Zeitungen und Ländern als auch nach den ausgewählten Themen, wobei eine annähernd kontinuierliche Berichterstattung nur in einem Fall anzutreffen ist.

Die Studie „Das Bild des Auslandes in den Massenmedien der Bundesrepublik Deutschland“²²⁾ ist angelegt als deutscher Part der international vergleichenden UNESCO-Studie „Images of Foreign Countries Representing Different Social Systems and Stages of Development as Portrayed by the Mass Media“. Analysiert wird die internationale Berichterstattung besonders bedeutender Presse- und Rundfunkmedien der Bundesrepublik Deutschland, so alle Beiträge über ausländische Ereignisse oder mit Bezug auf das Ausland.

Eigenerhebungen und Sekundäranalysen bilden die Basis für das Gutachten „Dritte Welt und Medienwelt“²³⁾, in dem die Entwicklungspolitik und das Bild der Dritten Welt in Presse, Hörfunk, Fernsehen untersucht werden.

²⁰⁾ Auftragnehmer: Dr. Wilfried Scharf, Göttingen. Bericht vom Dezember 1983; Umfang: II, 38 Seiten + 21 nicht pag. Tabellenseiten.

²¹⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Otto A. Baumhauer, Neuburg/Donau. Bericht vom Oktober 1985; Umfang: III, XI, 375 Seiten.

²²⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Winfried Schulz, Münster. Bericht vom April 1980; Umfang: 180 Seiten.

²³⁾ Auftragnehmer: Zentrum für Kulturforschung, Bonn. Bericht vom Dezember 1983; Umfang: IV, 213 Seiten.

Grundlage für die Vergabe des Gutachtens „Konzepte, Methoden und Wirksamkeit der entwicklungspolitischen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und privater deutscher Träger, deren Tätigkeit aus dem Titel 685 10 gefördert wird“²⁴⁾ war die Frage, ob der für die aus diesem Titel gewährten Zuwendungen gewählte entwicklungspädagogische Ansatz richtig ist.

Die Studie „Free-flow of Culture? Kulturpolitische Aspekte des grenzüberschreitenden Rundfunks im internationalen Vergleich“²⁵⁾ untersucht die Perspektiven transnationaler Kommunikationssysteme und deren Auswirkungen auf die jeweilige nationale kulturelle Identität. Im Vergleich zeigt sich, daß in fast allen untersuchten Staaten die Voraussetzungen für die Aufnahme eines Sendebetriebs die Erfüllung eines kulturellen Auftrages ist. Rundfunk gilt als Bestandteil eigener kultureller Identität, Förderer der Kultur, Treuhänder öffentlicher Interessen. Die Untersuchung geht daher davon aus, daß auch die Angebotsformen Neuer Medien in der Regel als Vermittler der eigenen Kultur begriffen und entsprechend zugelassen werden — eine „internationale Lizenzierung“ etwa im Bereich der Satellitenprogramme mithin ausscheidet. Neben dem Interesse, die eigene kulturelle Identität zu wahren und zu fördern, sind hierfür auch ökonomische Faktoren maßgebend. Von den erwarteten positiven Beschäftigungseffekten neuer Kommunikationstechnologien werden der Studie zufolge nicht alle Staaten in gleicher Weise profitieren. Insbesondere solche mit schwach entwickelter oder kleiner Kulturindustrie befürchten eine Gefährdung von Arbeitsplätzen oder Verschlechterung der Arbeitsbedingungen. Gründe liegen vor allem in einem möglichen Anstieg international vermarkteter „Software“ und der Beherrschung des Programmvertriebs durch internationale Mediengroßunternehmen. Daraus wird die Befürchtung abgeleitet, daß es zu einer Veränderung der kulturellen Identität durch Vergrößerung ausländischer Programmanteile einerseits, Anpassung einheimischer Programmproduktion an internationale Maßstäbe andererseits kommen könne.

1.4 Mediennutzung und -wirkung

Grundsätzliche Fragen der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung standen im Mittelpunkt von drei „Wissenschaftlichen Gesprächen“²⁶⁾, zu denen die Inlandsabteilung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung jeweils Experten und Vertreter der Ressorts eingeladen hatte. Die ersten Gesprächsrunden fanden am 18. Januar 1980 und

²⁴⁾ Auftragnehmer: isoplan-Institut, Saarbrücken. Bericht vom Februar 1983; Umfang: XI, 168 Seiten.

²⁵⁾ Auftragnehmer: Zentrum für Kulturforschung, Bonn; Gutachter: Dr. Andreas Johannes Wiesand. Bericht vom Mai 1981; Umfang: 60 Seiten.

²⁶⁾ Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München (1980) bzw. AKM. Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (1985).

25. Juli 1980 statt; beim dritten Zusammentreffen am 4. Juli 1985 wurden unter dem Thema „Fortschritte der Medienwirkungsforschung“ wiederum neue theoretische und methodische Ansätze und Fortschritte der Medienwirkungsforschung diskutiert.

Aufgabe der zwei Gutachten „*Ergebnisse der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung unter besonderer Berücksichtigung bildungspolitisch relevanter Aspekte*“²⁷⁾ war es, anhand einer kritischen Bestandsaufnahme zur neueren Medienforschung den Einfluß der Medien — insbesondere des Fernsehens — auf Kinder und Jugendliche genauer zu bestimmen und die möglichen Konsequenzen eines erweiterten Fernsehangebotes zu zeigen. Dies erwies sich in Anbetracht der zu erwartenden Entwicklung der sogenannten Neuen Medien als erforderlich, um Maßnahmen planen zu können, die geeignet sind. Kinder und Jugendliche zu einem sinnvollen Umgang mit den Medien zu befähigen. Demnach üben die Angebote der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens, ganz entscheidenden Einfluß auf die Erziehungs- und Bildungsprozesse bei Kindern und Jugendlichen aus. Es ist damit zu rechnen, daß bei Ausweitung der Angebote der Medien diese weitaus stärker als bisher massiv als „heimliche Miterzieher“ wirksam werden. Bildung und Erziehung müssen in der Lage sein, die notwendigen Lernprozesse bei Kindern und Jugendlichen so anzuregen und zu unterstützen, daß die Gefahren übermäßigen und wahllosen Medienkonsums erkannt werden und eine eigenverantwortliche, kreative Nutzung der Medien bewirkt wird.

In einem psychologisch orientierten Gutachten unter dem Titel „*Zukunft des Fernsehens*“²⁸⁾ wurde im Hinblick auf die Einstellung der Fernsehzuschauer zur technischen und strukturellen Entwicklung dieses Mediums eine eher skeptische Haltung eingenommen. Grundlage ist die Auswertung von 96 explorativen Gesprächen.

Mit der Untersuchung „*Fernsehwerbung vor und mit Kindern*“²⁹⁾ wurde erstmals versucht, das Problem Werbung und Kinder von verschiedenen Seiten zugleich anzugehen und dabei auch die bereits vorliegenden Erkenntnisse zu berücksichtigen. Sie sollte dazu beitragen, die öffentliche Diskussion über „Kinder und Werbefernsehen“ zu versachlichen und die vorherrschende enge Problemsicht zu korrigieren. Die Untersuchung beschränkte sich auf den Produktbereich Lebensmittel.

Mit der Vergabe des Forschungsprojektes „*Bedingungen und Wirkungen der Fernsehwerbung auf das Konsum- und Ernährungsverhalten von Kindern*“³⁰⁾ wurde den in der Untersuchung „Fernsehwerbung vor und mit Kindern“ aufgeworfenen Fragen weiter nachgegangen und deren Ergebnisse auf eine repräsentative Basis gestellt.

Die Frage nach dem künftigen Leserpotential der Zeitungen war Anlaß, die „*Einstellungen Jugendlicher zu den Medien, insbesondere Zeitungen*“³¹⁾ zu ermitteln. Aus den Äußerungen Münchner Jugendlicher ergab sich, daß nicht generell Vorbehalte gegenüber den Druckmedien, sondern jugendliches Freizeitverhalten die Mediennutzung beeinflussen.

1.5 Wirtschaft und Wettbewerb

Mit der „*Analytischen Bestandsaufnahme bisheriger Forschungsansätze und Fragestellungen zu Wirtschafts- und Strukturfragen der Massenmedien (1968—1980)*“³²⁾ wird die vorliegende Literatur zu diesem Problembereich erschlossen, wird zugleich ein Zugriff zur „grauen Literatur“ möglich und werden schließlich Informationen über Wissenschaftler und wissenschaftliche Einrichtungen gegeben, die sich mit wirtschaftlichen Problemen der Medien befassen.

Als Ergebnis der Untersuchung über „*Die Publizität ausgewählter Informationsunternehmen unter besonderer Berücksichtigung ihrer Jahres- und Geschäftsberichte*“³³⁾ zeigte sich, daß die Transparenz von Unternehmen im Bereich von Presse und Rundfunk sehr differenziert ist. Informationsunternehmen sollten als Träger der publizistischen Funktion und des Transfers von Kommunikation für Staat, Gesellschaft und Wirtschaft für mehr öffentliche Transparenz sorgen.

Das Fazit der Studie „*Zur Werbeträgerfunktion der Tageszeitung*“³⁴⁾ besteht in der Feststellung, daß der Anzeigenteil der Zeitung unersetzbar ist. Sein Fehlen während des Arbeitskampfes im Druckgewerbe 1984 wurde vielfach als Krise empfunden. Am Beispiel Münchens ließ sich verdeutlichen, in welcher unersetzlicher Weise die Tageszeitung sowohl für den Inserenten als auch für den Nutzer Markttransparenz schafft; außerdem werden Belege dafür beigebracht, daß die Werbetreibenden sich gewiß sind, daß der Werbeträger Tageszeitung von seinen Nutzern in besonders hohem Maß akzeptiert wird.

²⁷⁾ (a) Auftragnehmer: Forschungsgruppe Kammerer, München. Bericht vom November 1982; Umfang: XVII, 446 Seiten. (b) Auftragnehmer: Forschungsgruppe Rochus Hagen, Köln. Bericht vom Januar 1983; Umfang: 79 Seiten.

²⁸⁾ Auftragnehmer: Sinus. Sozialwissenschaftliches Institut Nowak und Söngel, München und Heidelberg. Bericht vom November 1979; Umfang: 32 Seiten.

²⁹⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München; Ausführung: AfK mit IJF. Institut für Jugendforschung, München. Bericht vom November 1978; Umfang: 252 Seiten.

³⁰⁾ Auftragnehmer: Abt Associates. Forschung, Bonn. Bericht vom Oktober 1981; Umfang: 394 Seiten.

³¹⁾ Auftragnehmer: Dipl.-Psych. Ise Huber, München; Gutachter: Ise Huber und Stefan Gyger, München. Bericht vom März 1983; Umfang: III, 151 Seiten.

³²⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Gerd G. Kopper; Dortmund. Bericht vom November 1980; Umfang: 452 Seiten (Bd. 1), 184 Seiten (Bd. 2: Bibliographie).

³³⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Heinz J. Kiefer, Essen. Bericht vom Dezember 1983; Umfang: 399 Seiten.

³⁴⁾ Auftragnehmer: Dr. habil. Petra E. Dorsch-Jungsberger, München. Bericht vom Oktober 1985; Umfang: 120 Seiten.

1.6 Politische und rechtliche Fragen

Im Gutachten „*Entwicklung sozialer Indikatoren zur Beschreibung und als Entscheidungsgrundlage für das zukünftige Mediensystem*“³⁵⁾ wurden anerkannte Beurteilungskriterien als Hilfe für die Entscheidungsträger entwickelt und unter Berücksichtigung der Rechtslage in der Bundesrepublik Deutschland die Kriterien von den gesellschaftlich relevanten Gruppen ausgehend untersucht. Um die medienpolitischen Ziele dieser Gruppen zu erfassen, orientiert sich die Untersuchung an den gesetzlichen Bestimmungen über die Zusammensetzung von Rundfunkräten sowie der Versammlung der Anstalt für Kabelkommunikation des Pilotprojektes Ludwigshafen. Dabei wurden die Programme, Beschlüsse und Grundsatzdokumente der in diesen Gremien vertretenen Gruppen untersucht.

In der Dokumentation „*Medienpolitik in der Bundesrepublik Deutschland 1945 bis 1983*“³⁶⁾ wird in chronologischer Reihenfolge nach Akteuren geordnet ein umfassender Überblick über die relevanten medienpolitischen Initiativen, Ereignisse und Entscheidungen gegeben und zugleich durch genaue Quellenangaben der Zugriff auf die Originaldokumente ermöglicht.

Gegenstand des Gutachtens „*Verfassungsrechtliche Aspekte des Verhältnisses von Presseverlag und Redaktion*“³⁷⁾ waren die Überlegungen des Bundesministeriums des Innern für ein Gesetz über die Zusammenarbeit von Verlegern und Redakteuren und seine Varianten, wobei Denkmodelle alternativer Regelungen in die Prüfung miteinbezogen wurden. Bei der Untersuchung ging es primär darum zu prüfen, inwieweit der Redaktion ein begrenzter Spielraum eigenständiger journalistischer Arbeit gesichert werden kann, ohne den Verleger aus der publizistischen Verantwortung zu verdrängen.

Mit dem Gutachten „*Redaktionsstatuten 1985*“³⁸⁾ wird 15 Jahre nach Beginn der sog. „Statuten-Bewegung“ eine Bilanz gezogen: Wie sind die Erfahrungen mit solchen freiwilligen Vereinbarungen, die den Redakteuren Mitsprache- und Mitwirkungsrechte in redaktionellen, personellen und wirtschaftlichen Fragen einräumen?

Im Rechtsgutachten „*Gesetzhomogenität für privaten Rundfunk im föderalen Staat*“³⁹⁾ werden die bisher von den Ländern geschaffenen Rechtsgrundlagen für den privaten Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland auf ihren Harmonisierungsbe-

darf untersucht. Die Arbeit liefert einen Beitrag zur Diskussion um die Vereinheitlichung des Rundfunkrechts im Hinblick darauf, daß einheitliche Lebensgrundlagen überall und für alle zu den Voraussetzungen für das Funktionieren eines Bundesstaates gehören.

Bei der Untersuchung „*Medienförderung privater und öffentlicher Institutionen der Bundesrepublik Deutschland für Drittländer*“⁴⁰⁾ handelt es sich um eine systematische und detaillierte Bestandsaufnahme der Medienförderung privater und öffentlicher Institutionen der Bundesrepublik Deutschland für Länder der Dritten Welt. Dabei wurden die politischen Konzepte und Perspektiven für eine Zusammenarbeit der Bundesrepublik Deutschland mit Entwicklungsländern auf dem Gebiet des Kommunikationswesens insbesondere im Hinblick auf das Informationsgefälle von Nord nach Süd analysiert. Weiterer Gegenstand der Untersuchung waren die Bestrebungen von Ländern der Dritten Welt für eine „neue Informationsordnung“ und die damit zusammenhängenden Probleme.

Das Gutachten „*Erfahrungen im Ausland über die Auswirkungen privater Rundfunkträgerschaft auf das Informationsangebot und die Presse*“⁴¹⁾ wurde aufgrund einer Anregung des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages vergeben. Auf der Grundlage von vier Einzeluntersuchungen über den privaten Rundfunk in den Ländern Großbritannien, Italien, Japan und USA werden Thesen aufgestellt zu den Auswirkungen privatwirtschaftlicher Rundfunkträgerschaft im intra- und intermediären Wettbewerb, zur Rundfunkkontrolle und zur Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Bundesrepublik Deutschland.

Bestandsaufnahme und Analyse der bisherigen Forschung zugleich ist die unter dem Titel „*Journalismus und Politik*“⁴²⁾ vorgenommene Auswertung empirischer Untersuchungen über politische Neigungen und Einstellungen von Journalisten gegenüber den Organisatoren der öffentlichen Willensbildung (Parteien) und den Trägern, Institutionen und Themen der öffentlichen Auseinandersetzung.

³⁵⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Eberhard Witte, München. Bericht vom September 1981; Umfang: III, 141 Seiten.

³⁶⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Gerhard W. Wittkämper, Münster; Bearbeitung: Marianne Wulff-Nienhüser, M. A. Bericht vom Mai 1985; Umfang: 562 Seiten + 18 Seiten pag. Anhang (ausschl. Register).

³⁷⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Friedrich Kübler, Frankfurt. Bericht vom Oktober 1978; Umfang: VI, 122 Seiten.

³⁸⁾ Auftragnehmer: Dr. Christina Holtz-Bacha, München. Bericht vom April 1985; Umfang: III, 229 Seiten.

³⁹⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Reinhart Rieker, Frankfurt. Bericht vom April 1985; Umfang: XXI, 465 Seiten + 42 Seiten Literatur- und Stichwortverzeichnis.

⁴⁰⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung; Projektleitung: Dr. Klaus Winckler. Bericht vom Juni 1979; Umfang: 338 Seiten (Berichtsband), 109 Seiten (Dokumentenband), 25 Seiten (Zusammenfassung).

⁴¹⁾ Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung; Projektleitung: Dr. Klaus Winckler. Bericht vom Oktober 1980; Umfang: 6 Bände, (I:) 163 Seiten, (II:) V, 183 Seiten, (III:) XIII, 310 Seiten, (IV:) XVII, 445 Seiten, (V:) XIX, 362 Seiten, (VI:) III, 11 Seiten.

⁴²⁾ Auftragnehmer: AKM. Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München; Projektleitung und Bericht: Dr. Frank Böckelmann. Bericht vom Juli 1984; Umfang: II, 142 Seiten.

2 „Neue Medien“

2.1 Akzeptanz und voraussichtliche Entwicklung

Die Untersuchung „Stadtfernsehen“⁴³⁾ diente der Bestandsaufnahme dieses Mediums. Gleichzeitig sollte festgestellt werden, ob ein gesetzlicher Regelungsbedarf entstanden ist. Folgende Fragestellungen wurden u. a. untersucht: Erfahrungen der Veranstalter von Stadtfernsehen mit anderen Medien, redaktionelle Konzeption und Qualifikation der Mitarbeiter, technische Ausstattung, Programmgestaltung, Werbung im Stadtfernsehen und Zuschauerverhalten.

In den „Szenarien zur Entwicklung der Kabelkommunikation“⁴⁴⁾ steht der Trend bis 1995 bei Nachfrage und Angebotsentwicklung in den privaten Haushalten der Bundesrepublik Deutschland im Mittelpunkt. Die ökonomische Dimension der Kabelkommunikation wird durch Präsenarien für die Zeit- und Geldbudgets der Privathaushalte und das Nachfragepotential beschrieben. Über ein normatives Kontrastszenario wird die evolutionäre Dimension der Kabelkommunikation entwickelt. Mit Gruppendiskussionen und schriftlichen Befragungen schließlich werden Daten zur Akzeptanz von Kabelkommunikationsangeboten durch private Haushalte unter Nutzung des Experimentalsystems Zweiweg-Kabelfernsehen des Heinrich-Hertz-Instituts erhoben.

„Akzeptanzuntersuchungen in Laborexperimenten“⁴⁵⁾ können als sozialwissenschaftliches Experiment Indikatoren für das Verhalten künftiger Nutzer bei ihrer Informationsbeschaffung liefern. Ein erhebliches Manko der bis zum Beginn der empirischen Arbeiten in den Feldversuchen für Bildschirmtext im Jahre 1980 durchgeführten Umfragen über den Bedarf nach neuen Kommunikationstechniken bestand darin, daß nach Dingen gefragt werden mußte, die nicht existierten und die in der jeweiligen Befragung auch nur verbal erklärt werden konnten. Dies betraf sowohl die bereits in den Jahren 1974/75 von der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) durchgeführten Umfragen als auch die in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre veröffentlichten Befragungsergebnisse verschiedener Markt- und Meinungsforschungsinstitute. Das im Heinrich-Hertz-Institut entwickelte Experimentalsystem Zweiweg-Kabelfernsehen bot nun erstmals die Möglichkeit der Durchführung sozialwissenschaftlicher Experimente im Labor.

2.2 Auswirkungen auf die bestehende Medienstruktur

Die Studie „*Neue Medien und Alltagskommunikation*“⁴⁶⁾ konzentriert sich gleichermaßen auf die Nutzungsprofile alter wie neuer Kommunikationstechniken. Sie behandelt die kommunikationswissenschaftlichen und medienpolitischen Aspekte der Entwicklungen der technischen Kommunikationsinfrastruktur, die Rolle der „neuen“ Medien in der geschäftlichen Kommunikation, Einflußfaktoren wie den Wandel des Freizeitverhaltens auf die Nutzung von Rundfunk und Presse und der neuen Kommunikationsmittel.

Angesichts vielfacher Spekulationen sollten zu den „*Auswirkungen neuer Kommunikationstechniken auf die Massenmedien*“⁴⁷⁾ analytisch wie empirisch abgesicherte Daten und Erkenntnisse über mögliche Auswirkungen der Einführung solcher Techniken erarbeitet werden. Dabei wurde der Strukturwandel der Massenmedien in der Vergangenheit dargestellt und analysiert, und es wurden Projektionen der Rahmenbedingungen und der Determinanten der zukünftigen Medienentwicklung, seien sie technischer, ökonomischer oder soziokultureller Art, vorgelegt.

Unter der Fragestellung „*Welche Möglichkeiten bestehen, die neuen Medien als Werbeträger zu nutzen, und mit welchen Konsequenzen bei den bisherigen Medien muß bei der Nutzung neuer Medien als Werbeträger gerechnet werden?*“⁴⁸⁾ wurden mit Hilfe der Szenario-Methode die Werbeträgereignung der neuen Medien untersucht und die für die Werbung relevanten Entwicklungen abgeleitet. Dabei hat sich ergeben, daß Werbung, die auf veränderte Nutzungssituationen und ein verändertes Medienangebot angemessen reagieren muß, selbst grundlegende Veränderungen erfährt. Dies bezieht sich auf den Funktionswandel, die Aufgaben- und Kundenstruktur sowie den Tenor der Konzeption der Werbung. Dabei muß sich die Werbung als kommunikationsorientiert verstehen.

In dem Gutachten „*Änderung des Rezipientenverhaltens durch die Einführung neuer elektronischer Medien und ihre Auswirkungen auf die Angebotsstruktur der Presse*“⁴⁹⁾ wird das Problem der Veränderung des Rezipientenverhaltens anhand der Ergebnisse der internationalen Wirkungsforschung dargestellt und die Einführung und Ausbreitung der Neuen Medien sowie die sozialen und individuellen Auswirkungen unter Berücksichtigung analogiefähiger Erfahrungen im Ausland behandelt. Die

⁴³⁾ Auftragnehmer: Hans-Dieter Doeblin, Dortmund. Bericht vom November 1984; Umfang: II, 200 Seiten.

⁴⁴⁾ Auftragnehmer: Prognos AG, Basel, im Auftrag des Heinrich-Hertz-Instituts; Projektleitung: Dr. Klaus Schrape. Bericht vom Dezember 1981; Umfang: Berichtsband V, 324 Seiten, Bd. 1 IV, 189 Seiten, Bd. 2 III, 110 Seiten, Bd. 3 VII, 385 Seiten.

⁴⁵⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin; Projektleitung: Dr. Friedrich von Stachelsky. Bericht vom Juli 1981; Umfang: 139 Seiten.

⁴⁶⁾ Auftragnehmer: Dr. Claudia Mast, München. Bericht vom November 1984; Umfang: VII, 374 Seiten.

⁴⁷⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin; Projektleitung: Prof. Dr. Jan Tonnemacher. Bericht vom Januar 1982; Umfang: 83 Seiten.

⁴⁸⁾ Auftragnehmer: AgaS. Arbeitsgemeinschaft für angewandte Sozialforschung, München; Projektleitung: Dr. Ingegerd Schäuble. Bericht vom November 1981; Umfang: V, 203 Seiten.

⁴⁹⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Josef Hackforth, Münster. Bericht vom November 1980; Umfang: XIII, 329 Seiten.

Auswirkungen der Neuen Medien auf die Presse werden unter der Annahme von speziellen Rahmenbedingungen, theoretischen Grundannahmen und empirischen Erkenntnissen prognostiziert.

Die Untersuchung „*Gesamtwirtschaftliche und sektorale Perspektiven der telekommunikativen Innovationen in den achtziger Jahren*“⁵⁰⁾ grenzt in Ergänzung der bisherigen prognostischen Ansätze die Risiken und Chancen zukunftssträchtiger Telekommunikationstechniken näher ein, die sich in den achtziger Jahren für die Gesamtwirtschaft und für die besonders betroffenen kommunikationswirtschaftlichen Sektoren ergeben. Sie sucht insbesondere die wechselseitigen Beziehungen zwischen kommunikationstechnischer Infrastruktur, Geräteangebot und Informationsangebot im weitesten Sinne sowie die ökonomischen Risiken eines möglichen Rückstands der Entwicklung gegenüber anderen Industriestaaten darzustellen und auch auf die Frage einzugehen, ob und gegebenenfalls mit welchen Tendenzen sich Auswirkungen für den Arbeitsmarkt voraussagen lassen. Darüber hinaus werden themenrelevante Arbeitsergebnisse der (fast gleichzeitig tätigen) Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „*Neue Informations- und Kommunikationstechniken*“ einbezogen.

Neue technische Möglichkeiten veranlaßten die Presse, sich auch im elektronischen Umfeld zu engagieren. In der Untersuchung „*Tageszeitung und Neue Medien*“⁵¹⁾ wurden erste Erfahrungen von Tageszeitungen mit Fernseh- und Bildschirmtextangeboten behandelt und in zwei Fallstudien die Einstellung und Resonanz von Messebesuchern zu Neuen Medien analysiert.

Die Untersuchung „*Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien und -systeme auf die Struktur der Fachmedien/Fachpresse*“⁵²⁾ befaßt sich mit der Rolle der Fachkommunikation bei den Veränderungen des Mediensystems durch die Einführung neuer Technologien im Kommunikationsbereich. Dabei kommt der Fachkommunikation insofern eine entscheidende Funktion zu, da sie sowohl Motor als auch Resultat von technisch-wissenschaftlichen Veränderungen ist. Im Rahmen der Untersuchung wurden auch die möglichen Auswirkungen von Bildschirmtext, Videotext und Systemen der Information und Dokumentation auf die Fachpresse untersucht. Hierbei wurden auch ausländische Erfahrungen in die Analyse einbezogen.

Eine Analyse der in den USA gemachten Erfahrungen über die Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien und Medien auf die Presse stellt

die Untersuchung „*Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien und Medien auf die Presse*“⁵³⁾ dar. Sie erfolgte vor dem Hintergrund der medienpolitischen Diskussion in der Bundesrepublik Deutschland um die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Die USA wurden als Untersuchungsland ausgewählt, weil dort der Einsatz dieser neuen Technologien und Medien wegen der geringen institutionellen und politischen Hemmnisse am weitesten fortgeschritten war.

Mit dem Projekt „*Sozialwissenschaftliches Experiment: Kabelfernsehen auf der Funkausstellung 1979*“⁵⁴⁾ wurde die Nutzung des dort ausgestellten Experimentalsystems Zweiweg-Kabelfernsehen durch die Ausstellungsbesucher festgestellt, ihre Reaktion auf das Kabelfernsehen beobachtet und ihre Beurteilung dieser neuen Kommunikationstechnik erfragt.

Die Studie „*Auslandserfahrungen mit Lokalkommunikations- und Kabelfernsehexperimenten*“⁵⁵⁾ diente dem Vergleich mit Entwicklung in Ländern, die auf dem Gebiet der technischen Kommunikation schon weiter waren, um mit allen Einschränkungen der oft nicht gegebenen Vergleichbarkeit doch vorsichtige Analogieschlüsse über mögliche Inlandsentwicklungen ziehen zu können. Im Vordergrund standen dabei die Lokalkommunikationsexperimente in Großbritannien und den Niederlanden sowie die interaktiven Kabelfernseh-Versuche in Japan und den USA.

2.3 Gesellschaftliche Folgen

Unter dem Titel „*Vorteile und Risiken der neuen Medien für die Struktur der demokratischen Gesellschaft und den Zusammenhalt der sozialen Gruppen*“⁵⁶⁾ wurde durch die Auswertung von Buch- und Zeitschriftenliteratur sowie von Informationen in Pressediensten der Diskussions- und Erkenntnisstand über die voraussichtlichen Entwicklungen und Auswirkungen der neuen Medien untersucht. Schwerpunkte lagen bei der Analyse der Struktur- und Nutzungsmöglichkeiten sowie der Leistungsfähigkeit der neuen elektronischen Medien und ihrer Auswirkungen auf die Demokratie und die sozialen Gruppen. Dabei wurden Auswirkungen der neuen Medien im sozialen und politischen Bereich prognostiziert sowie Annahmen über die Veränderungen des Mediensystems aufgestellt.

⁵⁰⁾ Auftragnehmer: IFC-Institut für Wirtschaftsforschung, München. Bericht vom März 1983; Umfang: II, XII, 286 Seiten.

⁵¹⁾ Auftragnehmer: Dr. Claudia Mast, München. Bericht vom Oktober 1984; Umfang: VIII, 213 Seiten.

⁵²⁾ Auftragnehmer: Sozialforschung Brög, München; Projektleitung: Dr. Jörg Becker und Dr. Barbara Mettler-Melhorn. Bericht vom September 1978; Umfang: 13 Seiten, Literaturverzeichnis 22 Seiten, Tabellen 38 Seiten.

⁵³⁾ Auftragnehmer: Abt Associates Forschung, Bonn; Projektleitung: Karl A. Stroetmann. Bericht vom November 1979; Umfang: III, XXIII, 128 Seiten.

⁵⁴⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin. Projektleitung: Dr. Jan Tommewäher. Bericht vom Januar 1980; Umfang: 23 Seiten.

⁵⁵⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin. Projektleitung: Dr. Jan Tommewäher. Bericht vom Mai 1979; Umfang: 309 Seiten.

⁵⁶⁾ Auftragnehmer: Prof. Dr. Franz Ronneberger, Nürnberg. Bericht vom November 1981; Umfang: 187 Seiten.

Aufgabe des Gutachtens „*Einschätzung der Auswirkungen der neuen technischen Dialog-Möglichkeiten auf die Gesellschaft und die Massenkommunikation*“⁵⁷⁾ war es, Anhaltspunkte zu ermitteln, welche Probleme mit der Entwicklung neuer Rückkanaltechniken verbunden sind, inwieweit Nachfrage zu erkennen ist und welche Auswirkungen sich ergeben. Grundlage bilden die Erkenntnisse aus den bestehenden Kommunikationssystemen in der Bundesrepublik Deutschland, die Erfahrungen mit neuen Kommunikationstechnologien im Ausland und die Ergebnisse der internationalen kommunikationswissenschaftlichen Grundlagenforschung.

Als Bestandsaufnahme zur Entwicklung neuer Forschungsansätze war das Gutachten „*Neue Medien und Familie*“⁵⁸⁾ konzipiert. Die Sekundäranalyse zeigt, daß starker Fernsehkonsum mit niedriger Interaktionsqualität einhergeht und auch mit geringerer persönlicher Kommunikation zumindest während dieser, zum Teil ausgedehnten, Fernsehzeit in der Familie. Für Kinder kann festgestellt werden, daß trotz der starken Zuwendung, die das Fernsehen und die übrigen Massenmedien bereits durch sie erfahren, es zahlreiche kommunikationsrelevante Bedürfnisse gibt (und das ist auch den Kindern bewußt), die besser durch personale Kommunikation oder direktes Handeln befriedigt werden können. Je jünger ein Kind ist, desto eher gilt ihm das persönliche Gespräch als der Weg, um etwas zu erfahren oder etwas zu lernen. Bei den meisten Kindern ist auch der Wunsch nach dem Kontakt mit Gleichaltrigen so dominant, daß die Medien gegebenenfalls demgegenüber in den Hintergrund treten.

Die Untersuchung „*Kenntnisse, Erwartungen und Absichten gegenüber dem ‚Offenen Kanal‘*“⁵⁹⁾ hatte zum Ziel, verlässliche Daten über Möglichkeiten des „Offenen Kanals“ als einer neuen Form lokaler und von lokalen Themen lebender Kommunikation zu gewinnen. Dabei wurden die lokalen/regionalen Voraussetzungen und Gegebenheiten in den vorgesehenen Kabelpilotprojektgebieten Dortmund, Berlin, Ludwigshafen und München zur Grundlage gemacht. Die Untersuchungen in den Versuchsgebieten erfolgten in Verbindung mit Seminaren der Bundeszentrale für politische Bildung, an denen Repräsentanten der wichtigsten Institutionen, Parteien und Bevölkerungsgruppen teilnahmen.

Mit dem Gutachten „*Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken im Bereich Kunst und Kultur*“⁶⁰⁾ wurden Chancen und Gefah-

ren für den Kunst- und Kulturbereich untersucht, die sich im Zuge der Entwicklung und Ausbreitung neuer Informations- und Kommunikationstechniken ergeben können. Dieses Ziel wurde mit einer Kombination aus Literaturanalyse und Expertengesprächen sowie mit Hilfe der Szenario-Technik verfolgt. Dabei wurde auch auf in Kanada und USA gesammelte Erfahrungen zurückgegriffen. Die Untersuchung umfaßt drei wesentliche Komplexe: Struktur und Entwicklung der Medienlandschaft in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland, die zukünftige Medienlandschaft in der Bundesrepublik Deutschland und ihre mutmaßlichen Auswirkungen auf Kunst und Kultur sowie die Auswirkungen, Chancen und Risiken für Kunst und Kultur durch neue Informations- und Kommunikationstechniken in den wichtigsten künstlerischen Bereichen.

Die Studie „*Technologie und kulturelle Identität. Auswirkungen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken in bezug auf die nationale Identität der Kultur unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und urheberrechtlicher Fragen*“⁶¹⁾ untersuchte in drei Abschnitten die Problemstellung und die internationale Debatte hierzu seit 1982, die Medien und die kulturelle Identität sowie die grenzüberschreitende Kommunikation und kulturelle Identität. Der Begriff der kulturellen Identität wird als Erlebnis der Kontinuität und Gleichheit verstanden. Nicht die ebenso unerwünschte wie unrealistische Abschirmung vom Fremden steht dabei im Vordergrund, sondern die Entfaltung des Ureigenen einer Kultur.

Im Projekt „*Kabelfernsehen in der beruflichen Fortbildung und privaten Weiterbildung*“⁶²⁾ sollten Nutzungsmöglichkeiten breitbandiger Kommunikationssysteme in der privaten Weiterbildung und verschiedenen Bereichen beruflichen Lernens gezeigt werden. In Lernprozessen bzw. Bildungsinstitutionen können solche Systeme dort, wo es bisher raum- oder zeitbedingte Restriktionen im Angebot oder in der Nutzung von Bildungsangeboten gibt, vorgesehen bzw. eingesetzt werden. In einem ersten Vorprojekt wurden Anwendungsbereiche festgelegt und die technischen Vorbedingungen für diese Anwendungen erörtert. Die Arbeiten wurden wie andere Vorarbeiten in die späteren Untersuchungen zum Bildschirmtext sowie zu den Marktaussichten für integrierte Breitbandkommunikationssysteme auf Basis der optischen Nachrichtenübertragung über Glasfasernetz überführt.

Mit der Studie „*Neue Medientechnologie und Bildung. Internationale Erfahrungen*“⁶³⁾ wurde unter-

⁵⁷⁾ Auftragnehmer: Infratest Medienforschung, München. Bericht vom Februar 1982; Umfang: XIX, 227 Seiten.

⁵⁸⁾ Auftragnehmer: Infratest Medienforschung, München. Bericht vom November 1979; Umfang: 79 Seiten.

⁵⁹⁾ Auftragnehmer: psydata GmbH, Frankfurt (Main). Bericht vom November 1983; Umfang: 42 Seiten (Bericht) + 57 Seiten (Tabellen); ferner 3 Berichtsbände (Dortmund, Ludwigshafen, München).

⁶⁰⁾ Auftragnehmer: Abt/Empirica, Bonn. Bericht vom Oktober 1984; Umfang 3 Bände: 332 Seiten (Bericht), 45 Seiten (Bibliographie) sowie Expertengesprächsprotokolle.

⁶¹⁾ Auftragnehmer: Mediacult, Wien. Bericht vom Januar 1985; Umfang: IV, 125 Seiten.

⁶²⁾ Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin; Projektleitung: Dr. Jürgen Seetzen. Berichte vom Dezember 1981 und Mai 1982; Umfang: 120 Seiten (1981) und 103 Seiten (1982).

⁶³⁾ Auftragnehmer: Adolf-Grimme-Institut, Marl; Projektleitung Dr. Peter von Rügen. Bericht vom August 1982; Umfang: (1.) IV, 244 Seiten, (2.) IV, 184 Seiten, (3.) II, 426 Seiten.

sucht, welche Einflüsse die neuen Medientechnologien auf die Bildungseinrichtungen und Bildungsprozesse haben. Vergleichsweise wurden dabei die Verhältnisse in verschiedenen europäischen Ländern, in Nordamerika und in Japan beobachtet. Durch die Konkurrenz von öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Anbietern ergeben sich Änderungen in der Anbieterstruktur, die die Bedeutung des Bildungsauftrages der öffentlich-rechtlichen Anstalten deutlich machen.

Das Projekt „*Nutzungspotentiale für neue Kommunikationstechniken in ausgewählten Wirtschaftsbereichen*“⁶⁴) war im wesentlichen von der Fragestellung bestimmt, ob neue Möglichkeiten von Informationen und Kommunikationen produktionstechnisch und organisatorisch insbesondere für eine mittelständische Wirtschaft von Bedeutung seien und deren Position im Wettbewerb verbessern könnten.

Die Untersuchung „*Beschäftigungsauswirkungen des informationstechnischen Wandels*“⁶⁵) erfaßte die Veränderungen der Beschäftigungsstruktur aufgrund des zukünftigen verstärkten Einsatzes informationstechnischer Geräte und Hilfsmittel. Dazu wurden die durch neue Informations- und Kommunikationstechniken betroffenen Berufe und Tätigkeiten identifiziert, und es wurde eine Projektion der Beschäftigungsentwicklung nach beruflichen, branchenspezifischen und gesamtwirtschaftlichen Gesichtspunkten vorgenommen.

Die Studie „*Kosten/Leistungs-Relationen von Kommunikationsdiensten für private Haushalte*“⁶⁶) knüpft an die Akzeptanzuntersuchungen des Heinrich-Hertz-Instituts an, wobei sich in Laborexperimenten ergab, daß Nutzungsentscheidungen und -gewohnheiten nicht nur rationalen Gründen folgen.

3 Bibliographie und Dokumentation im Medienbereich

Mit den Berichten 6 (1977) bis 11 (1982/83) der „*Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik*“⁶⁷) wurde die regelmäßige Erfassung aller relevanten Daten zur Entwicklung der Medien in der Bundesrepublik Deutschland im Wege der systematischen Quellenauswertung fortgesetzt.

⁶⁴) Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin. Projektleitung: Dipl.Ing. Heinz-Jürgen Teichmann. Bericht vom Februar 1982; Umfang: 91 Seiten.

⁶⁵) Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin. Projektleitung: Dr. Reinhard Pfab. Bericht vom Dezember 1981; Umfang: 77 Seiten.

⁶⁶) Auftragnehmer: Heinrich-Hertz-Institut, Berlin. Projektleitung: Dr. Friedrich von Stachelsky. Berichte vom März und April 1983; Umfang: 51 + 21 Seiten.

⁶⁷) Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München. Bericht 6 (1977) vom Oktober 1978; 7 (1978) vom November 1979; 8 (1979) vom November 1980; 9 (1980) vom November 1981; 10 (1981) vom November 1982; 11 (1982/83) vom Juni 1984; Umfang: 6: 446 Seiten, 7: 489 Seiten, 8: 496 Seiten, 9: 613 Seiten, 10: 588 Seiten, 11: 592 Seiten.

Als kommentierte Auswahlbibliographie ist die Übersicht „*Deutschsprachige Massenkommunikationsforschung 1945—1980*“⁶⁸) angelegt, in der neben Monographien auch die Zeitschriftenbeiträge erfaßt wurden, die für den Erkenntnisfortschritt auf dem Gebiet der Medienforschung von Bedeutung waren.

Mit dem Gutachten „*Nutzung und Bedeutung der Grauen Literatur im Bereich wissenschaftlicher Forschung*“⁶⁹) werden die hinter dem Schlagwort „Graue Literatur“ verborgenen Formen der Fachkommunikation ermittelt und in ihrer Bedeutung für die Wissenschaft und Gesellschaft abgeschätzt. Im Vordergrund standen Überlegungen, ob und inwieweit durch „graue Veröffentlichungsformen“ Beschränkungen der Informationsfreiheit und Medienvielfalt bestehen, sich weiterhin entwickeln werden und wie diese ggf. abgebaut werden können.

Um Engpässe und Ansätze geht es in der Studie „*Informations- und Kommunikationstechnologien für die wissenschaftlich-technische Informationsversorgung in den 80er Jahren*“⁷⁰). Sie soll der Forschungsplanung Anhaltspunkte zur Analyse und Bewertung der vorhandenen bzw. absehbaren technischen Hilfsmittel unter dem Gesichtspunkt ihrer Leistungsfähigkeit zur Verbesserung der Informationsversorgung geben. Als größte Störung wird gegenwärtig der Bereich der Informationssuche und -bereitstellung bezeichnet.

Als Forschungsbericht und als Protokoll über eine sich anschließende Veranstaltung liegen die Ergebnisse von „*Fallstudien zur Entwicklung bedarfsgerechter und benutzernaher Informationsbereitstellung für Journalisten, demonstriert am Fachinformationszentrum Energie, Physik, Mathematik — Jour-Fiz I*“⁷¹) vor. Hier ging es darum, die Akzeptanz von Einrichtungen des IuD-Programms der Bundesregierung durch Benutzer aus dem Medienbereich zu ermitteln.

Das Projekt wurde weitergeführt als „*Modellversuch zur Nutzung von Datenbanken durch Journalisten in der täglichen Praxis — Modellversuch Jour-Fiz II*“⁷²), in dessen Rahmen bei unterschiedli-

⁶⁸) Auftragnehmer: Deutsche Gesellschaft für COMNET, Bonn; Projektleitung und Bearbeitung: Dr. Hans Bohrmann, Dortmund, und Wilbert Ubbens M. A., Bremen. Bericht vom November 1981, Umfang: II, 277 Seiten.

⁶⁹) Auftragnehmer: AgaS. Arbeitsgemeinschaft für angewandte Sozialforschung GmbH, München; Projektleitung: Ingegerd Schäuble. Bericht vom Juni 1980; Umfang: 144 Seiten (Bericht) + 51 Seiten (Tabellenband).

⁷⁰) Auftragnehmer: Prognos AG, Basel. Bericht vom Oktober 1982; Umfang: 182 Seiten.

⁷¹) Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München. Projektleitung: Eckhard Rahlenbeck, M. A. Bericht vom Dezember 1981; Umfang: Forschungsbericht 172 Seiten, Workshop-Jour-Fiz 52 Seiten + 24 Seiten Anlagen.

⁷²) Auftragnehmer: AfK. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München. Projektleitung: Dipl.-Soz., Dipl.-Volksw., Frank Schumacher. Bericht vom Juni 1984; Umfang: Projektverlaufsbericht 119 Seiten, Recherchehandbuch 315 Seiten.

chen Medien und Ressorts sechs Informationsvermittlungsstellen (IVS) eingerichtet wurden, um den Journalisten den unmittelbaren Zugriff zu Datenbanken im Arbeitsalltag zu ermöglichen und die dadurch eröffneten Chancen systematisch zu überprüfen. Hauptergebnis des Modellversuches war die Tatsache, daß die Online-Datenbankrecherche trotz

noch unzureichender Angebote bei fünf der sechs teilnehmenden Medien zum festen Bestandteil der journalistischen Alltagspraxis wurde und die entsprechenden IVS über das Ende des Modellversuches hinaus als feste Einrichtungen langfristig weiter betrieben werden.

Tabellen

Tabellenübersicht

Tabelle

- 1 Anzahl der Ausgaben und Verkaufsauflagen der Zeitungen 1975 bis 1983
- 2 Anzahl der Beschäftigten in Zeitungsverlagen 1975 bis 1983
- 3 Umsätze der Zeitungsverlage 1975 bis 1983
- 4 Strukturdaten zur Entwicklung der Tagespresse 1954 bis 1985
- 5 Änderungen der Betriebsgrößenstruktur in der Tagespresse: 1954 gegenüber 1985
- 6 Entwicklung der Verkaufsauflagen der Straßenverkaufszeitungen 1954 bis 1984
- 7 Zeitungsangebot in den Großstädten 1985
- 8 Zeitungsdichte in den Großstädten 1967 bis 1985
- 9 Auflagen der Tagespresse-Programmsupplements im IV. Quartal 1984 (im Text: Seite 125)
- 10 Zeitschriftenauflagen pro Nummer im vierten Vierteljahr und Titelanzahl nach Zeitschriftenarten 1976 bis 1980
- 11 Zeitschriftenauflagen pro Nummer im vierten Vierteljahr und Titelanzahl nach Zeitschriftenarten 1981 bis 1983
- 12 Auflagenanteile der Zeitschriften nach ihrer Erscheinenshäufigkeit 1978 bis 1983
- 13 Anzahl der Beschäftigten in Zeitschriftenverlagen 1967 bis 1983
- 14 Umsätze der Zeitschriftenverlage 1976 bis 1983
- 15 Zeitschriftenumsätze 1976 bis 1980 nach Zeitschriftenarten
- 16 Zeitschriftenumsätze 1981 bis 1983 nach Zeitschriftenarten
- 17 Titel- und Ausgabenanzahl sowie Auflage und Umsatz der Anzeigenblätter 1980 bis 1983 (im Text: Seite 126)
- 18 Auflagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften nach Sparten 1976 bis 1980
- 19 Auflagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften nach Sparten 1981 bis 1983
- 20 Auflagenentwicklung der unterhaltenden Publikumszeitschriften 1978 bis 1984
- 21 Auflagen der wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten 1976 bis 1980
- 22 Auflagen der wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten 1981 bis 1983
- 23 Fachzeitschriften nach Sparten 1976 bis 1980
- 24 Fachzeitschriftenauflagen nach Sparten 1981 bis 1983
- 25 Erscheinungsweise der Fachzeitschriften 1983
- 26 Fachzeitschriften am 31. Dezember 1983 nach Auflagengrößeklassen
- 27 Entwicklung der Erlöse, Kosten und Gewinne je Monatsstück von Abonnementszeitungen 1954 bis 1979
- 28 Entwicklung der Monatsstückkosten von Abonnementszeitungen 1954 bis 1979
- 29 Ausgewählte Kostenarten, Gesamtkosten und Betriebsergebnisse von Zeitungsverlagen in vom Hundert der Gesamtleistung 1976 bis 1982
- 30 Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1983 von Abonnementstageszeitungsverlagen ohne eigene Druckerei

Tabelle

- 31 Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1983 von Abonnementstageszeitungsverlagen mit eigener Druckerei
- 32 Durchschnittliche Seitenumfänge und Bezugspreise von Abonnementstageszeitungen nach Auflagengrößenklassen 1976 bis 1983
- 33 Prozentualer Anteil am Umsatz aus Vertrieb und Anzeigen der Abonnementszeitung nach Auflagengrößenklassen 1976 bis 1983
- 34 Entwicklung der durchschnittlichen Seitenumfänge in der Tagespresse von 1965 bis 1984
- 35 Betriebsergebnisse von Zeitschriftenverlagen in % der Gesamtleistung von 1976 bis 1982
- 36 Spartenumsätze der unterhaltenden Publikumszeitschriften 1976 bis 1983
- 37 Spartenumsätze der Fachzeitschriften 1976 bis 1983
- 38 Steuerpflichtige und steuerbarer Umsatz 1982 in Buchverlagen (ohne Adreßbücher) und in Verlagen von Fachzeitschriften nach Umsatzgrößenklassen
- 39 Buchproduktion und Buchpreise 1977 bis 1984
- 40 Prozent-Anteile der Sachgebiete 1969 bis 1984 sowie 1951 bis 1984 insgesamt
- 41 Steuerpflichtige und steuerbarer Umsatz 1982 im Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften sowie mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen nach Umsatzgrößenklassen
- 42 Geschätzte Umsatzanteile 1981 bis 1984 zu Endverbraucherpreisen
- 43 Preisgruppenanteile in den einzelnen Sachgebieten 1983 und 1984
- 44 Titelproduktion 1971 bis 1984 insgesamt nach Preisgruppen
- 45 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels 1965 bis 1984
- 46 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels 1984 nach Erdteilen
- 47 Einfuhr von Büchern 1982 bis 1984 nach Herkunftsländern
- 48 Ausfuhr von Büchern 1982 bis 1984 nach Abnahmeländern
- 49 Einfuhr von Zeitungen und Zeitschriften 1982 bis 1984 nach Herkunftsländern
- 50 Ausfuhr von Zeitungen und Zeitschriften 1982 bis 1984 nach Abnahmeländern
- 51 Lizenzen, die von hiesigen Verlagen in den Jahren 1980 bis 1984 ins Ausland vergeben wurden, nach Ländern
- 52 Lizenzen, die von hiesigen Verlagen in den Jahren 1981 bis 1984 ins Ausland vergeben wurden, nach Sprachen
- 53 Marktanteile deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste im Bereich der Tagespresse 1983
- 54 Nachrichtenagenturen und ihre Kunden 1983
- 55 Verkaufsauflage der Publizistischen Einheiten in der Tagespresse und Anzahl der abonnierten Nachrichtendienste 1983
- 56 Kinowirtschaftliche Daten 1936 bis 1984
- 57 Unternehmen, Beschäftigte, Umsatz und Kosten in der Filmwirtschaft 1973 bis 1983 im Überblick
- 58 Eingehenderer filmwirtschaftlicher Gesamtüberblick 1977 bis 1983
- 59 Filmherstellung 1975 bis 1983 nach Anzahl und Vorführungsdauer der Filme
- 60 Anteil des deutschen Films an den uraufgeführten Spielfilmen 1974 bis 1984
- 61 Umsatz der Filmhersteller 1975 bis 1983
- 62 Filmherstellung 1983
1 Unternehmen, Beschäftigte, hergestellte Filme, Umsatz und Kosten
- 63 Filmherstellung 1983
2 Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten
- 64 Filmherstellung 1983
3 Unternehmen, Sachanlagen und Filmvermögen.

Tabelle

- 65 Herkunftsländer der Filme und Bestand von Auswertungsrechten 1975 bis 1983
- 66 Verleihumsatz 1980 bis 1984 nach Herstellungsländern der Filme
- 67 Filmverleih und Filmvertrieb 1983
1 Unternehmen, Beschäftigte, erworbene Auswertungsrechte, Umsatz und Kosten
- 68 Filmverleih und Filmvertrieb 1983
2 Leistung der Unternehmen
- 69 Ortsfeste Filmtheater, Sitzplätze je Filmtheater und je 1 000 Einwohner 1975 bis 1984
- 70 Filmtheater 1983
Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten
- 71 Filmtheater 1983
Unternehmen, Spielstellen, Sitzplätze, Vorstellungen, verkaufte Eintrittskarten und Eintrittskartenerlös
- 72 Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten
- 73 Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen und Umsatzarten
- 74 Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen und Kostenarten
- 75 Deutsche Filmförderungsmittel 1983
- 76 Verleihumsatz 1965 bis 1983
Prozentuale einheimische Marktanteile nach Ländern
- 77 Gewerbliche Filmtheater nach Ländern 1965 bis 1983
- 78 Filmbesuch in Millionen nach Ländern 1965 bis 1983
- 79 Stückumsätze von Schallplatten und bespielten Tonbändern 1969 bis 1984
- 80 Stückumsätze von Tonträgern nach Vertriebswegen 1969 bis 1984
- 81 Stückumsätze von Tonträgern im Handel nach Preisgruppen 1969 bis 1984
- 82 Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Landesrundfunkanstalten 1978 bis 1984
- 82 Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Landesrundfunkanstalten 1978 bis 1984
- 83 Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Zweiten Deutschen Fernsehens 1978 bis 1984
- 84 Zuwachsraten der betrieblichen Erträge und Aufwendungen 1978 bis 1984
- 85 Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Deutschen Welle und des Deutschlandfunks 1978 bis 1984
- 86 Zuwachsraten der Erträge und Betriebsaufwendungen 1978 bis 1984
- 87 Änderungen der Personalkostenanteile bei den Rundfunkanstalten 1980 bis 1984
- 88 Gesamtaufkommen an Rundfunkgebühren 1970 bis 1984
- 89 Zahl der Rundfunkteilnehmer/angemeldeten Geräte im Vergleich zu der Zahl der Haushaltungen 1950 bis 1984
- 90 Ausstattung mit Geräten der Unterhaltungselektronik 1984
- 91 Durchschnittliche Reichweiten der Tageszeitungen und Publikumszeitschriften 1984
- 92 Effektive Freizeit nach Altersgruppen 1976 und 1982 in Stunden
- 93 Zeitbudget für Mediennutzung pro durchschnittlichen Werktag 1964 bis 1980
- 94 Zeitbudget für Mediennutzung pro Tag 1983/84
- 95 Betätigungspräferenzen in der Freizeit 1984

Kurzbezeichnungen:

Zur Bezeichnung von häufiger als Quelle dienenden Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes (Hrsg.), die alle als Bestandteil der Fachserie 11 „Bildung und Kultur“ im Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, erschienen sind, werden hier, wie im Textteil, die folgenden Abkürzungen verwandt:

Für Zahlenwerke der Reihe:

- 5 „Presse“,
die herrühren aus:
 - = den jährlichen Erhebungen auf der Grundlage gesetzlicher Auskunftspflicht
„Pressestatistik“
 - = den Erhebungen im zweijährigen Turnus auf der Grundlage freiwilliger Beteiligung
„Kostenstrukturstatistik Presse“;
- 6 „Filmwirtschaft“
„Filmstatistik“.

Die als „Außenhandelsstatistik“ oder als „Umsatzsteuerstatistik“ bezeichneten amtlichen Zahlenwerke sind ebenfalls vom Statistischen Bundesamt herausgegeben und im Verlag W. Kohlhammer erschienen und zwar in der Fachserie 7 „Außenhandel“ und in der Fachserie 14 „Finanzen und Steuern“ (Reihe B „Umsatzsteuer“).

Zeichenerklärung:

- 0 = weniger als die Hälfte von 1 in der letzten besetzten Stelle, jedoch mehr als nichts
- = nichts vorhanden
- . = Zahlenwert unbekannt oder geheimzuhalten

Bei Statistiken aus anderen als amtlichen Quellen ließ sich diese Differenzierung der Ursache fehlender Zahlenangaben allerdings nicht immer durchhalten.

Anzahl der Ausgaben und Verkaufsauflagen der Zeitungen 1975 bis 1983

	Einheit	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
I. Zeitungen am 31. Dezember										
insgesamt	Anzahl	1 186	1 187	1 202	1 198	1 217	1 222	1 216	1 219	1 226
Hauptausgaben	Anzahl	375	374	372	371	370	368	365	364	359
Nebenausgaben	Anzahl	811	813	830	827	847	854	851	855	867
II. Verkaufsauflage	1 000	22 702	23 465	23 983	24 176	25 016	25 103	25 094	25 882	25 834
III. Hauptausgaben aus Unternehmen mit wirtschaftlichem Schwerpunkt										
Zeitungsgewerbe	Anzahl	333	333	333	330	329	331	334	333	334
Zeitschriftengewerbe	Anzahl	—	—	1	1	1	1	1	—	—
sonstiges Verlagsgewerbe	Anzahl	3	2	1	1	1	1	1	2	2
außerhalb des Verlags- gewerbes	Anzahl	39	39	37	39	39	35	29	29	23
(darunter Druckereien)	Anzahl	(34)	(36)	(35)	(36)	(36)	(32)	(28)	(28)	(22)

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 2

Anzahl der Beschäftigten in Zeitungsverlagen 1975 bis 1983

	1975	1977	1979	1981	1982	1983
(Unternehmensanzahl)	(312)	(311)	(307)	(311)	(309)	(310)
Insgesamt	119 741	119 670	122 967	124 297	130 748	130 484
(davon Teilzeitbeschäftigte)	(52 867)	(62 231)	(59 822)	(65 888)	(65 435)
tätige Inhaber	314	307	281	213	191	182
Redaktionsangehörige						
— Redakteure	7 426	7 742	7 954	9 142	9 329	9 532
— Volontäre	499	780	1 043	1 255	1 133	1 079
— sonstige	2 443	2 839	2 912	2 953	2 915	3 064
technisches Personal ¹⁾	25 694	26 004	26 353	26 312	25 822
Zusteller	52 983	51 715	54 632	51 052	56 728	57 068
sonstige	56 076	30 593	30 141	33 329	34 140	33 737
Außerdem freie Mitarbeiter	18 720	16 102	17 723	19 635	19 371	21 728

1) 1975 in der letzten Zeile: „sonstige“ enthalten.

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 3

Umsätze der Zeitungsverlage 1975 bis 1983
in Mio. DM

	1975	1977	1979	1981	1982	1983
(Unternehmensanzahl)	(312)	(311)	(307)	(311)	(309)	(310)
aus eigenen Zeitungen						
— Vertrieb	1 935	2 309	2 535	2 943	3 316	3 466
— Anzeigen	3 304	4 226	5 177	5 568	5 667	6 155
aus eigenen Zeitschriften						
— Vertrieb	204	252	261	309	345	362
— Anzeigen	179	280	351	398	401	451
aus sonstigen eigenen Verlags- erzeugnissen						
— Vertrieb	29	24	96	111	115	129
— Anzeigen	16	25	20	25	35	32
aus Druckerei	729	887	927	1 124	1 237	1 280
aus Sonstigem	194	274	320	417	451	438
insgesamt	6 590	8 277	9 688	10 894	11 566	12 314

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 4

Strukturdaten zur Entwicklung der Tagespresse 1954 bis 1985

	1954 (De- zem- ber)	1964 (No- vem- ber)	1967 (Sep- tem- ber)	1969 (Au- gust)	1973 (Okto- ber)	1976 (Juli)	1979 (Au- gust)	1981 (Au- gust)	1983 (März)	1985 (Juni)
Verlagsbetriebe, die Tages- zeitungen herausgeben ¹⁾	624	573	535	517	438	403	400	392	385	382
darunter										
Straßenverkaufszeitungen	(13)	(12)	(9)	(10)	(8)	(9)	(9)	(8)	(8)	(8)
Redaktionelle Ausgaben von Tageszeitungen ²⁾	1 500	1 495	1 416	1 372	1 236	1 229	1 240	1 258	1 255	1 273
darunter										
Straßenverkaufszeitungen	(17)	(23)	(23)	(.)	(.)	(35)	(42)	(40)	(34)	(35)
Vollredaktionen (sogenannte Publizistische Einheiten ³⁾	225	183	158	149	131	121	122	124	125	126
darunter										
Straßenverkaufszeitungen	(12)	(11)	(10)	(10)	(8)	(8)	(8)	(7)	(7)	(7)
Verkaufsauflagen aller Tages- zeitungen in Millionen Exem- plaren ⁴⁾	13,4	17,3	18,0	18,1	18,6	19,5	20,5	20,4	21,2	20,9
darunter										
Straßenverkaufszeitungen	(2,5)	(5,4)	(6,0)	(5,5)	(5,4)	(6,3)	(6,6)	(6,2)	(6,9)	(6,6)
Leserdichte (Tageszeitungs- exemplare je 1 000 Einwoh- ner) ⁵⁾	344	390	399	399	414	428	437	430	441	437
Ein-Zeitungs-Kreise ⁶⁾										
Anzahl	85	121	145	164	153	156	150	152	154	157
in % aller Kreise	15,2	21,4	25,7	29,8	38,3	45,3	45,2	46,2	46,8	47,9
Wohnbevölkerung der Ein-Zeitungs-Kreise										
in Millionen	4,4	7,3	9,6	12,0	17,0	20,1	.	21,4	21,7	22,0
in % der Gesamtbevölkerung	8,5	12,5	16,1	20,0	27,6	32,7	.	34,7	35,3	35,9

¹⁾ Die Zahl der Verlagsbetriebe stimmt weitgehend (zu über 99%) mit der Zahl der Hauptausgaben überein.

²⁾ Redaktionelle Ausgaben sind Ausgaben, die sich im Inhalt und/oder Titel voneinander unterscheiden.

³⁾ Vollredaktionen sind Redaktionen (auch Redaktionsgemeinschaften), die den allgemeinen politischen Teil einer Zeitung („Zeitungsmantel“) im wesentlichen selbst redigieren.

⁴⁾ die Angaben schließen auch die Auflagen der Tageszeitungen ein, die nicht der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Bonn (IVW) angeschlossen sind (Auflageanteil dieser Zeitungen weniger als 1%).

⁵⁾ Wohnbevölkerung über 15 Jahre, seit 1964 ohne beschäftigte ausländische Arbeitnehmer, ab 1973 ohne Ausländer.

⁶⁾ Ein-Zeitungs-Kreise sind Kreise und kreisfreie Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus einer Tageszeitung über das aktuelle örtliche Geschehen unterrichten kann.

*) vorläufig

Quelle: Walter J. Schütz:

Die redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse 1985. In: „Media Perspektiven“ Nr. 7/1985, S. 497 bis S. 520 mit weiteren Nachweisungen dort und im Medienbericht 1978, S. 6 sowie (zur Leserdichte) eigene Berechnungen in Verbindungen mit Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistische Jahrbücher für die Bundesrepublik Deutschland. Stuttgart.

Tabelle 5

I. Änderungen der Betriebsgrößenstruktur in der Tagespresse: 1954 gegenüber 1985

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1954 (Dezember)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsaufgabe von insgesamt 13,37 Mio. Exemplaren ¹⁾
	absolut	%	%
1. bis 5 000	277	44,4	5,4
2. 5 000 bis 10 000	116	18,6	6,2
3. 10 000 bis 40 000	143	22,9	21,4
4. 40 000 bis 60 000	22	3,5	7,7
5. 60 000 bis 100 000	23	3,7	13,6
6. 100 000 bis 150 000	16	2,6	13,9
7. 150 000 bis 250 000	13	2,1	17,6
8. 250 000 und mehr	2	0,3	14,2
9. ohne Angaben	12	1,9	—
insgesamt	624	100	100

II. Größenstruktur der Vollredaktionen in der Tagespresse: 1954 gegenüber 1985

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1954 (Dezember)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsaufgabe von insgesamt 13,37 Mio. Exemplaren ¹⁾
	absolut	%	%
1. bis 5 000	17	7,5	0,4
2. 5 000 bis 10 000	21	9,3	1,2
3. 10 000 bis 40 000	83	36,9	13,8
4. 40 000 bis 60 000	36	16,0	13,1
5. 60 000 bis 100 000	33	14,7	19,2
6. 100 000 bis 150 000	17	7,6	15,1
7. 150 000 bis 250 000	15	6,7	20,5
8. 250 000 und mehr	3	1,3	16,7
9. ohne Angaben	—	—	—
insgesamt	225	100	100

¹⁾ Die Auflage aller zugehörigen Ausgaben ist eingerechnet. Die eingeschlossene gesamte Verkaufsaufgabe der Straßenverkaufszeitungen betrug IV/1954: 2,45 Mio.; I/1985: 6,59 Mio.

Quelle: Walter J. Schütz: Deutsche Tagespresse 1985. In: „Media Perspektiven“, Nr. 7/1985, S. 497 ff. sowie eigene Berechnungen.

Tabelle 5

1985 (Juni)			Zunahme (+) oder Abnahme (-) Dezember 1954 bis Juni 1985		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 20,94 Mio. Exemplaren ¹⁾ in %	Änderung des Gruppen- bestandes absolut	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
absolut	%			Verlagsbetriebe	Verkaufsauflage
63	16,5	0,8	-214	-27,9	- 4,6
83	21,7	2,9	- 33	+ 3,1	- 3,3
142	37,2	13,8	- 1	+14,3	- 7,6
21	5,5	4,7	- 1	+ 2,0	- 3,0
22	5,8	8,0	- 1	+ 2,1	- 5,6
18	4,7	10,5	+ 2	+ 2,1	- 3,4
23	6,0	20,2	+ 10	+ 3,9	+ 2,6
10	2,6	39,1	+ 8	+ 2,3	+24,9
—	—	—	- 12	- 1,9	—
382	100	100	-242	—	—

1985 (Juni)			Zunahme (+) oder Abnahme (-) Dezember 1954 bis Juni 1985		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 20,94 Mio. Exemplaren ¹⁾ in %	Änderung des Gruppen- bestandes absolut	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
absolut	%			Verlagsbetriebe	Verkaufsauflage
1	0,8	0,0	- 16	- 6,7	- 0,4
3	2,4	0,1	- 18	- 6,9	- 1,1
26	20,6	3,3	- 57	-16,3	-10,5
11	8,8	2,3	- 25	- 7,2	-10,8
24	19,0	9,0	- 9	+ 4,3	-10,2
18	14,3	10,9	+ 1	+ 6,7	- 4,2
28	22,2	26,0	+ 13	+15,5	+ 5,5
15	11,9	48,4	+ 12	+10,6	+31,7
—	—	—	—	—	—
126	100	100	- 99	—	—

Tabelle 6

Entwicklung der Verkaufsauflagen der Straßenverkaufszeitungen 1954 bis 1984 ⁸⁾
in tausend Exemplaren

	IV/1954	IV/1964	IV/1967	IV/1969	IV/1973	IV/1977	IV/1983	IV/1984
„Bild“, Hamburg	1 571,1	4 031,3	4 164,7	3 910,8	3 737,4	4 747,3	5 383,0	5 261,6
„Hamburger Morgenpost“, Hamburg	208,0	363,4	307,0	285,3	243,8	234,2	161,8	164,3
„BZ“, Berlin	173,3	323,9	326,7	324,6	305,2	331,9	286,5	310,8
„Abendpost“, Frankfurt .. } „Nachtausgabe“, Frankfurt }	126,1 91,9	85,1 95,7	145,5	148,8	131,3	132,2	113,6	143,7
„Abendzeitung“, München } „8-Uhr-Blatt“, Nürnberg .. } ¹⁾	70,7 45,6	131,2 37,9						
„Mittag“/„Der Mittag“, Düsseldorf ²⁾	(44,7)	126,4	—	—	—	—	—	—
„Spätausgabe“, Düsseldorf ..	(47,6) ⁶⁾		—	—	—	—	—	—
„Der Abend“, Berlin ⁷⁾	85,1	70,2	67,1	63,7	65,5	54,5	—	—
„nacht-depesche“, Berlin ³⁾ ..	37,5	49,0	43,2	38,3	—	—	—	—
„Der Kurier“, Berlin ⁴⁾	28,0	23,0	—	—	—	—	—	—
„Pfälzer Abendzeitung“/ „5-Uhr-Blatt“, Ludwigshafen ⁵⁾	13,4	15,4	19,4	20,4	—	—	—	—
„Express“, Köln (Neugründung)	—	82,7	250,6	307,9	395,2	444,9	439,0	442,4
„tz“, München (Neugründung)	—	—	—	80,7	128,4	165,6	173,4	182,5
insgesamt ...	2 450,7 (44,7) (47,6) ⁶⁾	5 435,2	5 546,0	5 387,5	5 251,3	6 377,3	6 829,4	6 772,4

¹⁾ Schon 1964 redaktionell verbunden.

²⁾ Im September 1967 eingestellt.

³⁾ Ende Juni 1972 eingestellt.

⁴⁾ Im Dezember 1966 eingestellt.

⁵⁾ Im Februar 1970 eingestellt.

⁶⁾ Nicht der IVW gemeldet.

⁷⁾ Im Januar 1981 eingestellt.

⁸⁾ Die geringere Gesamtzahl der Zeitungen gegenüber den Angaben in der zweiten Zahlenreihe der Tabelle 4 erklärt sich daraus, daß die IVW den „Düsseldorf Express“ (der eigene Herausgeber und Verleger hat) dem „Express“, Köln, zurechnet.

Quelle: Auflagenzahlen nach Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. Bonn (IVW).

Zeitungsangebot in den Großstädten 1985

Großstädte (ab 100 000 Einwohner) insgesamt	65
davon	
1. mit nur einer Abonnementzeitung	22
(Augsburg, Braunschweig, Bremerhaven, Freiburg, Göttingen, Hamm, Heidelberg, Heilbronn, Herne, Hildesheim, Karlsruhe, Kassel, <i>Kiel</i> , Koblenz, Lübeck, <i>Mainz</i> , Oldenburg, Osnabrück, Regensburg, <i>Saarbrücken</i> , Salzgitter, Wuppertal)	
2. mit zwei Abonnementzeitungen teilweise gleichen Inhalts	1
(Erlangen)	
3. wie 2. + Straßenverkaufszeitung/en*	2
(<i>Bremen</i> , <i>Hannover</i>)	
4. mit zwei Abonnementzeitungen der gleichen Zeitungsgruppe	7
(Aachen, Essen, Hagen, Mülheim, Oberhausen, <i>Wiesbaden</i> , Würzburg)	
5. wie 4. + Straßenverkaufszeitung/en*	2
(Nürnberg, <i>Stuttgart**</i>)	
6. mit zwei Abonnementzeitungen	19
(Bergisch Gladbach, Bielefeld, Bochum, Bottrop, Darmstadt, Gelsenkirchen, Krefeld, Leverkusen, Ludwigshafen, Mannheim, Mönchengladbach, Münster, Neuß, Paderborn, Pforzheim, Recklinghausen, Remscheid, Solingen, Wolfsburg)	
7. wie 6. + Straßenverkaufszeitung/en*	3
(Bonn, Köln, <i>München**</i>)	
8. mit drei Abonnementzeitungen, darunter zwei teilweise gleichen Inhalts	1
(Witten)	
9. mit drei Abonnementzeitungen, darunter zwei der gleichen Verlagsgruppe	3
(Dortmund**, Duisburg, Siegen)	
10. wie 9. + Straßenverkaufszeitung/en*	2
(Frankfurt, <i>Hamburg**</i>)	
11. mit drei Abonnementzeitungen	1
(Offenbach)	
12. wie 11. + Straßenverkaufszeitung/en*	2
(<i>Berlin</i> , <i>Düsseldorf</i>)	
Erscheinensorte in <i>kursiv</i> = Landeshauptstädte.	
* Straßenverkaufszeitung/en mit örtlicher Berichterstattung.	
** Großstädte, in denen <i>zusätzlich</i> noch selbständige Stadtteilzeitungen für Teile des Stadtgebietes erscheinen.	

Quelle: Walter J. Schütz, Deutsche Tagespresse 1985. In: „Media Perspektiven“, H. 7/1985, S. 513

Tabelle 8

Zeitungsdichte in den Großstädten¹⁾ 1967 bis 1985

	1967		1969		1973		1976		1983		1985	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Anzahl der Großstädte ¹⁾ insgesamt	57	100	57	100	62	100	68	100	67	100	65	100
davon mit einer örtlichen Zeitung	5	8,8	11	19,3	18	29,0	20	29,4	21	31,3	22	33,8
mit zwei örtlichen Zeitungen der gleichen Verlagsgruppe	2	3,5	1	1,7	2	3,2	6	8,8	6	9,0	7	10,8
mit zwei und mehr örtlichen Zeitungen mindestens zwei verschiedener Verlagsgruppen	50	87,7	45	79,0	42	67,8	42	61,8	40	59,7	36	55,4

¹⁾ alle Städte ab 100 000 Einwohner

Quelle: Walter J. Schütz: Deutsche Tagespresse 1981 in „Media Perspektiven“ Heft 9/81, S. 665 Anm. 15 und Deutsche Tagespresse 1983 sowie Deutsche Tagespresse 1985 in derselben Zeitschrift Heft 3/83, S. 203, Anm. 14 und Heft 7/85, S. 513, Tabelle 9. Der Quellenachweis für die Angaben über den Zeitraum 1967—1976 findet sich im Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 15 (Tabelle B 9).

**Zeitschriftenauflagen pro Nummer im vierten Vierteljahr
und Titellanzahl nach Zeitschriftenarten 1976 bis 1980**

Zeitschriftenart	Jahr	Anzahl der Titel	Auflage ¹⁾	darunter im Ausland	Verkaufs- auflage	unentgeltlich abgegebene Auflage
			in 1000			
Politische Wochenblätter	1980	115	2 174	123	1 757	417
	1978	125	2 237	116	1 857	379
	1976	102	2 157	114	1 897	260
Konfessionelle Zeitschriften	1980	306	8 741	398	7 917	824
	1978	307	9 192	379	8 245	948
	1976	288	8 697	211	7 857	840
(unterhaltende) Publikums- zeitschriften	1980	1 071	85 284	8 478	81 767	3 516
	1978	966	80 862	7 346	79 043	1 819
	1976	807	77 043	6 667	74 102	2 941
Wissenschaftliche Fach- zeitschriften	1980	1 182	6 712	560	4 517	2 195
	1978	1 163	6 835	609	4 933	1 902
	1976	1 083	6 541	440	4 670	1 871
andere Fachzeitschriften	1980	1 269	15 581	744	11 930	3 651
	1978	1 130	13 485	664	9 862	3 623
	1976	1 078	13 668	402	10 729	2 939
Kundenzeitschriften	1980	94	40 022	299	—	40 022
	1978	98	41 629	351	—	41 629
	1976	98	39 487	97	3 236	36 251
Zeitschriften der Verbände	1980	453	35 795	59	31 029	4 766
	1978	431	29 937	113	26 300	3 637
	1976	487	26 987	92	23 146	3 841
Amtliche Blätter	1980	905	2 355	2	2 261	93
	1978	453	1 268	2	1 068	200
	1976	300	827	2	579	248
Anzeigenblätter und unentgeltlich verteilte kommunale Amtsblätter	1980	710	36 781 ²⁾	17	14	36 767 ²⁾
	1978	449	25 947	15	2	25 945
	1976	342	26 721	—	75	26 646
Sonstige	1980	138	11 363	114	509	10 854
	1978	146	12 161	91	788	11 373
	1976	88	3 905	12	169	3 736
Mehrfachangaben	1980	—	—	—	—	—
	1978	—	—	—	—	—
	1976	31	339	3	87	252
insgesamt ...	1980	6 243	244 805 ²⁾	10 794	141 702	103 104 ²⁾
	1978	5 268	223 553	9 687	132 098	91 455
	1976	4 704	206 372	8 041	126 546	79 826

¹⁾ Verkaufte und unentgeltlich abgegebene Auflage.

²⁾ Berichtigte Werte

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 11

**Zeitschriftenauflagen pro Nummer im vierten Vierteljahr
und Titellanzahl nach Zeitschriftenarten 1981 bis 1983**

Zeitschriftenart	Jahr	Anzahl der Titel	Auflage ¹⁾	darunter im Ausland	Verkaufs- auflage	unentgeltlich abgegebene Auflage
			in 1000			
Politische Wochenblätter	1983	113	1 768	118	1 663	105
	1982	107	1 835	120	1 730	105
	1981	108	2 099	122	1 734	365
Konfessionelle Zeitschriften	1983	318	9 279	615	8 285	994
	1982	308	9 029	580	7 951	1 078
	1981	317	9 198	389	8 307	891
(unterhaltende) Publikums- zeitschriften	1983	1 348	104 916	10 359	99 399	5 517
	1982	1 332	101 778	10 380	95 440	6 337
	1981	1 284	99 066	9 005	92 565	6 501
Wissenschaftliche Fach- zeitschriften	1983	1 254	7 992	566	5 495	2 497
	1982	1 224	7 116	608	4 788	2 328
	1981	1 204	6 701	582	4 745	1 957
andere Fachzeitschriften	1983	1 608	39 301	858	34 560	4 741
	1982	1 576	38 534	824	33 612	4 922
	1981	1 558	37 428	802	32 658	4 770
Kundenzeitschriften	1983	90	38 992	214	1 878	37 114
	1982	93	40 152	180	—	40 152
	1981	97	40 767	316	—	40 767
darunter Zeitschriften der Verbände	1983	(1 516)	(52 623)	(550)	(46 790)	(5 833)
	1982	(1 415)	(51 119)	(507)	(43 658)	(7 460)
	1981	(1 360)	(52 906)	(590)	(42 706)	(10 200)
Amtliche Blätter	1983	1 064	2 277	2	2 015	262
	1982	1 050	2 123	2	2 003	121
	1981	987	1 897	2	1 842	55
Anzeigenblätter	1983	669 ^{a)}	40 089	7	2	40 086
	1982	654 ^{b)}	38 921	7	2	38 919
	1981	650 ^{c)}	39 587	8	2	39 585
unentgeltlich verteilte kommunale Amtsblätter	1983	53	363	—	—	363
	1982	50	303	—	—	303
	1981	115	571 ²⁾	—	—	571 ²⁾
Sonstige	1983	185	15 181	190	360	14 821
	1982	178	12 983	123	669	12 313
	1981	166	13 234	130	624	12 610
insgesamt ...	1983	6 702	260 158	12 929	153 657	106 501
	1982	6 572	252 774	12 824	146 196	106 577
	1981	6 486	250 549 ²⁾	11 355	142 478	108 071 ²⁾

1) Verkaufte und unentgeltlich abgegebene Auflage

a) mit 1 102 Ausgaben, b) mit 1 066 Ausgaben, c) mit 1 067 Ausgaben

2) Berichtigte Werte

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 12

Auflagenanteile der Zeitschriften nach ihrer Erscheinenshäufigkeit 1978 bis 1983

Erscheinenshäufigkeit ¹⁾	Jahr	Auflage ²⁾		Verkaufsauflage		unentgeltlich abgegebene Auflage	
		in Mio. Exemplaren	in %	in Mio. Exemplaren	in %	in Mio. Exemplaren	in %
vierteljährlich	1983	24,45	9,4	6,97	4,5	17,47	16,4
	1982	25,03	9,9	6,91	4,7	18,11	17,0
	1980	25,08	10,2	6,75	4,8	18,33	17,8
	1978	23,60	10,6	5,67	4,3	17,94	19,6
6 bis 8 × jährlich	1983	33,95	13,0	23,76	15,5	10,19	9,6
	1982	31,24	12,4	22,06	15,1	9,18	8,6
	1980	28,75	11,7	20,09	14,2	8,67	8,4
	1978	24,26	10,9	16,35	12,4	7,91	8,6
monatlich	1983	83,75	32,2	55,92	36,4	27,83	26,1
	1982	84,45	33,4	54,38	37,2	30,07	28,2
	1980	82,04	33,5	53,86	38,0	28,18	27,3
	1978	72,50	32,4	50,12	37,9	22,38	24,5
14täglich/halbmonatlich .	1983	20,87	8,0	14,41	9,4	6,46	6,1
	1982	19,00	7,5	12,98	8,9	6,02	5,6
	1980	17,25	7,0	11,32	8,0	5,94	5,8
	1978	20,46	9,2	11,18	8,5	9,28	10,1
wöchentlich	1983	96,25	37,0	52,24	34,0	44,01	41,3
	1982	92,29	36,5	49,55	33,9	42,74	40,1
	1980	90,93 ³⁾	37,1	49,36	34,8	41,57 ³⁾	40,3
	1978	82,01	36,7	48,41	36,6	33,60	36,7
2 × wöchentlich und mehr	1983	0,91	0,3	0,36	0,2	0,55	0,5
	1982	0,78	0,3	0,32	0,2	0,46	0,4
	1980	0,75	0,3	0,33	0,2	0,42	0,4
	1978	0,73	0,3	0,37	0,3	0,36	0,4
insgesamt ...	1983	260,16	100	153,66	100	106,50	100
	1982	252,77	100	146,20	100	106,58	100
	1980	244,81 ³⁾	100	141,70	100	103,10 ³⁾	100
	1978	223,55	100	132,10	100	91,46	100

1) 1976 nicht vergleichbar, da anders untergliedert.

2) Verkaufte und unentgeltlich abgegebene Auflage.

3) Berichtigte Werte

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 13

Anzahl der Beschäftigten in Zeitschriftenverlagen 1976 bis 1983

	1976	1978	1980	1981	1982	1983
(Unternehmensanzahl)	(1 074)	(1 228)	(1 312)	(1 386)	(1 385)	(1 443)
Insgesamt	35 398	42 667	47 002	49 793	49 732	56 050
(darunter Teilzeitbeschäftigte)	(10 665)	(14 234)	(16 400)	(16 800)	(22 992)
tätige Inhaber	891	862	836	858	837	830
Redaktionsangehörige						
— Redakteure	3 437	3 588	4 097	4 320	4 370	4 499
— Volontäre	77	197	219	240	259	263
— sonstige	2 904	3 366	3 800	3 720	3 686	3 895
technisches Personal ¹⁾		7 429	8 620	8 747	8 051	8 191
Zusteller	1 789	6 268	8 668	10 236	10 964	16 714
sonstige	26 300	20 957	20 762	21 672	21 565	21 658
Außerdem freie Mitarbeiter	6 104	7 052	7 164	7 127	8 449	8 579

¹⁾ 1976 in der Zeile „sonstige“ enthalten

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 14

Umsätze der Zeitschriftenverlage 1976 bis 1983
in Mio. DM

	1976	1978	1980	1981	1982	1983
(Unternehmensanzahl)	(1 074)	(1 228)	(1 312)	(1 386)	(1 385)	(1 443)
aus eigenen Zeitschriften						
— Vertrieb	2 396	2 818	2 933	3 315	3 572	3 714
— Anzeigen	2 208	2 826	3 283	3 684	3 771	4 048
aus eigenen Zeitungen						
— Vertrieb	—	0	0	.	—	—
— Anzeigen	—	0	0	.	—	—
aus sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen						
— Vertrieb	485	383	462	524	544	519
— Anzeigen	67	62	69	70	73	97
aus Druckerei	355	447	457	572	596	623
aus Sonstigem	211	409	283	348	363	428
insgesamt	5 723	6 946	7 486	8 513	8 919	9 429

Quelle: Pressestatistik

Zeitschriftenumsätze 1976 bis 1980 nach Zeitschriftenarten

Zeitschriftenart	Jahr	Titel- anzahl am 31. De- zember	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in Mio. DM	Vertriebsumsatz		Anzeigenumsatz	
				in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %
Politische Wochenblätter	1980	115	336,2	119,6	36	216,5	64
	1978	125	291,2	106,5	37	184,8	63
	1976	102	234,6	92,2	39	142,4	61
Konfessionelle Zeitschriften	1980	306	187,2	166,2	89	21,0	11
	1978	307	169,4	150,1	89	19,4	11
	1976	288	150,8	135,6	90	15,2	10
(unterhaltende) Publikums- zeitschriften	1980	1 071	4 669,5	2 674,8	57	1 994,7	43
	1978	966	4 024,6	2 399,5	60	1 625,1	40
	1976	807	3 372,4	2 018,8	60	1 353,6	40
Wissenschaftliche Fachzeitschriften	1980	1 182	634,6	334,1	53	300,5	47
	1978	1 163	601,7	311,1	52	290,7	48
	1976	1 083	533,5	274,5	51	258,9	49
andere Fachzeitschriften	1980	1 269	1 093,6	359,4	33	734,2	67
	1978	1 130	868,3	287,9	33	580,5	67
	1976	1 078	710,0	264,2	37	445,8	63
Kundenzeitschriften	1980	94	127,3	88,4	69	38,9	31
	1978	98	122,9	86,1	70	36,8	30
	1976	98	111,2	77,4	70	33,9	30
Zeitschriften der Verbände	1980	453	230,9	80,2	35	150,7	65
	1978	431	196,7	64,4	33	132,3	67
	1976	487	208,1	70,3	34	137,8	66
Amtliche Blätter	1980	905	84,6	38,1	45	46,6	55
	1978	453	62,0	25,9	42	36,1	58
	1976	300	35,2	22,4	64	12,8	36
Anzeigenblätter und unentgelt- lich verteilte kommunale Amts- blätter	1980	710	596,3	0,5	0	595,8	100
	1978	449	403,9	0,2	0	403,7	100
	1976	342	231,0	2,2	1	228,8	99
Sonstige	1980	138	154,3	28,8	19	125,6	81
	1978	146	152,9	36,1	24	116,8	76
	1976	88	38,8	7,8	20	31,0	80
Mehrfachangaben	1980	—	—	—	—	—	—
	1978	—	—	—	—	—	—
	1976	31	4,5	1,5	33	3,0	67
insgesamt ...	1980	6 243	8 114,5	3 890,0	48	4 224,5	52
	1978	5 268	6 893,6	3 467,6	50	3 426,0	50
	1976	4 704	5 630,1	2 967,0	53	2 663,1	47

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 16

Zeitschriftenumsätze 1981 bis 1983 nach Zeitschriftenarten

Zeitschriftenart	Jahr	Titelanzahl am 31. Dezember	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in Mio. DM	Vertriebsumsatz		Anzeigenumsatz	
				in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %
Politische Wochenblätter	1983	113	367,1	141,4	39	225,7	61
	1982	107	346,0	132,2	38	213,8	62
	1981	108	335,8	128,5	38	207,3	62
Konfessionelle Zeitschriften ...	1983	318	207,1	187,2	90	19,8	10
	1982	308	201,9	182,5	90	19,4	10
	1981	317	193,4	173,4	90	20,0	10
(unterhaltende) Publikumszeitschriften	1983	1 348	5 403,3	3 149,2	58	2 254,1	42
	1982	1 332	5 170,6	3 052,9	59	2 117,6	41
	1981	1 284	4 947,1	2 889,0	58	2 058,0	42
Wissenschaftliche Fachzeitschriften	1983	1 254	731,8	382,8	52	349,0	48
	1982	1 224	704,3	362,7	51	341,6	49
	1981	1 204	688,0	345,7	50	342,3	50
andere Fachzeitschriften	1983	1 608	1 406,2	547,3	39	858,9	61
	1982	1 576	1 310,9	494,3	38	816,6	62
	1981	1 558	1 276,1	456,1	36	819,9	64
Kundenzeitschriften	1983	90	147,0	105,0	71	42,0	29
	1982	93	136,9	95,8	70	41,1	30
	1981	97	132,0	89,2	68	42,8	32
darunter Zeitschriften der Verbände	1983	(1 516)	(987,8)	(410,8)	42	(577,0)	58
	1982	(1 415)	(941,0)	(383,1)	41	(557,9)	59
	1981	(1 360)	(912,8)	(357,0)	39	(555,8)	61
Amtliche Blätter	1983	1 064	109,9	39,5	36	70,4	64
	1982	1 050	106,7	39,2	37	67,6	63
	1981	987	97,0	38,3	39	58,7	61
Anzeigenblätter	1983	669 a)	818,5	0,2	0	818,3	100
	1982	654 b)	692,5	0,2	0	692,3	100
	1981	650 c)	660,2	0,1	0	660,1	100
unentgeltlich verteilte kommunale Amtsblätter	1983	53	10,9 ¹⁾	0	0	10,8	100
	1982	50	9,0	0	0	9,0	100
	1981	115	11,2	0,1	1	11,1	99
Sonstige	1983	185	181,4	26,1	14	155,3	86
	1982	178	167,6	31,2	19	136,4	81
	1981	166	153,9	31,3	20	122,6	80
insgesamt ...	1983	6 702	9 383,0	4 578,7	49	4 804,3	51
	1982	6 572	8 846,5	4 391,1	50	4 455,3	50
	1981	6 486	8 494,6	4 151,7	49	4 342,9	51

1) Rundungsdifferenz

a) mit 1 102 Ausgaben, b) mit 1 066 Ausgaben, c) mit 1 067 Ausgaben

Quelle: Pressestatistik

**Auflagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften nach Sparten
1976 bis 1980**

Sparte und Jahr		Anzahl am 31. Dezem- ber	Verkaufte Auflage im IV. Quartal in 1000 Exemplaren			
			insgesamt	Abonne- ment	Einzel- verkauf	Sparten- durchschnitt (Spalte 2: Spalte 1)
Illustrierte, Magazine, Rundfunkprogrammzeitschriften, allgem. Unterhaltung	1980	123	33 494	10 600	22 894	272,3
	1978	105	32 936	10 533	22 403	313,7
	1976	94	32 772	10 186	22 586	348,6
Motor, Freizeit, Reise, Hobby	1980	179	7 901	3 620	4 280	44,1
	1978	171	7 131	3 198	3 933	41,7
	1976	139	6 244	2 857	3 387	44,9
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	1980	58	22 532	7 247	15 286	388,5
	1978	60	21 250	7 118	14 131	354,2
	1976	53	19 235	7 603	11 632	362,9
Jugendzeitschriften	1980	43	3 259	1 556	1 702	75,8
	1978	43	4 326	1 854	2 472	100,6
	1976	45	3 515	1 417	2 098	78,1
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	1980	285	2 822	2 105	717	9,9
	1978	263	2 352	1 675	678	8,9
	1976	193	3 108	2 570	537	16,1
Romane, Rätsel, Comics	1980	251	9 364	199	9 165	37,3
	1978	222	8 598	158	8 440	38,7
	1976	201	6 954	65	6 890	34,6
Sport	1980	122	1 958	998	960	16,0
	1978	94	1 783	835	948	19,0
	1976	64	1 840	1 043	797	28,8
Sonstige	1980	10	437	87	351	43,7
	1978	8	668	318	350	83,5
	1976	18	434	384	50	24,1
insgesamt ...	1980	1 071	81 767	26 412	55 355	76,3
	1978	966	79 043	25 689	53 354	81,8
	1976	807	74 102	26 125	47 977	91,8

Quelle: Pressestatistik und eigene Berechnungen. Abweichungen in der letzten Spalte gegenüber den sich aus Addition ergebenden Zahlen erklären sich aus Rundung.

Tabelle 19

**Auflagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften nach Sparten
1981 bis 1983**

Sparte und Jahr		Anzahl am 31. Dezem- ber	Verkaufte Auflage im IV. Quartal in 1000 Exemplaren			
			insgesamt	Abonne- ment	Einzel- verkauf	Sparten- durchschnitt (Spalte 2: Spalte 1)
Illustrierte, Magazine, Rundfunk- programmzeitschriften, allgemeine Unterhaltung	1983	180	35 997	10 822	25 175	200,0
	1982	152	34 997	10 681	24 316	230,2
	1981	127	34 012	10 581	23 431	267,8
Motor, Freizeit, Reise, Hobby	1983	217	16 629	12 196	4 433	76,6
	1982	205	15 647	11 861	3 787	76,3
	1981	214	16 163	11 898	4 266	75,5
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	1983	68	24 136	7 075	17 061	354,9
	1982	72	23 048	7 471	15 578	320,1
	1981	63	22 978	7 517	15 462	364,7
Jugendzeitschriften	1983	51	3 866	1 541	2 325	75,8
	1982	47	3 639	1 435	2 204	77,4
	1981	47	3 666	1 924	1 743	78,0
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	1983	368	5 654	4 817	837	15,4
	1982	376	4 247	3 545	703	11,3
	1981	362	4 434	3 687	746	12,2
Romane, Rätsel, Comics	1983	261	10 407	237	10 170	39,9
	1982	265	11 081	249	10 832	41,8
	1981	259	8 684	204	8 480	33,5
Sport	1983	197	2 362	1 510	852	12,0
	1982	208	2 382	1 540	842	11,5
	1981	205	2 229	1 383	847	10,9
Sonstige	1983	6	348	14	334	58,0
	1982	7	398	46	352	56,9
	1981	7	398	51	347	56,9
insgesamt ...	1983	1 348	99 399	38 212	61 187	73,7
	1982	1 332	95 440	36 827	58 613	71,7
	1981	1 284	92 565	37 244	55 321	72,1

Quelle: Pressestatistik und eigene Berechnungen.

Abweichungen in der letzten Spalte gegenüber den sich aus Addition ergebenden Zahlen erklären sich aus Rundung.

Tabelle 20

**Auflagenentwicklung der unterhaltenden
Publikumszeitschriften
1978 bis 1984**

IV. Quartal des Jahres	Zahl der Titel ²⁾	Verkaufte Auflage pro Nummer in Mrd. Stücke
1984	340	94,5
1983	313	90,6
1982	295	89,3 ¹⁾
1981	271	83,8
1980	267	84,6
1979	260	82,3
1978	255	78,1

¹⁾ 1,8 Mio. des Zuwachses gegenüber dem III. Quartal 1982 entfallen auf die Neueinordnung eines bisher unter den Fachzeitschriften geführten Titels.

²⁾ Nur gemeldete Titel

Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Vorbereitung von Werbeträgern e. V. (IVW), Bonn

Tabelle 21

Auflagen der wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten 1976 bis 1980

Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts	Jahr	Anzahl	IV. Quartal Verkaufsaufgabe in 1 000 Exemplaren			
			Insgesamt	Abonne- ment	Einzel- verkauf	Sparten- durchschnitt
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	1980	304	1 927	1 899	28	6,3
	1978	314	2 070	2 026	44	6,6
	1976	273	2 160	2 001	158	7,9
Medizin	1980	368	1 193	1 074	118	3,2
	1978	329	1 182	1 083	143	3,6
	1976	295	863	721	142	2,9
Ingenieurwissenschaft	1980	169	647	581	67	3,8
	1978	167	762	698	64	4,6
	1976	176	759	706	52	4,3
Mathematik und Naturwis- senschaft	1980	170	286	276	10	1,7
	1978	159	393	376	17	2,5
	1976	160	274	265	9	1,7
Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaft	1980	60	245	122	123	4,1
	1978	68	266	138	129	3,9
	1976	78	331	204	127	4,2
Sprach- und Kulturwissenschaften	1980	111	219	205	14	2,0
	1978	126	260	240	20	2,1
	1976	101	284	261	23	2,8
insgesamt	1980	1 182	4 517	4 157	360	3,8
	1978	1 163	4 933	4 515	418	4,2
	1976	1 083	4 670	4 158	512	4,3

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 22

Auflagen der wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten 1981 bis 1983

Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts	Jahr	Anzahl	IV. Quartal Verkaufsauflage in 1000 Exemplaren			
			Insgesamt	Abonne- ment	Einzel- verkauf	Sparten- durchschnitt
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	1983	308	2 408	2 344	63	7,8
	1982	306	1 883	1 833	51	6,2
	1981	301	1 849	1 811	37	6,1
Medizin	1983	423	1 742	1 623	119	4,1
	1982	415	1 691	1 560	130	4,1
	1981	406	1 670	1 539	131	4,1
Ingenieurwissenschaft	1983	162	653	572	80	4,0
	1982	157	625	555	70	4,0
	1981	160	638	559	80	4,0
Mathematik und Natur- wissenschaft	1983	179	327	272	55	1,8
	1982	176	297	281	16	1,7
	1981	173	289	277	13	1,7
Agrar-, Forst-, Ernährungs- wissenschaft	1983	59	77	71	6	1,3
	1982	58	74	71	3	1,3
	1981	54	76	73	3	1,4
Sprach- und Kulturwissenschaften	1983	123	290	238	52	2,4
	1982	112	217	199	18	1,9
	1981	110	222	206	16	2,0
insgesamt ...	1983	1 254	5 495	5 120	375	4,4
	1982	1 224	4 788	4 500	288	3,9
	1981	1 204	4 745	4 464	280	3,9

Quelle: Pressestatistik

Fachzeitschriften nach Sparten 1976 bis 1980

Andere (als überwiegend wissenschaftliche) Fachzeitschriften	Jahr	Anzahl	IV. Quartal Verkaufsaufgabe in 1000 Exemplaren			
			Insgesamt	Abonnement	Einzelverkauf	Sparten-durchschnitt
Bildung und Erziehung	1980	218	2 478	2 409	69	11,4
	1978	197	1 839	1 745	94	9,3
	1976	186	1 924	1 879	45	10,3
Industrie und Handwerk	1980	390	3 259	3 148	111	8,4
	1978	341	2 883	2 796	87	8,5
	1976	361	2 540	2 406	134	7,0
Landwirtschaft/Ernährung	1980	120	1 990	1 862	128	16,6
	1978	126	1 879	1 842	37	14,9
	1976	117	1 817	1 758	59	15,5
Handel und Dienstleistungen	1980	362	2 016	1 909	107	5,6
	1978	300	1 496	1 431	65	5,0
	1976	229	2 659	1 740	919	11,6
Gesundheitswesen	1980	73	1 147	1 122	25	15,7
	1978	62	786	760	26	12,7
	1976	62	571	549	22	9,2
Öffentliche Verwaltung	1980	85	804	654	150	9,5
	1978	86	776	748	28	9,0
	1976	79	955	928	27	12,1
Sonstige	1980	21	237	169	69	11,3
	1978	18	202	139	63	11,2
	1976	44	263	216	47	6,0
insgesamt ...	1980	1 269	11 930	11 273	658	9,4
	1978	1 130	9 862	9 461	401	8,7
	1976	1 078	10 729	9 475	1 254	10,0

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 24

Fachzeitschriftenauflagen nach Sparten 1981 bis 1983

Andere (als überwiegend wissenschaftliche) Fachzeitschriften	Jahr	Anzahl	IV. Quartal Verkaufsauflage in 1 000 Exemplaren			
			Insgesamt	Abonne- ment	Einzel- verkauf	Sparten- durchschnitt
Bildung und Erziehung	1983	242	2 925	2 858	67	12,1
	1982	237	2 833	2 758	75	12,0
	1981	240	2 836	2 751	85	11,8
Industrie und Handwerk	1983	442	4 025	3 890	134	9,1
	1982	436	4 126	4 005	121	9,5
	1981	438	4 106	3 999	108	9,4
Landwirtschaft/Ernährung	1983	150	2 294	2 153	141	15,3
	1982	143	2 373	2 214	159	16,6
	1981	147	2 447	2 194	254	16,6
Handel und Dienstleistungen	1983	507	5 423	5 039	384	10,7
	1982	493	5 311	5 040	271	10,8
	1981	477	4 723	4 518	204	9,9
Gesundheitswesen	1983	121	17 003	16 920	83	140,5
	1982	116	16 225	16 158	66	139,9
	1981	104	15 801	15 771	31	151,9
Öffentliche Verwaltung	1983	123	2 522	2 516	6	20,5
	1982	124	2 386	2 382	5	19,2
	1981	134	2 564	2 412	152	19,1
Sonstige	1983	23	369	203	166	16,0
	1982	27	358	202	157	13,3
	1981	18	181	174	6	10,1
insgesamt ...	1983	1 608	34 560	33 578	982	21,5
	1982	1 576	33 612	32 759	853	21,3
	1981	1 558	32 658	31 819	840	21,0

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 25

Erscheinungsweise der Fachzeitschriften 1983

Erscheinungsweise	Wissenschaftliche Fachzeitschriften		Andere Fachzeitschriften	
	Anzahl	%	Anzahl	%
Vierteljährlich	370	29,5	219	13,6
6 bis 8 × jährlich	303	24,2	250	15,6
Monatlich	446	35,6	856	53,2
14täglich/halbmonatlich	84	6,7	153	9,5
Wöchentlich	44	3,5	107	6,7
2 × wöchentlich und mehr	7	0,6	23	1,4
Insgesamt ...	1 254	100	1 608	100

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 26

Fachzeitschriften am 31. Dezember 1983 nach Auflagengrößenklassen

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ...	Wissenschaftliche Fachzeitschriften		Andere Fachzeitschriften	
	Anzahl	%	Anzahl	%
unter 1 500	601	47,9	245	15,2
1 500 bis 2 500	153	12,2	161	10,0
2 500 bis 5 000	184	14,7	301	18,7
5 000 bis 10 000	154	12,3	360	22,4
10 000 bis 25 000	90	7,2	337	21,0
25 000 bis 50 000	57	4,5	118	7,3
50 000 bis 125 000	10	0,8	57	3,5
125 000 bis 250 000	3	0,2	10	0,6
250 000 bis 500 000	1	0,1	12	0,7
500 000 und mehr	1	0,1	7	0,4
Insgesamt ...	1 254	100	1 608	100

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 27

**Entwicklung der Erlöse, Kosten und Gewinne je Monatsstück ¹⁾
von Abonnementszeitungen 1954 bis 1979**

Jahr	Vertriebserlöse		Anzeigenerlöse ⁴⁾		Sonstige Erlöse	Gesamterlöse		Gesamtkosten		Zeitungsgewinne		
	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	in % der Erlöse	Jahreszuwachs in % des Vorjahres
1954	3,48	—	3,06	—	0,03	6,57	—	6,16	—	0,41	6,2	—
1958	4,02	—	4,63	—	0,06 ²⁾	8,71	—	7,83	—	0,88	10,1	—
1960	4,08	—	5,96	—	0,08	10,12	—	8,88	—	1,24	12,3	—
1961	4,44	8,8	6,70	12,4	0,09	11,23	11,0	9,71	9,3	1,52	13,5	22,6
1962	4,50	1,4	7,52	12,2	0,09	12,11	7,8	10,49	8,0	1,62	13,4	6,6
1963	4,69	4,2	7,91	5,2	0,10 ²⁾	12,70	4,9	11,03	5,1	1,67	13,2	3,1
1964	4,89	4,3	8,84	11,8	0,11	13,84	9,0	12,07	9,4	1,77	12,8	6,0
1965	5,06	3,5	10,07	13,9	0,13	15,26	10,3	13,19	9,3	2,07	13,7	16,9
1966	5,26	4,0	10,11	0,4	0,13	15,50	1,6	13,98	6,0	1,52	9,8	-26,6
1967	5,57	5,9	10,03	-0,8	0,10	15,70	1,3	14,17	1,4	1,53	9,7	0,7
1968	5,46	-2,0	11,06	10,3	0,12	16,64	6,0	14,25	0,6	2,39	14,4	56,2
1969	5,52	1,1	12,53	13,3	0,12	18,17	9,2	15,73	10,4	2,44	13,4	2,1
1970	5,88	6,5	13,73	9,6	0,14	19,75	8,7	18,10	15,1	1,65	8,4	-32,4
1971	6,47	10,0	14,72	7,2	0,19	21,38	8,3	20,31	12,2	1,07	5,0	-35,2
1972	7,07	9,1	16,77	18,6	0,13	23,97	12,1	21,49	5,8	2,48	10,3	131,8
1973	7,64	8,1	17,93	6,9	0,22	25,79	7,6	23,44	9,1	2,35	9,1	-5,2
1974	8,52	11,5	17,76	-0,9	0,25	26,53	2,9	24,39	4,1	2,14	8,1	-8,9
1975	9,42	10,6	18,29	3,0	0,26	27,97	5,4	24,35	-0,2	3,62	12,9	69,2
1976	10,09	7,1	19,91	8,9	0,18	30,18	7,9	25,89	6,3	4,29	14,2	18,5
1977	11,04	9,4	22,86	14,8	0,32	34,22	13,4	28,22	9,0	6,00	17,5	39,9
1978	11,44	3,6	24,80	8,5	0,24	36,68	7,2	29,80	5,6	6,88	18,7	14,7
1979 ³⁾	12,70	11,0	26,75	7,9	0,25	39,70	8,2	32,60	9,4	7,10	18,0	3,2

¹⁾ Das Monatsstück umfaßt je ein Stück aller im Monat erschienenen Zeitungsnummern.

²⁾ Mangels veröffentlichter Angaben sind die „Sonstigen Erlöse“ geschätzt.

³⁾ geschätzt.

⁴⁾ einschließlich Fremdbeilagerlöse; 1975: 0,81; 1976: 1,00; 1977: 1,62; 1978: 1,72; 1979: 1,95 DM;

Quelle: Zeitungsvertriebsvergleich Engelmann/Rutsatz, zitiert nach:

Karl-Heinz Rutsatz: Zur wirtschaftlichen Situation der Zeitungsverlage. In: „ZV + ZV“, 70. Jg. 1973/Nr. 51—52, S. 2282—2287, sowie für die Jahre 1973—79. Die wirtschaftliche Situation der regionalen westdeutschen Tageszeitungen. In: „Media Perspektiven“, Nr. 1/77, S. 11—18. Die wirtschaftliche Situation deutscher Tageszeitungen. In: „Media Perspektiven“, Nr. 3/80, S. 160—163 (die Angaben dieser Quelle über Erlöse in 1978 differieren um 0,20 DM).

Weitere Quellenangaben im Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264, S. 34, und eigene Berechnungen.

Da dieser Zeitungsbetriebsvergleich eingestellt worden ist, lassen sich daraus jüngere Zahlen als die für 1979 angeführten Schätzwerte kaum mehr ableiten.

Entwicklung der Monatsstückkosten¹⁾ von Abonnementszeitungen 1954 bis 1979

Jahr	Papierverbrauch		(Ø Seitenanzahl)	Technische Herstellung		Zwischensumme		Redaktionskosten		Vertriebswerbung und -verwaltung ²⁾		Anzeigenwerbung und -verwaltung		Allgemeine kaufmännische Verwaltung		Selbstkosten	
	DM	%		DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%
1954	1,29	20,9	—	1,49	24,2	2,87	45,1	1,03	16,7	1,30	21,1	0,60	9,8	0,45	7,3	6,16	100
1958	1,48	18,9	—	2,18	27,8	3,66	46,7	1,24	15,8	1,56	19,9	0,81	10,4	0,56	7,2	7,83	100
1960	1,60	18,0	—	2,52	28,4	4,12	46,4	1,40	15,8	1,71	19,2	1,01	11,4	0,64	7,2	8,88	100
1961	1,68	17,3	—	2,73	28,1	4,41	45,4	1,52	15,6	1,96	20,1	1,15	11,8	0,67	7,1	9,71	100
1962	1,75	16,7	—	3,05	29,1	4,80	45,8	1,65	15,7	2,09	19,9	1,23	11,7	0,72	6,9	10,49	100
1963	1,77	16,0	—	3,24	29,4	5,01	45,4	1,70	15,4	2,19	19,9	1,29	11,7	0,84	7,6	11,03	100
1964	1,87	15,5	—	3,60	29,8	5,47	45,3	1,89	15,6	2,36	19,6	1,42	11,8	0,93	7,7	12,07	100
1965	1,93	14,6	—	4,05	30,7	5,98	45,3	2,08	15,8	2,53	19,2	1,57	11,9	1,03	7,8	13,19	100
1966	1,96	14,0	(615)	4,23	30,3	6,19	44,3	2,21	15,8	2,78	19,9	1,70	12,1	1,10	7,9	13,93	100
1967	1,93	13,6	(595)	4,29	30,3	6,22	43,9	2,25	15,9	2,88	20,3	1,71	12,1	1,11	7,8	14,17	100
1968	1,94	13,6	(674)	4,52	31,7	6,46	45,3	2,27	15,9	2,84	19,9	1,54	10,8	1,14	8,0	14,25	100
1969	2,08	13,2	(729)	4,96	31,5	7,04	44,7	2,67	17,0	3,06	19,5	1,78	11,3	1,18	7,5	15,73	100
1970	2,45	13,5	(777)	5,77	31,9	8,22	45,4	2,89	16,0	3,47	19,2	2,10	11,6	1,42	7,8	18,10	100
1971	2,30	11,3	(790)	7,25	35,7	9,55	47,0	3,12	15,4	3,68	18,1	2,39	11,8	1,57	7,7	20,31	100
1972	2,31	10,7	(810)	7,20	33,5	9,51	44,2	3,56	16,6	4,17	19,4	2,50	11,6	1,75	8,1	21,49	100
1973	2,43	10,4	—	7,59	32,4	10,02	42,7	3,84	16,4	4,98	21,2	2,91	12,4	1,69	7,2	23,44	100
1974	2,92	12,0	—	7,71	31,6	10,63	43,6	3,98	16,3	5,22	21,4	2,95	12,1	1,61	6,6	24,39	100
1975	3,42	14,0	(739)	7,57	31,1	10,99	45,1	3,62	14,9	5,10	20,9	2,85	11,7	1,79	7,4	24,35	100
1976	3,54	13,7	(757)	8,25	31,9	11,79	45,5	3,81	14,7	5,32	20,5	3,11	12,0	1,86	7,2	25,89	100
1977	3,82	13,5	(781)	9,48	33,6	13,30	47,1	4,01	14,2	5,78	20,5	3,24	11,5	1,89	6,7	23,22	100
1978	3,93	13,2	(846)	9,86	33,1	13,79	46,3	4,37	14,7	6,16	20,7	3,39	11,4	2,09	7,0	29,80	100
1979 ³⁾	4,21	12,9	(872)	10,56	32,4	14,77	45,3	4,58	14,0	7,41	22,7	3,63	11,1	2,21	6,8	32,60	100

¹⁾ Das Monatsstück umfaßt je ein Stück aller im Monat erschienenen Zeitungsnummern.

²⁾ einschließlich Einsteckkosten für Fremdbeilagen; 1975: 0,21; 1976: 0,28; 1977: 0,27; 1978: 0,36; 1979: 0,48 DM

³⁾ geschätzt

Quelle: siehe Tabelle 27

Tabelle 29

**Ausgewählte Kostenarten, Gesamtkosten und Betriebsergebnisse von Zeitungsverlagen
in vom Hundert der Gesamtleistung ¹⁾ 1976 bis 1982**

Gesamtleistung von bis unter ... DM	Personalkosten				Honorare und Vergütungen insgesamt				darunter für bezogene redakt. Teile			
	1976	1978	1980	1982	1976	1978	1980	1982	1976	1978	1980	1982
1. unter 500 000	32,6	35,5	.	.	5,7	6,6	.	.	4,6	4,7	.	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	40,6	42,5	46,8	35,4	7,1	6,4	7,1	13,6	5,1	4,2	5,1	7,6
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	35,8	37,5	41,3	33,7	5,6	4,8	5,3	4,7	3,4	3,4	3,0	3,1
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	42,6	41,7	40,0	41,0	4,5	4,3	4,4	4,2	2,5	2,8	2,9	2,1
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	38,3	39,5	37,9	41,4	3,4	4,2	3,5	4,2	2,0	2,8	1,9	2,3
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	39,4	37,2	38,3	39,9	3,4	3,6	4,0	4,3	1,4	1,8	1,9	2,3
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	39,5	40,0	36,8	37,0	3,2	2,9	2,8	3,1	0,6	0,3	0,7	1,0
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	36,5	36,4	40,4	42,8	2,7	2,8	2,9	3,0	—	0,2	0,2	0,3
9. 100 Mio. und mehr ..	39,8	34,8	38,9	38,4	2,6	2,6	2,5	2,6	—	0,2	0,1	0,1

Gesamtleistung von bis unter ... DM	Kosten der Fremdleistungen für Zustellung ²⁾				Materialverbrauch				Fremdleistungen der techn. Herstellg. von Zeitungen			
	1976	1978	1980	1982	1976	1978	1980	1982	1976	1978	1980	1982
1. unter 500 000	4,4	4,5	.	.	12,4	13,0	.	.	6,4	10,3	.	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	4,6	3,8	3,9	9,4	13,8	12,3	17,5	9,2	11,0	8,6	5,0	11,9
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	4,2	4,3	2,1	4,7	13,2	12,8	16,6	10,5	15,6	12,9	5,2	17,5
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	3,9	3,4	3,5	3,9	14,9	11,7	11,5	14,3	5,6	9,3	8,8	11,2
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	2,2	3,2	3,2	4,2	13,9	14,0	13,9	14,2	11,1	9,3	11,4	7,7
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	3,1	2,4	3,0	3,9	15,4	15,8	15,0	18,1	9,3	12,1	8,7	7,4
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	5,3	3,2	4,0	3,6	15,5	16,8	18,5	17,1	6,6	6,0	8,6	8,7
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	2,8	3,4	2,8	4,0	15,1	15,8	13,3	14,0	16,5	14,7	15,7	11,2
9. 100 Mio. und mehr ..	9,2	8,6	9,3	8,1	19,5	15,1	17,7	18,7	4,7	11,4	6,1	8,3

Gesamtleistung von bis unter ... DM	Kosten insgesamt ³⁾				Betriebsergebnis			
	1976	1978	1980	1982	1976	1978	1980	1982
1. unter 500 000	81,1	90,4	.	.	18,9	9,6	.	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	91,6	89,9	94,4	99,3	8,4	10,1	5,6	0,7
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	93,0	91,7	90,2	89,1	7,0	8,3	9,8	10,9
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	90,2	86,7	84,5	91,1	9,8	13,3	15,5	8,9
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	86,6	86,3	89,7	88,6	13,4	13,7	10,3	11,4
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	87,6	88,5	88,6	93,1	12,4	11,5	11,4	6,9
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	89,8	88,7	89,6	87,3	10,2	11,3	10,4	12,7
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	90,9	90,5	92,7	93,0	9,1	9,5	7,3	7,0
9. 100 Mio. und mehr ..	96,0	92,4	92,6	96,9	4,0	7,6	7,4	3,1

¹⁾ Gesamtleistung = Umsatz (ohne Umsatzsteuer) plus oder minus Bestandsveränderungen an unfertigen oder fertigen eigenen Verlagszeugnissen.

²⁾ Diese Zahlen sind durch Addition gerundeter Vom-Hundert-Sätze für Postzeitungsgebühren (zwischen 0,6 und 1,9 %) und „sonstige Fremdleistungen“ (zwischen 1,4 und 8,2 %) gewonnen; sie korrelieren negativ mit den unter Personalkosten erfaßten Vergütungen für Zusteller.

³⁾ Abonnementtageszeitungen, die wöchentlich fünfmal oder häufiger erscheinen, gehören in der Regel folgenden Größenklassen an: laut Pressestatistik 1982 betragen die durchschnittlichen Zeitungsumsätze je Hauptaussgabe in der Größenklasse unter 2 500 Stück Auflage 618 tausend DM, von 2 500—5 000 Stück 1,87 Mio. DM, von 5 000—10 000 Stück 3,45 Mio. DM, von 10 000—25 000 Stück 8,33 Mio. DM, von 25 000—50 000 Stück 18,7 Mio. DM, von 50 000—100 000 Stück 32,3 Mio. DM, von 100 000—250 000 Stück 61,7 Mio. DM, von 250 000 Stück und mehr 188 Mio. DM.

Quelle: Kostenstrukturstatistik Presse.

Tabelle 30

**Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1983
von Abonnementtageszeitungsverlagen ohne eigene Druckerei**

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ...	1	2	3	4	5	6	
	Unternehmen am 31. Dezember	Umsatz insgesamt	darunter aus:		Spalte 3+4	Papier und Fremdleistungen der Technischen Zeitungsherstellung	
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen			
Mio. DM	Anzahl		1 000 DM				% ¹⁾
unter 2	3	4 778,7	1 709,6	2 821,7	4 531,3	1 407,1	31,1
2 bis 5	16	56 826,8	17 282,5	35 069,9	52 352,4	17 155,5	32,8
5 bis 10	14	93 781,7	36 544,5	53 996,2	90 540,7	30 306,8	33,5
10 bis 25	10	150 212,7	44 040,2	94 911,1	138 951,3	56 234,3	40,5
25 bis 50	13	428 320,7	127 532,0	279 991,3	407 523,3	151 254,8	37,1
50 und mehr	19	2 519 702,9	744 081,7	1 618 555,5	2 362 637,1	670 897,2	28,4
insgesamt ...	75	3 253 623,5	971 190,4	2 085 345,6	3 056 536,0	927 255,7	30,3

¹⁾ Des Vertriebs- und Anzeigenumsatzes aus Zeitungen.

Quelle: Pressestatistik — Sonderaufbereitung mit dem Statistischen Informationssystem des Bundes (Statis-Bund).

Tabelle 31

**Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1983
von Abonnementtageszeitungsverlagen mit eigener Druckerei**

I. Umsätze

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ...	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. Dezember	Umsatz insgesamt	darunter aus					Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriften- vertrieb	Zeitschriften- anzeigen		
Mio. DM	Anzahl		1 000 DM						
unter 1	3	2 035,8	542,3	1 042,5	1 584,7	8,8	120,5	129,3	1 714,0
1 bis 2	12	18 102,3	5 226,2	8 033,5	13 259,7	—	—	—	13 259,7
2 bis 5	37	132 136,9	34 089,9	61 081,1	95 171,0	427,8	3 427,4	3 855,2	99 026,2
5 bis 10	43	305 728,2	76 296,4	129 280,9	205 577,3	791,3	13 282,8	14 074,1	219 651,4
10 bis 25	58	992 790,5	236 813,5	452 943,0	689 756,5	3 038,6	23 150,5	26 189,2	715 945,7
25 bis 50	27	1 037 968,6	241 234,4	452 133,7	693 368,1	4 455,3	17 778,8	22 234,0	715 602,1
50 bis 100	22	1 494 979,6	394 521,3	728 033,6	1 122 554,8	5 055,7	22 465,7	22 971,4	1 145 526,3
100 und mehr	12	2 127 395,3	542 505,2	1 070 454,8	1 612 960,0	5 356,3	33 785,2	39 141,5	1 652 101,5
insgesamt ...	214	6 111 128,1	1 531 229,2	2 903 003,1	4 434 232,3	14 583,8	114 010,9	128 594,7	4 562 827,0

noch Tabelle 31

noch: Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1983
von Abonnementtageszeitungsverlagen mit eigener Druckerei

II. Ausgewählte Kosten

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ...	1		10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. Dezember		Nachrichten- Agenturen, Pressedienste		Bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungs- dienst- gebühren		Sonstige Post- und Fern- meldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Mio. DM		Anzahl	1000 DM	% ¹⁾	1000 DM	% ²⁾	1000 DM	% ¹⁾	1000 DM	% ¹⁾	1000 DM
unter 1	3	5,2	0,3	80,3	5,1	70,2	4,1	14,3	0,8	15,0	0,9	
1 bis 2	12	86,2	0,6	862,4	6,5	204,3	1,5	180,4	1,4	192,7	1,5	
2 bis 5	37	1 013,3	1,0	4 302,9	4,5	1 232,2	1,2	1 183,0	1,2	1 780,8	1,8	
5 bis 10	43	1 983,3	0,9	6 258,4	3,0	3 019,0	1,4	2 727,0	1,2	3 720,1	1,7	
10 bis 25	58	4 058,4	0,6	13 969,4	2,0	6 698,9	0,9	8 810,6	1,2	10 035,7	1,4	
25 bis 50	27	5 943,6	0,8	5 681,1	0,8	8 225,7	1,1	9 443,4	1,3	13 455,5	1,9	
50 bis 100	22	10 885,8	1,0	4 264,7	0,4	13 908,3	1,2	12 436,8	1,1	21 139,7	1,8	
100 und mehr	12	14 146,8	0,9	1,5	0,0	13 203,0	0,8	18 822,2	1,1	32 459,7	2,0	
insgesamt ...	214	38 122,7	0,8	35 420,7	0,8	46 561,7	1,0	53 617,8	1,2	82 799,2	1,8	

Tabelle 32

Durchschnittliche Seitenumfänge und Bezugspreise von Abonnementtageszeitungen¹⁾
nach Auflagengrößenklassen 1976 bis 1983

Verkaufsaufgabe von ... bis unter ...	Seitenzahl der Hauptausgabe pro Stück in 1 000				
	1976	1978	1980	1982	1983
unter 2 500	5,50	4,48	4,50	4,67	4,71
2 500 bis 5 000		6,79	7,77	7,60	7,54
5 000 bis 10 000	5,87	6,30	6,79	6,61	6,58
10 000 bis 25 000	7,30	7,33	7,81	7,73	7,88
25 000 bis 50 000		9,10	10,13	9,51	9,17
50 000 bis 75 000	8,34	9,10	9,80	9,58	10,32
75 000 bis 125 000		9,67	10,40	9,95	10,29
125 000 bis 250 000	9,47	10,35	11,07	10,23	10,40
250 000 und mehr	12,00	13,00	14,71	13,29	13,57
insgesamt ...	7,08	7,72	8,43	8,21	8,31

¹⁾ mindestens fünfmal wöchentlich erscheinende Zeitungen²⁾ Rundungsdifferenz in den Ausgangszahlen

Quelle: Pressestatistik und eigene Berechnungen

noch Tabelle 31

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ...	1	15		16	17	18	19
	Unter- nehmen am 31. De- zember	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
		insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten		
Mio. DM	Anzahl	1 000 DM	% ²⁾	1 000 DM			
unter 1	3	30,0	1,9	880,9	696,1	45,1	139,7
1 bis 2	12	1 128,0	8,5	7 094,7	5 765,1	264,4	1 065,2
2 bis 5	37	7 209,0	7,6	60 353,1	49 125,3	3 142,5	8 085,3
5 bis 10	43	13 672,4	6,7	138 162,6	110 324,8	8 960,3	18 877,5
10 bis 25	58	44 619,4	6,5	407 125,5	317 238,3	30 734,0	59 153,2
25 bis 50	27	50 168,5	7,2	430 923,0	332 599,9	31 921,3	66 401,8
50 bis 100	22	88 417,5	7,9	629 849,9	479 815,6	42 267,7	107 766,4
100 und mehr	12	114 716,4	7,1	928 986,6	717 083,0	54 788,6	157 115,0
insgesamt...	214	319 961,2	7,2	2 603 376,4	2 012 648,3	172 124,0	418 604,1

1) des Vertriebs- und Anzeigenumsatzes aus Zeitungen und Zeitschriften (Spalte 9)

2) des Vertriebs- und Anzeigenumsatzes aus Zeitungen (Spalte 5)

Quelle: Pressestatistik — Sonderaufbereitung mit dem Statistischen Informationssystem des Bundes (Statis-Bund).

Tabelle 32

Mengenverhältnis des redaktionellen Textes zum Anzeigenteil in %					Abonnementpreis im Dezember in DM				
1976	1978	1980	1982	1983	1976	1978	1980	1982	1983
} 68 : 32	72 : 27 ²⁾	72 : 27 ²⁾	70 : 29 ²⁾	71 : 29 ²⁾	} 10,49	9,97	11,53	13,77	14,55
	65 : 35	63 : 37	63 : 37	64 : 36		12,31	13,86	16,10	16,96
} 68 : 32	66 : 34	65 : 35	67 : 33	68 : 32	} 11,08	12,34	14,13	15,94	16,56
	62 : 38	62 : 38	64 : 36	64 : 36		12,92	14,70	17,04	17,74
} 62 : 38	56 : 44	58 : 43 ²⁾	59 : 41	59 : 41	} 11,71	13,21	14,77	17,23	18,15
	57 : 44 ²⁾	56 : 44	58 : 42	59 : 41		13,02	14,63	16,73	17,70
} 56 : 44	53 : 47	53 : 48 ²⁾	55 : 45	56 : 44	} 12,53	14,65	16,18	18,68	19,76
	51 : 49	50 : 50	49 : 51	51 : 49		11,96	13,70	15,47	17,77
} 42 : 58	40 : 60	39 : 61	42 : 58	42 : 59 ²⁾	} 12,25	13,13	14,69	17,52	18,55
	61 : 39	59 : 41	58 : 42	60 : 40		12,02	13,48	15,16	17,57

Tabelle 33

**Prozentualer Anteil am Umsatz aus Vertrieb
und Anzeigen der Abonnementszeitung¹⁾
nach Auflagengrößenklassen 1976 bis 1983**

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ...	Jahr	Vertrieb	Anzeigen
unter 5 000	1983	35,3	64,7
	1982	34,9	65,1
	1980	33,7	66,3
	1978	34,0	66,0
	1976	35,6	64,4
5 000 bis 10 000	1983	37,0	63,0
	1982	36,7	63,3
	1980	32,9	67,1
	1978	33,0	67,0
	1976	34,8	65,2
10 000 bis 50 000	1983	34,2	65,8
	1982	34,6	65,4
	1980	32,1	67,9
	1978	32,5	67,5
	1976	34,3	65,7
50 000 bis 125 000	1983	34,2	65,8
	1982	35,0	65,0
	1980	32,1	67,9
	1978	32,9	67,1
	1976	34,9	65,1
125 000 bis 250 000	1983	33,4	66,6
	1982	34,9	65,1
	1980	30,2	69,8
	1978	30,5	69,5
	1976	31,7	68,3
250 000 und mehr	1983	28,5	71,5
	1982	28,6	71,4
	1980	25,2	74,8
	1978	26,4	73,6
	1976	27,5	72,5
insgesamt ...	1983	33,0	67,0
	1982	33,8	66,2
	1980	30,2	69,8
	1978	30,9	69,1
	1976	32,5	67,5

¹⁾ mindestens fünfmal wöchentlich erscheinend
Quelle: Pressestatistik und eigene Berechnungen

Tabelle 34

Entwicklung der durchschnittlichen Seitenumfänge in der Tagespresse von 1965 bis 1984

Vergleichs-Zeitraum	Anzahl der erfaßten Zeitungen	Zeitungsmonatsstück Seitenumfang ¹⁾ insgesamt		davon Textseiten ¹⁾			davon Anzeigenseiten ¹⁾		
		absolut	Index 1965 = 100	absolut	Anteil in %	Index 1965 = 100	absolut	Anteil in %	Index 1965 = 100
1965	224	587	100	373	63,5	100	214	36,5	100
1966	223	586	100	378	64,5	101	208	35,5	97
1967	224	569	97	370	65,0	99	199	35,0	93
1968	223	624	106	389	62,3	104	234	37,5	109
1969	220	678	116	405	59,7	109	272	40,1	127
1970	215	726	124	431	59,4	116	294	40,5	137
1971	208	740	126	439	59,3	118	300	40,5	140
1972	198	789	134	455	57,7	122	334	42,3	156
1973	191	799	136	460	57,6	123	339	42,4	158
1974	189	738	126	437	59,2	117	301	40,8	141
1975	187	752	128	446	59,3	120	306	40,7	143
1976	184	790	135	458	58,0	123	331	39,9	155
1977	181	833	142	479	57,5	128	353	42,4	165
1978	179	859	146	484	56,3	130	374	41,5	175
1979	172	923	157	510	55,3	137	413	44,7	193
1980	171	948	161	526	55,5	141	422	42,5	197
1981	171	915	156	516	56,4	138	399	43,6	186
1982	170	901	153	522	57,9	140	379	40,1	177
1983	169	926	158	537	58,0	144	388	39,9	181
1984	168	944	161	550	58,3	147	393	41,6	184

¹⁾ Umgerechnet auf sogenanntes Nullformat.

Quelle: Konrad H. Teckentrup (unveröffentlichtes Manuskript)

Tabelle 35

Betriebsergebnisse von Zeitschriftenverlagen in % der Gesamtleistung¹⁾ von 1976 bis 1982

Gesamtleistung von ... bis unter ... DM	1976	1978	1980	1982
unter 500 000	11,7	8,0	7,4	4,4
500 000 bis 1 Mio.	9,5	10,9	5,9	8,3
1 Mio. bis 2 Mio.	13,1	10,4	6,8	6,6
2 Mio. bis 5 Mio.	13,3	11,0	9,6	10,4
5 Mio. bis 10 Mio.	10,0	10,3	8,3	9,2
10 Mio. bis 25 Mio.	12,4	9,8	5,5	3,9
25 Mio. bis 50 Mio.	10,6	4,0	14,6	15,5
50 Mio. bis 100 Mio.	10,7	9,9	2,1	3,9
100 Mio. und mehr	13,2	5,6	8,5	9,1

¹⁾ Gesamtleistung = Umsatz (o/Umsatzsteuer) ± Bestandsänderungen an eigenen Verlagszeugnissen

Quelle: Kostenstrukturstatistik Presse.

Tabelle 36

Spartenumsätze der unterhaltenden Publikumszeitschriften

I. 1976 bis 1980

Sparten	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		pro Titel in 1 000 DM
					in 1 000 DM	in %	
Illustrierte, Magazine usw.	1980	123	2 460 141	1 316 141	1 144 000	46,5	20 001,1
	1978	105	2 105 339	1 235 590	869 749	41,3	20 050,8
	1976	94	1 925 605	1 113 314	812 290	42,2	20 485,2
Motor, Reise, Freizeit, Hobby	1980	179	411 866	220 627	191 239	46,4	2 300,9
	1978	171	321 290	175 557	145 732	45,4	1 878,9
	1976	139	220 216	132 078	88 138	40,0	1 548,3
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	1980	58	1 094 555	561 638	532 917	48,7	18 871,6
	1978	60	981 037	491 181	489 856	49,9	16 350,6
	1976	53	765 674	396 196	369 478	48,3	14 446,7
Jugendzeitschriften	1980	43	117 841	93 594	24 246	20,6	2 740,5
	1978	43	132 916	107 317	25 599	19,3	3 091,1
	1976	45	108 407	92 014	16 393	15,2	2 409,0
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	1980	285	152 067	109 108	42 959	28,3	533,6
	1978	263	107 194	62 434	44 760	41,8	407,6
	1976	193	76 381	51 016	25 365	33,2	395,8
Romane, Rätsel, Comics	1980	251	309 860	300 600	9 260	3,0	1 234,5
	1978	222	267 565	259 225	8 340	3,1	1 205,2
	1976	201	175 164	171 274	3 890	2,2	891,5
Sport	1980	122	111 836	62 615	49 221	44,0	916,7
	1978	94	94 377	55 172	39 205	41,5	1 004,0
	1976	64	78 547	49 383	29 164	57,1	1 227,3
Sonstige	1980	10	11 359	10 474	885	7,8	1 135,9
	1978	8	14 834	12 987	1 847	12,5	1 854,3
	1976	18	22 403	13 571	8 832	39,4	1 244,6
Insgesamt ...	1980	1 071	4 669 542	2 674 797	1 994 727	42,7	4 360,0
	1978	966	4 024 553	2 399 464	1 625 089	40,4	4 166,2
	1976	807	3 372 398	2 018 848	1 353 550	40,1	4 178,9

1) einschließlich Verbandszeitschriften (ab 1981)

Quelle: Pressestatistik

noch Tabelle 36

Spartenumsätze der unterhaltenden Publikumszeitschriften¹⁾

II. 1981 bis 1983

Sparten	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				pro Titel in 1 000 DM
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		
					in 1 000 DM	in %	
Illustrierte, Magazine usw.	1983	180	2 829 140	1 575 059	1 254 081	44,3	15 717,4
	1982	152	2 686 026	1 528 196	1 157 830	43,1	17 671,2
	1981	127	1 575 855	1 431 632	1 144 223	44,4	20 282,3
Motor, Reise, Freizeit, Hobby	1983	217	535 409	266 281	269 128	50,3	2 467,3
	1982	205	486 306	243 862	242 444	49,9	2 372,2
	1981	214	477 453	240 458	236 995	49,6	2 231,1
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	1983	68	1 242 990	676 625	566 365	45,6	18 279,3
	1982	72	1 221 362	660 237	561 125	45,9	16 963,4
	1981	63	1 140 721	607 224	533 497	46,8	18 106,7
Jugendzeitschriften	1983	51	142 420	112 806	29 614	20,8	2 792,5
	1982	47	132 617	104 497	28 120	21,2	2 821,6
	1981	47	127 311	101 942	25 368	19,9	2 708,7
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	1983	368	224 882	155 136	69 746	31,0	611,1
	1982	376	205 368	146 202	59 166	28,8	546,2
	1981	362	191 994	137 172	54 822	28,6	530,4
Romane, Rätsel, Comics	1983	261	287 979	279 000	8 979	3,1	1 103,4
	1982	265	292 442	284 304	8 138	2,8	1 103,6
	1981	259	298 972	291 252	7 721	2,6	1 154,3
Sport	1983	197	131 333	75 832	55 501	42,3	666,7
	1982	208	136 538	76 370	60 168	44,1	656,4
	1981	205	124 793	69 924	54 869	44,0	608,7
Sonstige	1983	6	9 102	8 442	660	7,3	1 517,0
	1982	7	9 892	9 260	631	6,4	1 413,1
	1981	7	9 985	9 431	554	5,5	1 426,4
Insgesamt ...	1983	1 348	5 403 256	3 149 181	2 254 075	41,7	4 008,4
	1982	1 332	5 170 551	3 052 928	2 117 623	41,0	3 881,8
	1981	1 284	4 947 035	2 889 025	2 058 049	41,6	3 852,9

¹⁾ einschließlich Verbandszeitschriften (ab 1981)

Quelle: Pressestatistik

Tabelle 37

Spartenumsätze der Fachzeitschriften

I. 1976 bis 1980

Sparte	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		pro Titel in 1 000 DM
					in 1 000 DM	in %	
I. Fachzeitschriften überwiegend wissen- schaftlichen Inhalts							
Sprach- und Kulturwissenschaften	1980	111	10 010	8 792	1 218	12,2	90,2
	1978	126	11 466	9 418	2 048	17,9	91,0
	1976	101	12 584	9 133	3 452	27,4	124,6
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	1980	304	172 123	146 495	25 628	14,9	566,2
	1978	314	169 340	136 329	33 011	19,5	539,3
	1976	273	140 463	116 059	24 404	17,4	514,5
Mathematik und Naturwissenschaften	1980	170	55 879	50 521	5 358	9,6	328,7
	1978	159	53 227	47 246	5 981	11,2	334,8
	1976	160	47 103	39 154	7 949	16,9	294,4
Medizin	1980	368	245 976	73 424	172 552	70,1	668,4
	1978	329	223 116	64 626	158 490	71,0	678,2
	1976	295	197 914	56 056	141 858	71,7	670,9
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaft	1980	60	16 836	7 963	8 872	52,7	280,6
	1978	68	14 776	7 771	7 005	47,4	217,3
	1976	78	26 436	12 519	13 917	52,6	338,9
Ingenieurwissenschaft	1980	169	133 771	46 924	86 846	64,9	791,5
	1978	167	129 822	45 671	84 151	64,8	777,4
	1976	176	108 959	41 628	67 331	61,8	619,1
Insgesamt	1980	1 182	634 594	334 119	300 475	47,3	536,9
	1978	1 163	601 746	311 061	290 685	48,3	517,4
	1976	1 083	533 459	274 549	258 910	48,5	492,6

Sparte	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		pro Titel in 1 000 DM
					in 1 000 DM	in %	
II. Andere Fachzeitschriften							
Landwirtschaft, Ernährung	1980	120	140 592	57 234	83 358	59,3	1 171,6
	1978	126	124 846	50 423	74 423	59,6	990,8
	1976	117	106 450	48 523	57 927	54,4	909,8
Industrie und Handwerk	1980	390	406 599	107 114	299 485	73,7	1 042,6
	1978	341	315 860	90 779	225 081	71,3	926,3
	1976	361	278 829	79 516	199 313	71,5	772,4
Handel und Dienstleistungen	1980	362	393 162	105 044	288 118	73,3	1 086,1
	1978	300	308 351	77 438	230 912	74,9	1 027,8
	1976	229	219 248	70 490	148 757	67,8	957,4
Öffentliche Verwaltung	1980	85	31 569	16 969	14 600	46,2	371,4
	1978	86	28 583	15 023	13 560	47,4	332,4
	1976	79	24 626	17 082	7 544	30,6	311,7
Gesundheitswesen	1980	73	47 003	15 508	31 495	67,0	643,9
	1978	62	34 209	11 353	22 857	66,8	551,8
	1976	62	25 246	9 905	15 342	60,8	407,2
Bildung und Erziehung	1980	218	57 538	50 735	6 803	11,8	263,9
	1978	197	45 325	37 590	7 735	17,1	230,1
	1976	186	35 487	29 108	6 379	18,0	190,8
Sonstige	1980	21	17 175	6 823	10 352	60,3	817,9
	1978	18	11 157	5 271	5 886	52,8	619,8
	1976	44	20 099	9 608	10 490	52,2	456,8
Insgesamt	1980	1 269	1 093 638	359 428	734 210	67,1	861,8
	1978	1 130	868 330	287 876	580 454	66,8	768,4
	1976	1 078	709 985	264 233	445 753	62,8	658,6
III. Fachzeitschriften insgesamt	1980	2 451	1 728 233	693 547	1 034 685	59,9	705,1
	1978	2 293	1 470 076	598 937	871 139	59,3	641,1
	1976	2 161	1 243 444	538 782	704 663	56,7	575,4

noch Tabelle 37

Spartenumsätze der Fachzeitschriften¹⁾

II. 1981 bis 1983

Sparte	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		pro Titel in 1 000 DM
					in 1 000 DM	in %	
I. Fachzeitschriften überwiegend wissen- schaftlichen Inhalts							
Sprach- und Kulturwissenschaften	1983	123	18 037	13 130	4 907	27,2	146,6
	1982	112	11 450	10 334	1 116	9,7	102,2
	1981	110	10 200	9 038	1 162	11,4	92,7
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	1983	308	191 396	170 209	21 187	11,1	621,4
	1982	306	181 819	161 362	20 457	11,3	594,2
	1981	301	172 575	152 818	19 757	11,4	573,3
Mathematik und Naturwissenschaften	1983	179	62 345	58 322	4 023	6,5	348,3
	1982	176	61 663	56 385	5 278	8,6	350,4
	1981	173	56 388	50 884	5 504	9,8	325,9
Medizin	1983	423	319 179	83 682	235 496	73,8	754,6
	1982	415	310 274	79 077	231 196	74,5	747,6
	1981	406	310 658	79 623	231 036	74,4	765,2
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaft	1983	59	8 988	6 737	2 251	25,0	152,3
	1982	58	9 034	6 204	2 829	31,3	155,8
	1981	54	8 219	5 480	2 738	33,3	152,2
Ingenieurwissenschaft	1983	162	131 818	50 733	81 085	61,5	813,7
	1982	157	130 073	49 381	80 692	62,0	828,5
	1981	160	129 912	47 828	82 084	63,2	812,0
Insgesamt	1983	1 254	731 764	382 814	348 950	47,7	583,5
	1982	1 224	704 313	362 744	341 569	48,5	575,4
	1981	1 204	687 952	345 670	342 282	49,8	571,4

Sparte	Jahr	Anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt in 1 000 DM	aus Vertrieb in 1 000 DM	aus Anzeigen		pro Titel in 1 000 DM
					in 1 000 DM	in %	
II. Andere Fachzeitschriften							
Landwirtschaft, Ernährung	1983	150	179 471	75 709	103 762	57,8	1 196,5
	1982	143	167 999	72 033	95 966	57,1	1 174,8
	1981	147	158 029	66 788	91 241	57,7	1 075,0
Industrie und Handwerk	1983	442	451 871	138 330	313 541	69,4	1 022,3
	1982	436	424 498	125 255	299 244	70,5	973,6
	1981	438	427 472	115 664	311 808	72,9	976,0
Handel und Dienstleistungen	1983	507	536 888	176 759	360 129	67,1	1 059,0
	1982	493	488 081	149 665	338 416	69,3	990,0
	1981	477	472 151	136 378	335 773	71,1	989,8
Öffentliche Verwaltung	1983	123	36 461	24 383	12 078	33,1	296,4
	1982	124	37 213	23 846	13 368	35,9	300,1
	1981	134	47 640	25 974	21 665	45,5	355,5
Gesundheitswesen	1983	121	97 555	56 108	41 447	42,5	806,2
	1982	116	92 987	51 139	41 848	45,0	801,6
	1981	104	88 783	46 999	41 784	47,1	853,7
Bildung und Erziehung	1983	242	78 115	68 733	9 383	12,0	322,8
	1982	237	77 277	65 485	11 791	15,3	326,1
	1981	240	72 076	60 362	11 714	16,3	300,3
Sonstige	1983	23	25 860	7 256	18 605	71,9	1 124,3
	1982	27	22 858	6 877	15 981	69,9	846,6
	1981	18	9 901	3 984	5 917	59,8	550,1
Insgesamt	1983	1 008	1 406 222	547 278	858 944	61,1	874,5
	1982	1 576	1 310 914	494 300	816 614	62,3	831,8
	1981	1 558	1 276 051	456 149	819 902	64,3	819,0
III. Fachzeitschriften insgesamt	1983	2 862	2 137 986	930 092	1 207 894	56,5	747,0
	1982	2 800	2 015 227	857 044	1 158 183	57,5	719,7
	1981	2 762	1 964 003	801 819	1 162 184	59,2	711,1

¹⁾ einschließlich Verbandszeitschriften

Quelle: Pressestatistik und eigene Berechnungen

Tabelle 38

**Steuerpflichtige¹⁾ und steuerbarer Umsatz²⁾ 1982 in Buchverlagen (ohne Adreßbücher)
und in Verlagen von Fachzeitschriften nach Umsatzgrößenklassen**

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	Buchverlage (ohne Adreßbücher)		Verlage von Fachzeitschriften	
	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1 000 DM	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1 000 DM
20 000 bis 50 000	181	6 261	51	1 701
50 000 bis 100 000	206	14 890	53	3 881
100 000 bis 250 000	289	47 715	89	15 053
250 000 bis 500 000	222	80 016	80	29 466
500 000 bis 1 Mio.	189	134 889	61	43 181
1 Mio. bis 2 Mio.	156	225 286	56	79 970
2 Mio. bis 5 Mio.	159	507 335	55	167 422
5 Mio. bis 10 Mio.	81	591 592	20	128 891
10 Mio. bis 25 Mio.	67	1 056 923	15	246 084
25 Mio. bis 50 Mio.	37	1 240 395	} 11	} 727 908
50 Mio. bis 100 Mio.	11	781 131		
100 Mio. und mehr	6	1 118 789		
Bundesgebiet	1 604	5 805 221	491	1 443 557

1) Ohne Kleinunternehmen mit Umsätzen bis unter 20 000 DM.

2) Ohne Umsatzsteuer

Quelle: Umsatzsteuerstatistik

Buchproduktion und Buchpreise 1977 bis 1984

Erscheinungs- jahr	Titelproduktion			Ladenpreis		Bogenpreis ¹⁾	
	insgesamt	Erstauflage	Neuauflage	DM	Index (1977 = 100)	DM	Index (1977 = 100)
1977	48 736	39 044	9 692	21,87	100	1,72	100
1978	53 137	43 270	9 867	23,28	106	1,74	101
1979	62 082	50 306	11 776	23,62	108	1,82	106
1980	67 176	54 572	12 604	25,23	115	1,93	112
1981	59 168	47 260	11 908	26,60	122	1,95	113
1982	61 332	48 730	12 602	26,48	121	2,02	117
1983	60 598	47 980	12 618	27,93	128	2,02	117
1984	51 733	39 978	11 755	30,06	137	2,10	122

¹⁾ Das ist der Preis der Titel geteilt durch $\frac{1}{16}$ der entsprechenden Seitenzahl

Quelle: Wöchentliches Verzeichnis der Deutschen Bibliographie sowie eigene Berechnungen auf dieser Grundlage

Tabelle 40

Prozent-Anteile der Sachgebiete 1969 bis 1984 sowie 1951 bis 1984 insgesamt

Sachgebiet	1969	1970	1971	1972 bis 1973	1974	1975
Allgemeines, Buch und Schrift, Hochschulen	2,5	2,0	2,2	2,2	2,1	1,5
Religion, Theologie	5,4	6,0	4,9	5,5	4,6	5,3
Philosophie, Psychologie	2,4	2,2	2,3	2,7	2,6	1,5
Recht, Verwaltung	6,8	6,1	6,5	7,2	6,3	6,4
Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Statistik	7,5	9,7	8,5	8,4	9,1	8,4
Politik, Wehrwesen	2,5	2,2	2,2	2,1	2,3	1,6
Sprach- und Literaturwissenschaft	4,6	3,8	3,8	4,4	4,8	4,1
Schöne Literatur	19,5	19,5	19,0	17,9	17,5	19,0
Jugendschriften	3,2	4,9	6,3	5,0	5,2	5,6
Erziehung, Unterricht, Jugendpflege	4,4	4,5	4,2	4,2	4,7	4,3
Schulbücher	4,4	5,2	4,0	3,6	4,1	4,5
Bildende Kunst, Kunstgewerbe	3,5	3,3	2,9	3,4	4,0	3,3
Musik, Tanz, Theater, Film, Rundfunk	1,4	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4
Geschichte, Kulturgeschichte, Volkskunde	5,8	4,6	4,6	5,6	5,2	4,8
Erd- und Völkerkunde, Reisen	2,7	3,0	2,8	2,2	2,2	2,1
Karten, Kartenwerke	3,7	2,8	4,0	4,6	3,9	6,1
Medizin	2,9	2,6	2,9	3,5	3,4	3,9
Naturwissenschaftler	5,7	4,7	5,3	4,6	4,2	4,4
Mathematik	1,1	0,8	1,0	1,2	1,1	1,6
Technik, Industrie, Gewerbe	5,1	5,1	5,4	5,3	6,3	5,8
Verkehr	1,9	1,9	2,1	1,5	1,5	1,2
Land- und Forstwirtschaft, Hauswirtschaft	1,6	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2
Turnen, Sport, Spiele	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Verschiedenes	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Kalender und Almanache	0,3	0,3	0,4	0,3	0,1	0,0
Gesamt...	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: Wöchentliches Verzeichnis der Deutschen Bibliographie
Auswertung: Börsenverein des deutschen Buchhandels

Tabelle 40

1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1951 bis 1984	
									insgesamt	Gesamt-titelzahl
1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5	1,0	1,3	1,1	1,8	21 091
4,6	5,0	4,6	5,0	5,7	5,2	5,8	4,9	5,0	5,6	67 479
2,7	2,6	2,4	2,6	2,6	3,1	3,2	3,9	3,8	2,6	31 195
5,5	5,6	5,7	5,4	5,3	4,8	4,7	5,1	4,9	6,0	72 074
8,0	8,3	8,4	8,5	9,9	9,5	8,7	9,3	9,0	8,0	96 108
2,0	2,5	2,3	2,3	2,6	2,1	2,0	2,3	1,9	1,9	23 360
3,9	4,2	3,3	3,7	3,3	3,6	3,9	3,8	3,5	3,6	43 491
21,1	19,4	22,9	20,0	18,5	20,2	17,7	18,7	18,1	19,2	231 334
6,0	5,9	5,0	4,7	4,6	4,5	6,7	5,5	6,0	5,4	65 150
4,9	4,6	5,1	5,4	5,3	4,4	4,1	3,9	3,4	4,2	51 145
5,1	5,4	3,4	4,1	3,2	3,2	6,0	3,3	1,0	5,2	62 310
3,6	4,8	5,0	5,4	5,7	5,5	5,7	5,5	4,2	4,0	48 792
1,3	1,7	1,5	2,1	1,8	2,0	2,1	2,2	1,9	1,6	18 956
4,0	4,1	4,2	4,2	4,4	4,5	3,5	3,9	3,4	4,9	59 006
1,9	2,0	2,2	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	2,6	2,4	29 185
6,1	4,4	4,0	3,9	3,6	4,4	4,5	4,3	5,6	4,0	48 332
3,8	3,9	4,3	3,7	4,1	4,6	4,5	4,6	4,9	3,6	43 713
3,9	3,7	3,7	3,4	3,4	3,0	2,8	2,7	4,2	4,3	51 879
1,6	1,4	1,3	1,9	1,4	1,4	1,4	2,3	3,3	1,3	15 355
4,5	4,6	4,4	4,9	5,4	4,4	3,8	4,1	6,8	5,0	59 920
0,9	0,9	1,0	1,3	1,1	1,2	0,9	1,0	0,6	1,7	20 410
2,0	2,3	2,4	2,3	2,6	2,8	2,7	2,9	3,3	2,2	26 306
0,9	0,9	1,2	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1	0,9	10 807
0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	2 376
0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,4	5 278
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1 205 052

Tabelle 41

Steuerpflichtige¹⁾ und steuerbarer Umsatz²⁾ 1982 im Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften sowie mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen nach Umsatzgrößenklassen

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften		Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen	
	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1 000 DM	Steuer- pflichtige	Steuerbarer Umsatz in 1 000 DM
20 000 bis 50 000	327	11 360	262	8 962
50 000 bis 100 000	413	30 079	402	30 355
100 000 bis 250 000	915	154 379	970	164 293
250 000 bis 500 000	867	312 637	722	253 302
500 000 bis 1 Mio.	810	564 585	277	185 345
1 Mio. bis 2 Mio.	474	656 003	72	95 582
2 Mio. bis 5 Mio.	216	629 048	35	98 239
5 Mio. bis 10 Mio.	65	445 560	13	87 134
10 Mio. und mehr	29	997 948	10	429 125
Insgesamt ...	4 116	3 801 597	2 763	1 352 337

¹⁾ Ohne Kleinunternehmen mit Umsätzen bis unter 20 000 DM.

²⁾ Ohne Umsatzsteuer.

Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik

Geschätzte Umsatzanteile 1981 bis 1984 zu Endverbraucherpreisen

	1981		1982		1983		1984	
	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %
Nach Vertriebswegen								
Sortiment	5 000	62,1	5 125	62,1	5 381	62,6	5 520	63,0
Sonstige Verkaufsstellen .	600	7,4	624	7,6	661	7,7	679	7,7
Warenhäuser	425	5,3	425	5,2	440	5,1	445	5,1
Reise- und Versandbuchhandel	520	6,5	530	6,4	530	6,2	530	6,0
Verlage direkt	915	11,3	950	11,5	988	11,5	1 018	11,6
Buchgemeinschaften	595	7,4	595	7,2	595	6,9	577	6,6
Insgesamt ...	8 055	100,0	8 249	100,0	8 595	100,0	8 769	100,0
Nach Buchkategorien								
Fachbuch/Wissenschaft und Schulbücher	2 870	35,6	2 821	34,2	2 923	34,0	3 006	34,3
Allgemeine Literatur	4 383		4 578		4 782		4 853	
davon								
Taschenbücher	725	9,0	765	9,3	795	9,2	815	9,3
Belletristik/Sachbuch/Lexika/Kartographie und Sonstiges	3 168	39,3	3 311	40,1	3 464	40,3	3 498	39,9
Billigpreisbücher	490	6,1	502	6,1	523	6,1	540	6,1
darunter								
Manglexemplare und Restauflagen	160		165		173		177	
Sonderausgaben	330		337		350		363	
Bücher insgesamt	7 253		7 399		7 705		7 859	
Vertriebserlöse Fach- und wissenschaftliche Zeitschriften	802	10,0	850	10,3	890	10,4	910	10,4
Insgesamt ...	8 055	100,0	8 249	100,0	8 595	100,0	8 769	100,0

Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1985, Hrsg. Börsenverein des deutschen Buchhandels

Tabelle 43

Preisgruppenanteile in den einzelnen Sachgebieten 1983 und 1984

(in %)¹⁾

Sachgebiet	bis 5 DM		über 5 DM bis 10 DM		über 10 DM bis 15 DM		über 15 DM bis 25 DM		über 25 DM bis 50 DM		über 50 DM bis 100 DM		über 100 DM	
	1983	1984	1983	1984	1983	1984	1983	1984	1983	1984	1983	1984	1983	1984
Allgemeines, Buch und Schrift, Hochschulen ..	2,2	2,3	12,3	15,7	6,0	6,0	21,4	18,3	29,6	27,9	11,9	11,8	16,6	18,0
Religion, Theologie ...	15,5	10,6	20,5	20,7	13,7	13,4	20,7	23,3	19,9	20,6	7,3	7,8	3,3	3,6
Philosophie, Psychologie	5,1	2,1	18,6	24,4	24,6	10,7	18,5	20,3	21,8	27,6	7,2	10,4	4,2	4,5
Recht, Verwaltung ...	4,4	3,8	9,1	7,6	6,5	7,4	17,3	16,4	31,5	30,0	19,6	21,8	11,6	13,0
Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Statistik	4,9	4,1	14,4	14,2	10,2	8,3	20,1	19,4	33,2	34,3	13,9	15,3	3,3	4,4
Politik, Wehrwesen ...	8,2	7,5	20,8	20,8	13,2	12,3	17,3	17,6	24,9	28,6	10,8	9,8	4,8	3,4
Sprach- und Literatur- wissenschaft	4,5	2,3	19,6	15,2	11,2	11,4	16,6	17,5	23,8	29,9	17,8	16,0	6,5	7,7
Schöne Literatur	31,9	28,2	39,8	41,2	10,1	10,4	10,4	10,5	7,0	8,8	0,5	0,6	0,3	0,3
Jugendschriften	34,8	39,3	35,9	34,2	9,7	7,7	17,6	16,3	2,0	2,2	0,0	0,3	0,0	0,0
Erziehung, Unterricht, Jugendpflege	12,5	7,8	15,8	16,0	12,7	16,1	28,8	28,2	24,8	25,1	4,2	6,2	1,2	0,6
Bildende Kunst, Kunstgewerbe	5,8	4,3	15,7	13,8	10,3	7,4	18,2	15,9	25,6	27,7	14,7	18,9	9,7	12,0
Musik, Tanz, Theater, Film, Rundfunk	6,5	5,2	22,0	19,8	11,7	10,9	20,9	21,1	25,1	26,3	10,2	12,3	3,6	4,4
Geschichte, Kulturgeschichte, Volkskunde	4,3	3,1	16,2	15,0	14,4	13,7	15,2	15,8	28,5	30,2	14,2	13,7	7,2	8,5
Erd- und Völkerkunde, Reisen	4,0	2,5	16,9	13,8	14,2	14,4	19,9	24,4	33,8	33,6	9,6	9,9	1,6	1,4
Karten, Kartenwerke	0,0	0,0	5,9	9,5	52,9	42,9	23,5	23,8	5,9	0,0	5,9	19,1	5,9	4,7
Medizin	2,8	1,2	10,2	12,3	7,9	6,7	18,3	18,6	28,6	27,9	17,5	18,1	14,7	15,2
Naturwissenschaften .	2,5	1,1	7,4	7,5	8,8	8,9	16,2	16,3	27,8	28,0	20,6	21,4	16,7	16,8
Mathematik	0,3	0,5	8,8	6,5	3,4	4,5	15,8	16,1	43,2	47,0	23,2	19,6	5,3	5,8
Technik, Industrie, Gewerbe	1,9	2,7	9,9	10,8	8,3	11,6	14,3	20,9	32,4	31,1	22,1	15,0	11,1	7,9
Verkehr	4,5	6,3	15,6	11,1	10,2	7,2	22,6	21,7	33,8	34,8	10,5	17,9	2,8	1,0
Land- und Forstwirtschaft, Hauswirtschaft	6,6	3,2	30,1	41,1	14,4	12,1	19,4	19,5	22,3	18,4	5,4	4,4	1,8	1,3
Turnen, Sport, Spiele .	3,0	1,2	28,3	23,9	17,0	16,5	22,9	22,5	24,2	30,8	4,6	4,5	0,0	0,6
Verschiedenes, Kalen- der und Almanache ..	4,3	1,4	11,7	9,4	14,2	5,8	38,3	75,5	30,3	6,5	1,2	1,4	0,0	0,0
Insgesamt ...	13,7	11,9	22,9	22,8	11,7	10,3	17,3	17,6	20,6	22,5	9,2	9,8	4,6	5,1

¹⁾ Ausschließlich Titel, deren Preise bibliographisch nicht erfaßt wurden.Quelle: Wöchentliches Verzeichnis der Deutschen Bibliographie
Auswertung: Börsenverein des deutschen Buchhandels

Tabelle 44

**Titelproduktion 1971 bis 1984
insgesamt nach Preisgruppen**

Preis	Gesamt- titelzahl	%
bis 5 DM ...	118 531	24,5
über 5 DM bis 10 DM ...	93 748	19,2
über 10 DM bis 15 DM ...	50 075	10,3
über 15 DM bis 25 DM ...	78 571	16,3
über 25 DM bis 50 DM ...	87 322	18,1
über 50 DM bis 100 DM ...	38 123	7,9
über 100 DM	17 810	3,7
Insgesamt ...	483 180	100,0

Quelle: Wöchentliches Verzeichnis der Deutschen Bibliographie; Auswertung: Börsenverein des deutschen Buchhandels.

Tabelle 45

Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels 1965 bis 1984
(in 1 000 DM)

Jahr	Bücher	Zeitungen und Zeitschriften	Bilderbücher	Noten	Kartographische Erzeugnisse	insgesamt
Einfuhr						
1965	88 395	20 285	1 927	1 072	4 115	115 794
1966	100 590	25 826	1 742	973	4 390	133 521
1967	110 373	26 541	1 587	1 127	3 833	143 461
1968	118 509	27 792	2 127	1 166	4 219	153 813
1969	141 735	35 870	3 458	1 433	4 942	187 438
1970	145 909	43 529	5 535	1 239	6 416	202 628
1971	164 620	44 473	5 377	1 711	6 488	222 669
1972	184 278	54 928	5 860	1 886	7 666	254 618
1973	201 656	62 590	4 841	2 854	8 016	279 957
1974	241 134	64 231	5 840	2 963	9 679	323 847
1975	264 622	69 232	6 368	3 402	10 800	354 424
1976	269 183	81 401	5 417	4 364	10 888	371 253
1977	309 949	94 484	5 676	5 396	9 678	425 183
1978	345 545	107 561	9 340	6 119	11 405	479 970
1979	385 010	120 087	6 448	6 072	11 591	529 208
1980	419 310	173 532	8 150	6 791	15 193	622 976
1981	439 579	181 444	7 052	8 185	13 919	650 179
1982	441 003	182 445	8 913	6 311	15 629	654 301
1983	449 027	184 875	10 331	6 542	15 441	666 216
1984	490 687	224 971	10 872	6 722	16 383	749 635
Ausfuhr						
1965	186 226	139 715	1 764	4 346	6 253	338 304
1966	208 380	156 865	1 903	5 242	7 798	380 188
1967	244 339	174 706	2 031	5 450	7 660	434 186
1968	279 206	194 273	1 855	6 411	8 787	490 532
1969	297 358	228 261	2 563	6 516	9 952	544 650
1970	314 706	241 470	3 209	6 761	9 462	575 608
1971	327 906	271 962	3 785	6 975	8 277	618 905
1972	385 732	295 980	4 978	7 502	10 664	704 856
1973	408 545	340 328	5 892	7 725	10 039	772 529
1974	434 238	373 558	6 398	8 195	10 215	832 604
1975	470 901	410 674	6 798	3 070	10 063	901 506
1976	506 249	473 909	6 899	3 077	11 246	1 001 380
1977	544 751	522 347	8 036	3 900	14 557	1 093 591
1978	616 848	570 772	8 271	4 388	16 735	1 217 014
1979	677 380	629 619	8 664	4 548	14 620	1 334 831
1980	733 587	683 302	11 279	4 169	12 685	1 445 022
1981	777 303	763 677	11 472	4 565	13 040	1 570 057
1982	774 677	802 411	11 887	4 297	11 290	1 604 562
1983	777 763	869 185	12 101	5 809	12 574	1 677 432
1984	874 271	940 024	13 642	6 288	18 680	1 852 905

Quelle: Außenhandelsstatistik

Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels 1984 nach Erdteilen
(in 1 000 DM)

	Europa	Afrika	Amerika	Asien	Australien	insgesamt
Einfuhr						
Bücher	387 592	78	77 078	25 331	608	490 687
Zeitungen und Zeitschriften ...	195 331	237	22 986	6 311	106	224 971
Bilderbücher	9 218	—	99	1 550	5	10 872
Noten	5 043	—	1 651	28	—	6 722
Kartographische Erzeugnisse ..	14 655	180	1 144	394	10	16 383
Insgesamt ...	611 839	495	102 958	33 614	729	749 635
Ausfuhr						
Bücher	724 128	6 680	90 334	48 083	5 046	874 271
Zeitungen und Zeitschriften ...	859 134	13 777	43 572	19 575	3 966	940 024
Bilderbücher	11 698	283	1 413	235	13	13 642
Noten	4 512	2	1 049	720	5	6 288
Kartographische Erzeugnisse ..	14 492	1 755	1 505	869	59	18 680
Insgesamt ...	1 613 964	22 497	137 873	69 482	9 089	1 852 905

Quelle: Außenhandelsstatistik

Tabelle 47

Einfuhr von Büchern 1982 bis 1984 nach Herkunftsländern

Betrag in 1 000 DM

Land	1982	1983	1984	% der Bucheinfuhr 1984
Österreich	95 306	91 061	87 133	17,7
Schweiz	77 255	84 575	82 343	16,8
USA	53 343	60 938	75 536	15,4
Großbritannien	35 508	42 317	56 388	11,5
Niederlande	45 547	41 786	39 921	8,1
Italien	30 533	31 660	34 510	7,0
Dänemark	12 347	14 535	18 587	3,8
Japan	8 594	11 106	16 210	3,3
Frankreich	23 087	16 040	15 329	3,1
Tschechoslowakei	11 954	9 532	12 579	2,6
Belgien/Luxemburg	12 424	10 591	12 158	2,5
Spanien	5 400	7 788	8 396	1,7
Jugoslawien	3 825	4 697	6 225	1,3
Ungarn	2 784	3 023	3 945	0,8
Schweden	4 729	3 185	3 660	0,7
Hongkong	3 780	3 524	3 423	0,7
Israel	1 583	1 762	2 250	0,5
Finnland	1 851	1 571	1 855	0,4
Türkei	1 507	1 585	1 565	0,3
Singapur	1 070	910	1 388	0,3
Irland	963	1 287	774	0,1
Polen	1 084	491	547	0,1
Norwegen	1 548	228	288	0,1
Andere Länder ¹⁾	4 981	4 835	5 677	1,2
Insgesamt...	441 003	449 027	490 687	100,0

¹⁾ Länder, deren Einfuhrwert in keinem der genannten Jahre über 1 Mio. DM lag

Quelle: Außenhandelsstatistik

Tabelle 48

Ausfuhr von Büchern 1982 bis 1984 nach Abnahmeländern

Betrag in 1000 DM

Land	1982	1983	1984	% der Buchausfuhr 1984
Österreich	210 170	214 168	232 187	26,6
Schweiz	202 087	211 665	221 988	25,4
USA	61 576	64 988	74 661	8,5
Niederlande	62 362	57 111	71 047	8,1
Frankreich	47 220	45 446	56 181	6,4
Japan	23 448	21 553	30 390	3,5
Italien	29 400	27 219	30 136	3,4
Belgien/Luxemburg	26 709	26 638	28 759	3,3
Großbritannien	17 162	20 717	24 502	2,8
Spanien	10 639	10 748	11 562	1,3
Kanada	5 843	5 565	11 008	1,3
Schweden	9 695	8 934	9 410	1,1
Dänemark	7 885	7 536	8 533	1,0
Norwegen	7 835	4 751	4 973	0,6
Sowjetunion	2 447	4 161	4 808	0,5
Australien	3 400	3 737	4 471	0,5
Griechenland	2 945	2 550	3 698	0,4
Finnland	2 993	3 435	3 213	0,4
Indien	1 580	1 803	2 874	0,3
Südafrika, Republik	2 293	2 180	2 681	0,3
Jugoslawien	1 206	1 096	2 337	0,3
China, Volksrepublik	1 648	2 359	2 286	0,3
Saudi-Arabien	1 606	3 087	2 196	0,2
Ungarn	1 700	1 921	2 147	0,2
Polen	2 217	1 764	1 933	0,2
Türkei	1 357	1 496	1 882	0,2
Iran	138	1 240	1 857	0,2
Israel	1 155	1 473	1 695	0,2
Tschechoslowakei	1 253	1 064	1 680	0,2
Brasilien	1 636	1 219	1 588	0,2
Korea, Süd-	1 045	1 136	1 398	0,2
Portugal	888	1 017	1 344	0,1
Indonesien	206	196	1 022	0,1
Ägypten	1 979	554	733	0,1
Kuwait	1 386	983	610	0,1
Mexiko	531	1 023	492	0,1
Irak	3 417	452	94	0,0
Andere Länder ¹⁾	13 620	10 778	11 895	1,4
Insgesamt ...	774 677	777 763	874 271	100,0

¹⁾ Länder, deren Einfuhrwert in keinem der genannten Jahre über 1 Mio. DM lag.

Quelle: Außenhandelsstatistik

Tabelle 49

Einfuhr von Zeitungen und Zeitschriften 1982 bis 1984 nach Herkunftsländern

Betrag in 1 000 DM

Land	1982	1983	1984	1984 in v. H.
Schweiz	30 555	32 796	37 683	16,7
Italien	29 387	27 505	34 253	15,2
Österreich	28 403	24 072	31 032	13,8
Niederlande	19 803	22 590	26 228	11,7
USA	17 182	17 936	22 876	10,2
Frankreich	15 920	17 841	21 270	9,5
Großbritannien	13 759	9 983	13 388	5,9
Belgien/Luxemburg	5 474	6 115	8 041	3,6
Japan	3 540	4 446	5 824	2,6
Jugoslawien	5 874	6 283	5 453	2,4
Dänemark	2 029	2 632	5 193	2,3
Spanien	2 643	3 560	3 563	1,6
Tschechoslowakei	2 311	2 625	2 952	1,3
Griechenland	1 757	1 451	2 594	1,1
Ungarn	612	1 090	817	0,4
Andere Länder ¹⁾	3 196	3 950	3 804	1,7
Insgesamt ...	182 445	184 875	224 971	100,0

¹⁾ Länder, deren Ausfuhrwert in keinem der genannten Jahre über 1 Mio. DM lag.

Quelle: Außenhandelsstatistik

Ausfuhr von Zeitungen und Zeitschriften 1982 bis 1984 nach Abnahmeländern

Betrag in 1 000 DM

Land	1982	1983	1984	% des Wertes 1984
Schweiz	192 669	215 509	234 079	24,9
Österreich	198 071	219 519	228 233	24,3
Frankreich	61 825	79 356	102 422	10,9
Belgien/Luxemburg	68 562	72 186	69 710	7,4
Italien	45 824	50 402	56 864	6,0
Niederlande	41 704	41 662	41 445	4,4
Spanien	26 453	27 897	31 048	3,3
USA	30 890	28 244	27 967	3,0
Großbritannien	21 686	19 749	20 257	2,1
Jugoslawien	7 776	11 326	14 916	1,6
Dänemark	10 914	11 748	14 766	1,6
Schweden	8 804	10 391	9 520	1,0
Japan	13 331	9 031	8 148	0,9
Norwegen	4 338	4 969	6 710	0,7
Portugal	5 860	6 973	6 661	0,7
Griechenland	7 076	6 389	6 504	0,7
Kanarische Inseln	3 584	4 010	5 315	0,6
Argentinien	5 240	4 742	5 093	0,5
Brasilien	3 443	3 861	4 017	0,4
Finnland	2 792	2 695	3 572	0,4
Australien	2 940	2 718	3 329	0,4
Sowjetunion	3 026	2 780	2 982	0,3
Ägypten	1 970	2 310	2 628	0,3
Kanada	2 265	2 149	2 603	0,3
Türkei	2 364	2 207	2 509	0,3
Tschechoslowakei	1 791	2 247	2 351	0,3
Algerien	516	598	2 209	0,2
Südafrikanische Republik	2 429	1 865	1 901	0,2
Israel	1 537	1 540	1 836	0,2
Saudi-Arabien	1 530	1 322	1 725	0,2
China, Volksrepublik	1 548	1 319	1 409	0,1
Venezuela	1 587	1 360	1 408	0,1
Kuwait	1 026	1 178	1 134	0,1
Ungarn	1 989	1 292	996	0,1
Bulgarien	1 047	1 014	930	0,1
Polen	2 137	2 169	829	0,1
Andere Länder ¹⁾	11 867	10 458	11 998	1,3
Insgesamt ...	802 411	869 185	940 024	100,0

¹⁾ Länder, deren Einfuhrwert in keinem der genannten Jahre über 1 Mio. DM lag.

Quelle: Außenhandelsstatistik

Tabelle 51

**Lizenzen, die von hiesigen Verlagen
in den Jahren 1980 bis 1984
ins Ausland vergeben wurden, nach Ländern**

Länder, in die Lizenzen vergeben wurden	Lizenzen					Länder, in die Lizenzen vergeben wurden	Lizenzen				
	1980	1981	1982	1983	1984		1980	1981	1982	1983	1984
Europa						Amerika					
Belgien/Luxemburg	31	19	37	14	26	Kanada	1	2	8	—	6
Bulgarien	10	26	12	15	23	USA	198	115	150	133	133
Dänemark	62	70	81	76	71	Argentinien	21	13	16	21	33
Finnland	43	51	35	40	61	Brasilien	61	110	55	57	77
Frankreich	169	198	195	129	184	Chile	—	1	1	—	1
Griechenland	31	47	59	43	25	Ecuador	—	—	1	—	—
Großbritannien	90	83	125	93	136	Kolumbien	1	2	—	1	1
Irland	—	—	—	1	—	Mexiko	33	7	7	2	1
Island	1	8	11	3	3	Nicaragua	—	—	1	2	—
Italien	235	242	263	231	224	Niederländ. Antillen	1	—	—	—	—
Jugoslawien	82	75	44	34	38	Panama ohne Kanalzone ...	—	—	1	—	—
Niederlande	257	270	272	196	221	Peru	1	—	—	—	—
Norwegen	40	39	48	25	30	Venezuela	1	—	—	—	—
Österreich	15	13	7	12	38	Asien					
Polen	31	28	29	31	48	Afghanistan	—	1	—	—	—
Portugal	46	98	72	76	85	China, Volksrepublik	—	1	—	1	4
Rumänien	10	4	11	2	1	Formosa	—	—	4	—	—
Schweden	75	79	58	52	69	Hongkong	—	—	—	1	1
Schweiz	62	53	39	45	54	Indien	1	1	6	5	9
Sowjetunion	18	45	59	72	49	Indonesien	6	4	9	7	15
Spanien	233	236	240	202	218	Iran	—	—	—	—	2
Tschechoslowakei .	9	27	27	17	25	Israel	12	22	15	27	27
Türkei	6	20	23	58	26	Japan	108	105	132	131	136
Ungarn	24	24	31	26	42	Jordanien	—	—	—	12	—
Afrika						Korea, Süd	1	3	5	3	2
Nigeria	—	—	—	1	—	Libanon	—	—	1	—	—
Simbabwe	—	—	—	—	1	Malaysia	—	—	—	—	2
Südafrikanische Republik	12	14	10	12	5	Mongolische Volksrepublik	—	—	—	—	1
						Pakistan	—	—	—	5	—
						Saudi-Arabien	—	—	—	—	1
						Taiwan	1	3	—	3	4
						Thailand	—	2	—	—	—
						Australien					
						Australien	—	—	—	4	1

Quelle: Erhebungen des Börsenvereins des deutschen Buchhandels

Lizenzen, die von hiesigen Verlagen in den Jahren 1981 bis 1984 ins Ausland vergeben wurden,
nach Sprachen

Sprache ¹⁾	1981		1982		1983		1984	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Englisch	191	8,8	291	13,2	236	12,3	276	12,8
Niederländisch	282	13,1	286	13,0	201	10,5	230	10,6
Spanisch	257	11,9	257	11,7	224	11,7	227	10,5
Italienisch	240	11,1	260	11,8	220	11,5	226	10,5
Französisch	204	9,4	227	10,3	139	7,2	208	9,6
Portugiesisch	208	9,6	127	5,8	132	6,9	162	7,5
Japanisch	100	4,6	132	6,0	120	6,3	134	6,2
Dänisch	69	3,2	80	3,6	75	3,9	77	3,6
Schwedisch	78	3,6	56	2,5	51	2,6	74	3,4
Russisch	40	1,9	56	2,5	68	3,5	50	2,3
Polnisch	28	1,3	29	1,3	31	1,6	49	2,3
Finnisch	53	2,5	34	1,5	40	2,1	42	1,9
Ungarisch	24	1,1	31	1,4	27	1,4	42	1,9
Norwegisch	39	1,8	48	2,2	26	1,3	36	1,7
Serbokroatisch	47	2,2	28	1,3	20	1,0	26	1,2
Türkisch	20	0,9	19	0,9	52	2,7	26	1,2
Griechisch (Neu-)	46	2,1	58	2,6	40	2,1	25	1,2
Bulgarisch	26	1,2	12	0,6	15	0,8	23	1,1
Hebräisch (Neu-)	22	1,0	15	0,7	27	1,4	22	1,0
Katalanisch	1	0,1	1	0,1	3	0,2	22	1,0
Tschechisch	18	0,8	18	0,8	14	0,7	17	0,8
Indonesisch	4	0,2	6	0,3	6	0,3	15	0,7
Slowenisch	50	2,3	16	0,7	14	0,7	10	0,5
Andere Sprachen ²⁾	114	5,3	113	5,2	140	7,3	141	6,5
Insgesamt...	2 161	100,0	2 200	100,0	1 921	100,0	2 160	100,0

¹⁾ Sprache, in die 1984 mehr als 10 Lizenzen vergeben wurden.

²⁾ Einschließlich Lizenzen ohne Übersetzung; insgesamt wurden Lizenzen in 45 Sprachen vergeben.

Quelle: Erhebungen des Börsenvereins des deutschen Buchhandels 1981 bis 1984.

Tabelle 53

**Marktanteile deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste
im Bereich der Tagespresse 1983**

Nachrichtenagentur/Sitz der Hauptredaktion für den deutschen Dienst	Marktanteil im März 1983			
	beliebteste Publizistische Einheiten ¹⁾		erreichte Verkaufsauflage	
	Anzahl	in % der Gesamtzahl (126)	Millionen Exemplare	in % der Gesamt- auflage (21,28 Mio.)
1. Deutsche Presseagentur (dpa), Hamburg	124	98,4	21,17	99,5
2. The Associated Press (AP), Frankfurt/M.	73	57,9	16,87	79,3
3. Deutscher Depeschen Dienst (ddp), Bonn	30	23,8	5,95	28,0
4. Reuter (rtr), Bonn ²⁾	28	22,2	10,48	49,2
5. Agence France Press (AFP), Paris	8	6,3	6,98	32,8

¹⁾ Zeitungen/Zeitungsgemeinschaften, deren Redaktion im Regelfall alle Sparten, mindestens aber den allgemeinen politischen Teil, den sogenannten Zeitungsmantel, selbst redigiert (hier einschließlich „Handelsblatt“).

²⁾ Die erst 1978 gegründete deutsche Tochtergesellschaft der Agentur Reuter hat (wie die deutsche AP-Tochter) ihren Sitz in Frankfurt a. M.

Quelle: Unveröffentlichte Umfrageergebnisse von Hansjoachim Höhne aus dem Jahre 1983.

Tabelle 54

Nachrichtenagenturen und ihre Kunden 1983

Agenturkunden	Tageszeitungen (Publizistische Einheiten) ¹⁾	aktuelle Sonntags- zeitungen	Zeitschriften	Rundfunk- und Fernseh- anstalten	sonstige Kunden
insgesamt ...	126	2	.	14	.
davon Bezieher von					
dpa	124	2	13	14	133
ddp	30	—	4	12	12
AP	73	2	9	14	8
rtr	28	2	—	14	7
AFP	8	—	—	8	3
SD	8	2	2	—	—
ADN	2	—	—	—	5
TASS	—	—	—	2	2

dpa = Deutsche Presse-Agentur

ddp = Deutscher Depeschen Dienst

AP = The Associated Press

rtr = Reuter

AFP = Agence France Presse

SD = Springer Auslandsdienst (SAD)/Springer Inlandsdienst (ASD)

ADN = Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst

TASS = Telegrafnoje Aгенstwo Sowjetskowo Sojusa

¹⁾ hier einschließlich „Handelsblatt“

Quelle: Hansjoachim Höhne: Report über Nachrichtenagenturen, Baden-Baden 1984, S. 257 (m. w. Nachweisen für frühere Jahre) sowie unveröffentlichte Umfrageergebnisse dieses Verfassers.

Tabelle 55

**Verkaufsauflage der Publizistischen Einheiten in der Tagespresse
und Anzahl der abonnierten Nachrichtendienste 1983**

Verkaufsauflage der Publizistischen Einheit	Anzahl der Agenturen, von denen Nachrichtendienste im Abonnement bezogen werden				
	1	2	3	4 und mehr	insge- samt
I.	— absolut —				
bis 50 000	27	13	2	0	42
50 000 bis 100 000	5	20	3	0	28
100 000 bis 200 000	2	15	12	3	32
200 000 bis 300 000	1	9	4	1	15
über 300 000	0	3	3	3	9
Tagespresse ¹⁾ insgesamt	35	60	24	7	126
II.	— in % der Gesamtzahl —				
bis 50 000	64	31	4,8	0	100
50 000 bis 100 000	18	71	11	0	100
100 000 bis 200 000	6,3	47	38	9,4	100
200 000 bis 300 000	6,7	60	27	6,7	100
über 300 000	0	33	33	33	100
Tagespresse insgesamt	28	48	19	5,6	100

¹⁾ einschließlich „Handelsblatt“

Quelle: Hansjoachim Höhne, Report über Nachrichten-Agenturen, Baden-Baden 1984, S. 261 sowie eigene Errechnungen.

Tabelle 56

Kinowirtschaftliche Daten 1936 bis 1984¹⁾

Textspalte	Deutsches Reich	Bundesrepublik Deutschland			
	1936	1949	1965	1975	1984
Einwohnerzahl ²⁾	67,3 Mio.	49,2 Mio.	58,6 Mio.	61,8 Mio.	61,2 Mio.
Filmtheaterbesucher	362 Mio.	467 Mio.	320 Mio.	128,1 Mio.	112,1 Mio.
Ortsfeste Filmtheater	5 259	3 360	5 209	3 094	3 611
Sitzplätze	1 928 000	1 270 000	2 143 000	1 138 000	784 000
Durchschnittlicher Eintrittspreis	0,78 RM	0,88 DM	2,08 DM	4,89 DM	7,21 DM
Ur- und erstaufgeführte Spielfilme	176	371	373	323	310
Deutsche Spielfilme	112	62	56	58	75
Ausländische Spielfilme	64	192	317	265	235
Reprisen	—	117	—	—	—

Quellen:

¹⁾ Filmstatistische Taschenbücher der SPIO 1957, 1961, 1966 und 1985

²⁾ Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1966 und 1985

Tabelle 57

**Unternehmen, Beschäftigte, Umsatz und Kosten in der Filmwirtschaft 1973 bis 1983
im Überblick**

Unternehmen ¹⁾	Berichts- jahr	Unter- nehmen am 31. Dezem- ber	Beschäftigte am 31. Dezember ²⁾		Umsatz	Kosten
			insgesamt	darunter teilzeit- beschäftigte Arbeit- nehmer		
			Anzahl			
Filmherstellung	1973	327	2 811	374	346,2	360,7
	1974	339	2 706	332	371,7	399,5
	1975	337	2 593	319	400,7	435,3
	1976	364	2 690	328	442,5	594,2
	1977	426	2 856	346	526,9	760,2
	1978	459	2 540	356	562,9	803,2
	1979	511	2 706	448	617,9	823,7
	1981	603	3 047	456	824,0	965,3
	1983	615	3 008	396	836,2	855,1
Filmverleih und -vertrieb	1973	120	1 637	354	340,7	345,8
	1974	127	1 594	303	368,3	371,4
	1975	130	1 481	259	384,2	382,9
	1976	138	1 363	265	435,7	433,6
	1977	146	1 358	256	424,0	404,8
	1978	165	1 323	245	471,2	474,1
	1979	166	1 366	261	568,2	573,3
	1981	189	1 656	259	816,6	.
	1983	185	1 599	.	881,6	.
darunter: uneingeschränkt Auskunftspflichtige ³⁾	1981	135	1 576	233	813,6	758,8
	1983	137	1 505	189	878,4	851,9
Filmtheater	1973	1 640	15 447	7 245	612,9	558,4
	1974	1 580	15 652	7 434	653,5	606,6
	1975	1 510	15 032	7 323	658,8	620,8
	1976	1 479	14 662	7 415	630,6	603,5
	1977	1 427	14 941	7 977	714,9	659,5
	1978	1 394	15 040	8 215	826,3	741,9
	1979	1 367	15 361	8 524	949,2	847,8
	1981	1 292	15 700	8 753	1 044,4	.
	1983	1 196	14 683	.	966,9	.
darunter: uneingeschränkt Auskunftspflichtige ³⁾	1981	859	14 140	7 937	1 010,5	938,1
	1983	777	13 123	7 932	934,4	898,6
Filmtechnische Betriebe	1973	55	2 809	158	139,3	146,0
	1974	50	2 657	228	150,2	149,6
	1975	52	2 594	178	166,1	164,7
	1976	59	2 701	196	195,9	191,2
	1977	56	2 831	180	221,3	224,7
	1978	73	3 312	186	278,9	269,8
	1979	75	3 421	188	308,3	295,7
	1981	76	3 103	145	332,5	321,5
	1983	96	2 978	119	339,7	336,3

¹⁾ Zuordnung nach dem Schwerpunkt der filmwirtschaftlichen Tätigkeit.

²⁾ Bei Filmherstellung ohne die nicht ständig Beschäftigten.

³⁾ Unternehmen mit 150 000 DM und mehr Jahresumsatz.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 58

Eingehenderer filmwirtschaftlicher Gesamtüberblick 1977 bis 1983

Gegenstand der Nachweisung	Einheit	1977	1979	1981	1983
Filmherstellung					
Unternehmen	Anzahl	426	511	603	615
Beschäftigte	Anzahl	2 856	2 706	3 047	3 008
Umsatz	Mio. DM	526,9	617,9	824,0	836,2
Kosten	Mio. DM	760,2	823,7	965,3	855,1
Bestandsveränderung des Filmvermögens ...	Mio. DM	+ 3,4	+ 21,2	+ 29,7	- 9,1
Hergestellte Filme					
insgesamt	Anzahl	6 987	8 778	9 618	9 577
davon Kinofilme	Anzahl	1 109	1 677	2 445	1 993
Fernsehfilm(e)	Anzahl	4 996	6 092	6 061	6 033
sonstige Filme	Anzahl	882	1 009	1 112	1 551
mit einer Vorführdauer					
von 59 Minuten und mehr	Anzahl	245	299	322	326
von weniger als 59 Minuten	Anzahl	6 742	8 479	9 296	9 251
Filmverleih und Filmvertrieb					
Unternehmen	Anzahl	146	166	189	185
Beschäftigte	Anzahl	1 358	1 366	1 656	1 599
Umsatz	Mio. DM	424,0	568,2	816,6	881,6
Kosten	Mio. DM	404,8	573,3	758,8 ^{a)}	851,9 ^{a)}
Bestandsveränderung des Filmvermögens ...	Mio. DM	+ 25,2	+ 18,8	+ 6,7 ^{a)}	+ 62,7 ^{a)}
Erworbene Auswertungsrechte	Anzahl	3 591	4 180	6 118	5 913
mit einer Vorführdauer					
von 59 Minuten und mehr	Anzahl	2 146	2 455	2 800	2 400
von weniger als 59 Minuten	Anzahl	1 445	1 725	3 318	3 513
Filmtheater¹⁾					
Unternehmen	Anzahl	1 376	1 311	1 243	1 155
Beschäftigte	Anzahl	14 354	14 726	15 209	14 260
Spielstellen	Anzahl	2 698	2 853	3 144	3 192
Sitzplätze	1 000	819,5	760,5	707,0	648,6
Vorstellungen	1 000	2 227,2	2 552,5	2 924,6	3 144,6
Verkaufte Eintrittskarten	Mio.	111,1	130,5	126,3	112,4
Umsatz	Mio. DM	685,8	914,5	1 013,8	947,7
darunter: Eintrittskartenerlös	Mio. DM	569,1	751,5	814,3	764,4
Kosten	Mio. DM	634,2	819,3	913,3 ²⁾	881,8 ²⁾
Sitzplätze je Spielstelle	Anzahl	304	267	225	203
Vorstellungen je Spielstelle	Anzahl	826	895	930	985
Verkaufte Eintrittskarten je Vorstellung ...	Anzahl	50	51	43	36
Erlös je verkaufter Eintrittskarte	DM	5,12	5,76	6,45	6,80
Erlös je Vorstellung	DM	255	294	278	243
Filmtechnische Betriebe					
Unternehmen	Anzahl	56	75	76	96
Beschäftigte	Anzahl	2 831	3 421	3 103	2 978
Umsatz	Mio. DM	221,3	308,3	332,5	339,7
Kosten	Mio. DM	224,7	295,7	321,5	336,3
Rohfilmverbrauch	Mio. m	118,2	215,9	136,2	93,0

1) Unternehmen, die ausschließlich oder überwiegend ortsfeste Filmtheater betreiben.

2) Nur uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen.

Tabelle 59

Filmherstellung 1975 bis 1983 nach Anzahl und Vorführdauer der Filme

Jahr Unternehmensart	Unternehmen	Hergestellte Filme					
		insgesamt	mit einer Vorführdauer von ... bis unter ... Minuten				
			59 und mehr	30 bis 59	16 bis 30	1 bis 16	unter 1
1975	337	5 475	193	303	614	1 366	2 999
1977	426	6 987	245	370	697	1 676	3 999
1979	511	8 778	299	495	800	2 064	5 120
1981	603	9 618	322	563	798	2 462	5 473
1983	615	9 577	326	594	900	2 430	5 327
davon (1983) Hersteller von							
Kinofilmen	123	179	102	4	13	59	1
Fernsehfilmen	225	3 100	189	409	428	1 289	785
Werbefilmen	71	5 261	6	45	108	618	4 484
sonstigen Filmen ¹⁾ .	196	1 037	29	136	351	464	57

¹⁾ Einschließlich Synchronhersteller.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 60

Anteil des deutschen Films an den uraufgeführten Spielfilmen 1974 bis 1984

Uraufführungsjahr	Spielfilme ¹⁾ uraufgeführt insgesamt	Davon	
		deutsch	deutsch/ ausländische Coproduktionen
1974	77	59	18
1975	55	36	19
1976	60	42	18
1977	52	38	14
1978	57	50	7
1979	65	53	12
1980	49	37	12
1981	76	60	16
1982	70	57	13
1983	77	69	8
1984	75	62	13

¹⁾ Einschließlich abendfüllender Kinder- und Jugendfilme.

Quelle: Filmstatistische Taschenbücher der SPIO (1984 bis 1985)

Umsatz der Filmhersteller 1975 bis 1983

in Mio. DM

Unternehmensart Jahr	Umsatz aus Filmherstellung				Umsatz		
	zusammen	darunter für			insgesamt	darunter	
		Kino- auswertung	Rundfunk- und Fern- seh- anstalten	sonstige Auftrag- geber		mit dem Ausland, der DDR, Berlin (Ost)	aus Video- auswertung
Filmhersteller insgesamt							
1975	337,8	24,9	183,6	81,7	400,7	42,1	.
1977	441,4	20,3	217,1	122,8	526,9	68,8	.
1979	548,8	46,0	290,8	141,8	617,9	59,5	.
1981	736,2	51,6	361,0	153,8	824,0	152,3	10,7
1983	712,0	34,8	380,9	177,3	836,2	86,9	24,0
darunter:							
Kinofilmhersteller							
1975	44,9	22,7	4,1	—	48,7	19,0	.
1977	81,1	17,2	8,3	7,8	85,5	46,6	.
1979	87,5	43,0	2,5	1,6	95,4	38,2	.
1981	183,6	35,0	24,1	1,0	191,0	118,0	5,1
1983	109,5	31,3	18,4	4,6	115,6	44,9	5,6
Fernsehfilmhersteller							
1975	199,3	0,2	176,9	5,0	237,2	18,0	.
1977	231,0	2,1	202,8	8,2	282,5	14,8	.
1979	311,9	1,4	281,4	11,5	337,3	15,1	.
1981	380,0	8,9	325,7	24,6	414,4	18,3	0,9
1983	408,6	1,6	351,2	13,8	469,7	36,1	5,3
Werbefilmhersteller							
1975	52,1	0,6	—	47,2	54,0	2,3	.
1977	81,2	0,2	1,4	73,8	83,7	3,4	.
1979	94,1	0,2	3,4	84,8	97,3	3,0	.
1981	93,5	1,6	5,4	80,6	96,9	4,9	0,6
1983	118,8	0,9	6,6	105,6	127,4	3,1	0,9

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 62

Filmherstellung 1983
1 Unternehmen, Beschäftigte, hergestellte Filme, Umsatz und Kosten

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM Land	Unter- neh- men	Be- schäf- tigte	Hergestellte Filme						Umsatz		Kosten ¹⁾
			ins- ge- samt	mit einer Vorführdauer von ... bis unter ... Minuten					insgesamt	darunter aus Film- her- stellung	
	59 und mehr	30 bis 59		16 bis 30	1 bis 16	unter 1					
	Anzahl						1 000 DM				
Alle Unternehmen											
Insgesamt	615	3 008	9 577	326	594	900	2 430	5 327	836 173,2	711 952,5	855 147,0
Kinofilmhersteller											
ohne Umsatz	7	14	7	7	—	—	—	—	—	—	58 787,0
unter 100 000	41	62	17	14	2	—	1	—	1 607,2	1 466,9	6 151,9
100 000 bis 250 000 ..	22	42	11	11	—	—	—	—	3 762,8	3 536,4	6 922,0
250 000 bis 500 000 ..	10	15	6	6	—	—	—	—	3 604,5	3 144,4	14 028,8
500 000 bis 1 Mio. ...	12	40	42	10	2	5	24	1	8 271,1	8 080,9	10 222,1
1 Mio. und mehr	31	122	96	54	—	8	34	—	98 336,2	93 272,0	77 631,5
Zusammen ...	123	295	179	102	4	13	59	1	115 581,8	109 500,5	173 743,3
Bayern	78	159	60	57	2	—	1	—	75 028,5	74 226,0	127 501,2
Berlin (West)	25	75	28	25	—	—	3	—	30 220,8	27 208,3	28 871,4
übrige Länder	20	61	91	20	2	13	55	1	10 332,5	8 066,2	17 370,7
Fernsehfilmhersteller											
ohne Umsatz	6	8	2	—	—	—	2	—	—	—	2 181,1
unter 100 000	41	58	88	1	12	9	57	9	1 881,2	1 799,0	4 241,2
100 000 bis 250 000 ..	48	102	257	5	42	33	87	90	7 981,2	7 697,6	9 854,9
250 000 bis 500 000 ..	47	116	564	11	66	51	427	9	17 146,9	16 267,0	18 388,8
500 000 bis 1 Mio. ...	16	70	418	11	25	17	355	10	11 123,5	10 770,5	11 949,9
1 Mio. bis 5 Mio.	45	251	1 066	58	72	116	153	667	102 371,8	99 578,7	107 876,8
5 Mio. und mehr	22	762	705	103	192	202	208	—	329 185,4	272 440,1	286 646,1
Zusammen ...	225	1 367	3 100	189	409	428	1 289	785	469 690,1	408 552,9	441 138,8
Hamburg	26	97	180	35	73	36	26	10	55 156,7	54 551,3	56 009,5
Nordrhein-Westfalen	35	120	346	14	34	84	169	45	36 396,3	34 200,1	33 425,5
Hessen	23	82	871	11	31	14	121	694	17 846,7	17 757,4	19 940,6
Bayern	90	787	861	78	218	161	371	33	290 408,4	237 913,3	261 416,9
Berlin (West)	32	145	154	40	23	76	12	3	50 989,2	46 289,0	50 890,0
übrige Länder	19	136	688	11	30	57	590	—	18 892,8	17 841,9	19 456,2
darunter: Fernsehfilmhersteller mit Langfilmen											
Zusammen ...	75	931	867	185	238	199	235	10	371 301,4	313 118,1	343 533,8
Werbefilmhersteller											
unter 500 000	22	54	445	—	8	14	103	320	4 800,0	4 062,8	5 095,5
500 000 bis 1 Mio. ...	14	58	303	2	28	11	128	134	9 523,2	8 920,1	8 630,1
1 Mio. und mehr	35	406	4 513	4	9	83	387	4 030	113 078,7	105 772,2	106 891,6
Zusammen ...	71	518	5 261	6	45	108	618	4 484	127 401,8	118 755,0	120 617,2
Hamburg	16	95	518	—	4	9	85	420	37 926,8	34 998,8	35 543,4
Nordrhein-Westfalen	9	54	292	—	2	10	54	226	11 747,5	11 316,3	11 534,9
Bayern	20	139	728	—	31	15	64	618	35 175,1	33 849,7	33 018,6
Berlin (West)	9	42	262	2	—	4	126	130	6 728,8	6 401,2	6 592,2
übrige Länder	17	188	3 461	4	8	70	289	3 090	35 823,7	32 189,0	33 928,1
Sonstige Filmhersteller											
unter 250 000	101	183	146	5	19	60	61	1	7 901,7	7 416,9	12 162,9
250 000 und mehr ...	70	429	889	24	117	289	403	56	79 980,3	67 698,2	73 038,8
Zusammen ...	171	612	1 035	29	136	349	464	57	87 882,0	75 115,1	85 201,8
Synchronhersteller											
Zusammen ...	25	216	2	—	—	2	—	—	35 617,5	29,0	34 446,0

¹⁾ Ohne Kostenanteile an inländischen Gemeinschaftsproduktionen.

Quelle: Filmstatistik

Filmherstellung 1983
2 Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unter- neh- men am 31. De- zem- ber	Ständig Beschäftigte am 31. Dezember				Personalkosten ¹⁾			
		ins- ge- samt	tätige Inha- ber, Mitin- haber u. ä.	Arbeitnehmer		ins- gesamt	für ständig beschäf- tigte Arbeit- nehmer	je Arbeit- nehmer ²⁾	Gagen, Honorare für nicht ständig Beschäf- tigte
				zu- sam- men	dar- unter Teil- zeitbe- schäf- tigte				
		Anzahl				1 000 DM		DM	1 000 DM
Alle Unternehmen									
Insgesamt	615	3 008	348	2 660	396	305 825,2	122 544,1	51 145	183 281,1
darunter: Kinofilmhersteller									
ohne Umsatz	7	14	6	8	—	18 150,1	364,1	45 510	17 786,0
unter 100 000	41	62	27	35	15	1 652,4	514,8	20 590	1 137,7
100 000 bis 250 000	22	42	14	28	9	2 184,4	714,8	32 471	1 470,0
250 000 bis 500 000	10	15	3	12	3	845,0	566,9	56 689	278,1
500 000 bis 1 Mio.	12	40	4	36	7	3 238,1	1 047,2	33 423	2 191,0
1 Mio. und mehr	31	122	15	107	23	21 590,3	5 250,5	57 283	16 339,7
Zusammen ...	123	295	69	226	57	47 660,3	8 457,8	44 988	39 202,5
Fernsehfilmhersteller									
ohne Umsatz	6	8	2	6	—	614,2	99,1	16 511	515,1
unter 100 000	41	58	24	34	8	1 212,3	473,7	16 527	738,6
100 000 bis 250 000	48	102	31	71	29	1 793,2	868,7	16 816	924,4
250 000 bis 500 000	47	116	21	95	23	5 868,2	2 339,9	29 374	3 528,2
500 000 bis 1 Mio.	16	70	7	63	12	4 688,1	2 200,1	40 002	2 488,0
1 Mio. und mehr	45	251	18	233	27	40 947,9	12 611,2	58 657	28 336,7
5 Mio. und mehr	22	762	8	754	35	120 339,0	44 748,2	61 244	75 590,7
Zusammen ...	225	1 367	111	1 256	134	175 462,7	63 340,9	54 293	112 121,8
darunter: Fernsehfilmhersteller mit Langfilmen									
Zusammen ...	75	931	31	900	63	140 791,6	50 767,0	59 169	90 024,6
Werbefilmhersteller									
unter 500 000	22	54	18	36	13	1 075,8	660,7	24 174	415,1
500 000 bis 1 Mio.	14	58	2	56	6	2 382,7	1 764,2	33 927	618,5
1 Mio. und mehr	35	406	16	390	34	35 872,4	22 879,2	62 285	12 993,1
Zusammen ...	71	518	36	482	53	39 330,8	25 304,1	56 652	14 026,8

¹⁾ Einschließlich gesetzlicher und sonstiger Sozialkosten.

²⁾ 3 Teilzeitbeschäftigte = 1 Vollbeschäftigter.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 64

Filmherstellung 1983
3 Unternehmen, Sachanlagen und Filmvermögen

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unter- neh- men am 31. De- zem- ber	Sachanlagen				Filmvermögen			
		Anfangs- bestand	Zugänge	Abgänge und Abschrei- bungen	End- bestand	Anfangs- bestand	Zugänge	Abgänge und Abschrei- bungen	End- bestand
		1 000 DM							
Alle Unternehmen									
Insgesamt	615	80 311,7	26 186,0	19 598,4	86 899,4	159 005,7	176 172,3	185 291,6	149 886,5
darunter: Kinofilmhersteller									
ohne Umsatz	7	126,2	150,9	77,3	199,9	3 103,3	—	—	3 103,3
unter 100 000	41	408,8	26,8	62,6	373,0	599,1	162,0	268,9	492,2
100 000 bis 250 000	22	475,6	232,0	252,5	455,1	809,1	694,9	143,2	1 360,8
250 000 bis 500 000	10	78,3	41,8	37,5	82,5	331,7	3,0	—	334,7
500 000 bis 1 Mio.	12	855,4	89,3	139,4	805,4	1 364,7	1 147,5	520,9	1 991,3
1 Mio. und mehr	31	2 315,1	622,6	702,5	2 235,2	13 721,2	15 326,3	16 958,3	12 089,2
Zusammen ...	123	4 259,4	1 163,4	1 271,8	4 151,1	19 929,1	17 333,6	17 891,3	19 371,5
Fernsehfilmhersteller									
ohne Umsatz	6	121,1	45,7	51,3	115,4	391,5	264,9	76,2	580,2
unter 100 000	41	452,8	201,7	228,3	426,2	1 244,9	132,8	193,5	1 184,1
100 000 bis 250 000	48	2 421,8	567,0	514,4	2 474,4	1 497,0	3 765,7	984,3	4 278,5
250 000 bis 500 000	47	1 952,9	1 180,7	909,1	2 224,6	1 358,7	3 209,6	1 069,8	3 498,5
500 000 bis 1 Mio.	16	1 436,8	913,9	701,2	1 649,5	555,4	2 048,3	2 246,2	3 574
1 Mio. und mehr	45	7 174,9	5 305,9	2 408,2	10 072,6	26 689,1	24 087,5	16 458,0	34 318,6
5 Mio. und mehr	22	42 226,8	4 218,0	4 241,0	42 203,8	89 655,2	115 487,3	137 887,6	67 254,9
Zusammen ...	225	55 787,1	12 432,8	9 053,5	59 166,4	121 391,8	148 996,1	158 915,6	111 472,2
darunter: Fernsehfilmhersteller mit Langfilmen									
Zusammen ...	75	46 091,4	5 881,4	5 574,5	46 398,4	109 615,2	129 532,2	146 140,8	93 006,7
Werbefilmhersteller									
unter 500 000	22	834,9	420,8	431,7	824,0	80,1	99,3	80,9	98,5
500 000 bis 1 Mio.	14	1 796,8	449,6	515,6	1 730,9	165,9	273,4	—	439,3
1 Mio. und mehr	35	7 152,8	5 145,7	3 283,9	9 014,6	3 525,2	3 076,7	2 148,2	4 453,7
Zusammen ...	71	9 784,6	6 016,1	4 231,2	11 569,5	3 771,3	3 449,4	2 229,1	4 991,6

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 65

Herkunftsländer der Filme und Bestand von Auswertungsrechten 1975 bis 1983

Jahr	Unternehmen am 31. Dezember	Erworbenere Auswertungsrechte an Filmen mit einer Vorführdauer von 59 Minuten und mehr							Bestand an Auswertungsrechten am 31. Dezember	
		insgesamt	Herstellungsland ¹⁾						insgesamt	darunter ur- und erstaufgeführt
			Bundesrepublik Deutschland	USA	Großbritannien	Frankreich	Italien	andere Länder		
Filmverleihunternehmen (ohne Schmalfilmverleihunternehmen)										
1975	77	746	84	195	41	73	122	231	7 188	534
1977	85	759	118	175	42	113	114	197	5 535	472
1979	94	926	155	211	30	115	148	267	6 177	490
1981 ²⁾	71	755	137	190	20	98	150	160	6 135	614
1983 ²⁾	63	585	125	222	20	75	69	74	6 171	
Filmvertriebsunternehmen										
1975	29	814	181	280	54	99	70	130	6 948	
1977	35	1 200	161	619	41	94	49	236	8 748	25
1979	44	1 288	337	473	43	146	89	200	9 457	28
1981 ²⁾	47	1 739	425	474	66	211	230	333	12 307	61
1983 ²⁾	59	1 596	198	646	133	196	225	198	14 058	

1) Gemäß den Feststellungen des Bundesamtes für gewerbliche Wirtschaft.

2) Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 66

Verleihumsatz¹⁾ 1980 bis 1984 nach Herstellungsländern der Filme

Filme aus Herstellungsland	Verleihumsatz im Kalenderjahr									
	1980		1981		1982		1983		1984	
	in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %
Bundesrepublik Deutschland ...	28,5	9,3	62,9	18,7	33,9	11,3	45,7	14,1	50,5	16,8
Österreich	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0
USA	169,1	54,9	177,8	52,9	166,7	55,4	194,9	60,4	197,3	65,8
Großbritannien	21,3	6,9	22,2	6,6	14,5	4,8	26,3	8,2	9,8	3,3
Frankreich	19,7	6,4	22,5	6,7	35,3	11,7	23,7	7,3	17,5	5,8
Italien	42,6	13,8	28,2	8,4	28,9	9,6	19,9	6,2	15,3	5,1
Sonstige Länder	26,7	8,7	22,6	6,7	21,5	7,1	12,4	3,8	9,5	3,2
Insgesamt ...	308,0	100	336,2	100	301,1	100	323,0	100	300,1	100

1) Einnahmen aus Filmmiete von FSK-geprüften oder JK-begutachteten Filmen.

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch der SPIO (1985).

Tabelle 67

Filmverleih und Filmvertrieb 1983
1 Unternehmen, Beschäftigte, erworbene Auswertungsrechte, Umsatz und Kosten

Unternehmensgliederung Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM Unternehmen in ... Verleihbezirken Land	Unter- nehmen	Beschäftigte	Erworbene Auswertungsrechte		Umsatz	Kosten
			insgesamt	an Filmen mit einer Vorführ- dauer von 59 Minuten und mehr		
	am 31. Dezember	Anzahl		1 000 DM		
Alle Unternehmen						
Eingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen	48	94	163	120	3 218,8	.
Uneingeschränkt auskunfts- pflichtige Unternehmen	137	1 505	5 750	2 280	878 404,8	851 936,7
davon:						
Filmverleihunternehmen ¹⁾	63	715	610	585	386 923,1	382 288,4
Filmvertriebsunternehmen	59	635	5 034	1 596	474 060,3	454 680,9
Filmvermittlung	7	33	—	—	4 293,2	4 401,2
Schmalfilmverleihunternehmen ..	8	122	106	99	13 128,1	10 566,2
Insgesamt ...	185	1 599	5 913	2 400	881 623,5	.
darunter: Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen und zwar: Filmverleihunternehmen¹⁾						
150 000 bis 500 000	19	64	124	124	6 107,0	6 857,1
500 000 bis 1 Mio.	14	79	98	95	10 627,2	11 387,9
1 Mio. bis 5 Mio.	16	103	135	129	30 799,9	31 135,7
5 Mio. und mehr	14	469	253	237	339 389,0	332 907,8
Zusammen ...	63	715	610	585	386 923,1	382 288,4
Filmvertriebsunternehmen						
150 000 bis 500 000	11	21	64	62	2 770,7	3 596,2
500 000 bis 1 Mio.	7	15	129	81	5 823,7	5 511,4
1 Mio. bis 5 Mio.	25	101	806	449	53 782,3	46 651,5
5 Mio. und mehr	16	498	4 035	1 004	411 683,6	398 921,8
Zusammen ...	59	635	5 034	1 596	474 060,3	454 680,9

¹⁾ Ohne Schmalfilmverleihunternehmen.

Quelle: Filmstatistik

Filmverleih und Filmvertrieb 1983
2 Leistung der Unternehmen
2.1 Erwerb von Auswertungsrechten nach der Vorführdauer

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM Unternehmen in ... Verleihbezirken	Unter- nehmen am 31. De- zember	Erworbene Auswertungsrechte an Filmen mit einer Vorführdauer von ... bis unter ... Minuten						
		59 und mehr				30 bis 59	16 bis 30	unter 16
		zusammen	davon					
			zu Fest- preisen	mit	ohne			
			Garantie					
Alle Unternehmen								
unter 150 000	48	120	22	2	96	14	6	23
150 000 und mehr	137	2 280	1 220	524	536	883	2 352	235
Insgesamt ...	185	2 400	1 242	526	632	897	2 358	258
darunter:								
Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen								
und zwar:								
Filmverleihunternehmen (ohne Schmalfilmverleihunternehmen)								
150 000 bis 500 000	19	124	58	7	59	—	—	—
500 000 bis 1 Mio.	14	95	16	26	53	2	—	1
1 Mio. bis 5 Mio.	16	129	39	29	61	—	2	4
5 Mio. und mehr	14	237	9	113	115	—	—	16
Zusammen ...	63	585	122	175	288	2	2	21
darunter:								
MPEA-Unternehmen ¹⁾	3	71	—	4	67	—	—	3
in 1 Verleihbezirk	8	57	4	11	42	—	—	4
2 bis 4 Verleihbezirken	16	130	31	27	72	—	—	—
5 Verleihbezirken	39	398	87	137	174	2	2	17
Filmvertriebsunternehmen								
150 000 bis 500 000	11	62	41	—	21	2	—	—
500 000 bis 1 Mio.	7	81	11	54	16	32	16	—
1 Mio. bis 5 Mio.	25	449	335	2	112	71	92	194
5 Mio. und mehr	16	1 004	623	289	92	772	2 239	20
Zusammen ...	59	1 596	1 010	345	241	877	2 347	214
darunter Unternehmen mit Schwerpunkt								
— Übertragung von Fernseh- rechten	16	675	593	18	64	839	2 297	194
— Video	23	750	307	327	116	27	29	4

noch Tabelle 68

**2.2 Herkunftsländer und Bestand von Auswertungsrechten
— Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen —**

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM Unternehmen in ... Verleihbezirken Auswertungsrechte nach Art des Erwerbs	Unter- neh- men am 31. De- zember	Erworbene Auswertungsrechte an Filmen mit einer Vorführdauer von 59 Minuten und mehr							Bestand an Auswer- tungs- rechten am 31. De- zember
		ins- ge- samt	Herstellungsland ²⁾						
			Bundes- republik Deutsch- land	USA	Groß- britan- nien	Frank- reich	Italien	andere Länder	
Filmverleihunternehmen (ohne Schmalfilmverleihunternehmen)									
150 000 bis 500 000	19	124	26	32	2	27	16	21	719
500 000 bis 1 Mio.	14	95	27	26	4	9	10	19	794
1 Mio. bis 5 Mio.	16	129	23	37	3	20	27	19	1 191
5 Mio. und mehr	14	237	49	127	11	19	16	15	3 467
Zusammen ...	63	585	125	222	20	75	69	74	6 171
darunter:									
MPEA-Unternehmen ¹⁾	3	71	6	53	4	1	2	5	2 415
in 1 Verleihbezirk	8	57	4	11	1	12	20	9	369
2 bis 4 Verleihbezirken	16	130	12	39	4	25	25	25	1 615
5 Verleihbezirken	39	398	109	172	15	38	24	40	4 187
zu Festpreisen	×	122	31	34	3	14	18	22	×
mit Garantie	×	175	30	66	9	25	29	16	×
ohne Garantie	×	288	64	122	8	36	22	36	×
Filmvertriebsunternehmen									
150 000 bis 500 000	11	62	9	25	—	1	21	6	147
500 000 bis 1 Mio.	7	81	15	31	20	13	1	1	249
1 Mio. bis 5 Mio.	25	449	57	127	9	27	127	102	2 204
5 Mio. und mehr	16	1 004	117	463	104	155	76	89	11 458
Zusammen ...	59	1 596	198	646	133	196	225	198	14 058
darunter Unternehmen mit Schwerpunkt									
— Übertragung von Fernseh- rechten	16	675	69	260	69	84	121	72	10 552
— Video	23	750	78	342	64	112	77	77	2 592

¹⁾ Es handelt sich um drei (auf dem Markt führende) amerikanische Verleihunternehmen, die alle der Motion Picture Export Association of America angehören, nämlich die Twentieth-Century-Fox, United-International-Pictures und Warner/Columbia.

²⁾ Gemäß den Feststellungen des Bundesamtes für gewerbliche Wirtschaft.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 69

**Ortsfeste Filmtheater, Sitzplätze je Filmtheater
und je 1 000 Einwohner
1975 bis 1984**

Ende des Kalender- jahres	Ortsfeste Film- theater insgesamt	Sitzplätze		
		Anzahl in 1 000	je Film- theater	je 1 000 Ein- wohner
1975	3 094	1 138	368	18,5
1976	3 092	1 086	351	17,6
1977	3 072	1 015	331	16,6
1978	3 110	980	315	16,0
1979	3 196	932	292	15,2
1980	3 454	910	271	14,8
1981	3 486	880	252	14,3
1982	3 598	846	235	13,7
1983	3 664	821	224	13,4
1984	3 611	784	217	12,8

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch der SPIO (1985)

Tabelle 70

Filmtheater 1983
Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten
— Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen —

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM mit ... Spielstellen	Unter- nehmen am 31. De- zember	Beschäftigte am 31. Dezember				Personalkosten ¹⁾	
		ins- gesamt	Tätige Inhaber, Mitin- haber u. ä.	Arbeitnehmer		insgesamt	je Arbeit- nehmer ²⁾
				zusam- men	dar- unter Teilzeit- beschäf- tigte		
		Anzahl				1 000 DM	DM
Filmtheaterunternehmen³⁾							
150 000 bis 250 000	144	878	166	712	613	4 241,1	13 982
250 000 bis 500 000	228	1 850	265	1 585	1 236	14 408,5	18 934
500 000 bis 1 Mio.	196	2 593	179	2 414	1 690	28 315,1	21 995
1 Mio. bis 2 Mio.	117	2 503	112	2 391	1 627	32 695,7	25 029
2 Mio. bis 5 Mio.	57	1 861	49	1 832	879	34 528,8	27 712
5 Mio. bis 10 Mio.	14	964	8	956	327	20 618,8	27 939
10 Mio. und mehr	8	2 102	3	2 099	855	41 523,6	27 157
Zusammen ...	764	12 771	782	11 989	7 227	176 331,6	24 590
Davon mit							
1 Spielstelle	217	1 634	221	1 413	1 064	14 957,1	21 256
2 Spielstellen	219	2 159	247	1 912	1 379	21 341,0	21 499
3 bis 5	240	3 721	242	3 479	2 350	44 624,3	23 335
6 bis 10	58	1 898	56	1 842	1 008	30 237,3	25 844
11 bis 15	13	568	10	558	304	9 707,6	27 320
16 und mehr	17	2 791	6	2 785	1 122	55 464,4	27 228
Zusammen ...	11	348	10	338	228	4 263,3	22 921
Autokinounternehmen							

1) Einschließlich gesetzlicher und sonstiger Sozialkosten.

2) 3 Teilzeitbeschäftigte = 1 Vollbeschäftigter.

3) Unternehmen, die ausschließlich oder überwiegend ortsfeste Filmtheater betreiben.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 71

Filmtheater 1983

Unternehmen, Spielstellen, Sitzplätze, Vorstellungen, verkaufte Eintrittskarten und Eintrittskartenerlös
— Uneingeschränkt auskunftspflichtige Unternehmen —

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM mit ... Spielstellen	Unter- neh- men	Spiel- stel- len	Sitzplätze ¹⁾		Vorstellungen		Verkaufte Eintrittskarten		Eintrittskartenerlös ²⁾		
			ins- gesamt	je Spiel- stelle	insgesamt	je Spiel- stelle	insgesamt	je Vor- stel- lung	insgesamt	je Vor- stel- lung	je ver- kaufte Ein- tritts- karte
	am 31. Dezember										
	Anzahl								1000 DM	DM	
Filmtheaterunternehmen³⁾											
150 000 bis 250 000	144	208	38 787	186	107 513	517	4 016 973	37	23 475,9	218	5,84
250 000 bis 500 000	228	434	84 206	194	297 673	686	10 970 051	37	65 892,4	221	6,01
500 000 bis 1 Mio.	196	547	105 944	194	491 939	899	17 475 103	35	112 074,1	228	6,41
1 Mio. bis 2 Mio.	117	486	96 195	198	479 914	987	20 456 662	43	134 191,9	280	6,56
2 Mio. bis 5 Mio.	57	414	93 242	225	542 929	1 311	20 089 436	37	141 066,6	260	7,02
5 Mio. bis 10 Mio.	14	232	46 454	200	309 409	1 334	10 152 145	33	76 280,2	247	7,51
10 Mio. und mehr	8	424	90 856	214	757 180	1 786	24 293 806	32	184 625,1	244	7,60
Zusammen ...	764	2 745	555 685	202	2 986 557	1 088	107 454 176	36	737 606,2	247	6,86
Davon mit											
1 Spielstelle	217	217	57 981	267	204 518	942	9 977 836	49	59 702,0	292	5,98
2 Spielstellen	219	438	87 617	200	362 959	829	14 160 085	39	90 993,9	251	6,43
3 bis 5	240	898	168 738	188	798 808	890	29 828 678	37	197 175,9	247	6,61
6 bis 10	58	418	87 084	208	457 915	1 095	17 422 775	38	122 325,0	267	7,02
11 bis 15	13	158	27 859	176	182 603	1 156	5 284 051	29	36 148,1	198	6,84
16 und mehr	17	616	126 406	205	979 754	1 591	30 780 751	31	231 261,1	236	7,51
Autokinounternehmen											
Zusammen ...	11	12	9 239	770	8 381	698	1 783 258	213	10 888,8	1 299	6,11

1) Bei Autokinounternehmen Stellplätze.

2) Ohne Umsatzsteuer.

3) Unternehmen, die ausschließlich oder überwiegend ortsfeste Filmtheater betreiben.

Quelle: Filmstatistik

Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen, Beschäftigte und Personalkosten

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Un- ter- neh- men am 31. De- zem- ber	Ständig Beschäftigte am 31. Dezember				Personalkosten ¹⁾			
		ins- ge- samt	Tätige Inha- ber Mitin- haber u. ä.	Arbeitnehmer		ins- ge- samt	für ständig beschäf- tigte Ar- beitneh- mer	je Arbeits- nehmer ²⁾	Gagen, Honorare und sonstige Vergütun- gen für nicht ständig Beschäf- tigte
				zu- sam- men	dar- unter Teil- zeit- be- schäf- tigte				
Alle Unternehmen									
Insgesamt	96	2 978	47	2 931	119	157 544,4	144 451,8	50 655	13 092,7
darunter:									
Unternehmen mit Schwerpunkt Vermietung von Raum, Personal und Ausstattung									
unter 250 000	11	15	5	10	4	174,7	140,1	19 120	34,5
250 000 bis 1 Mio.	10	57	8	49	15	1 849,4	1 594,7	40 890	245,7
1 Mio. bis 5 Mio.	12	200	6	194	10	9 455,3	8 379,3	44 730	1 078,0
5 Mio. und mehr	5	1 114	—	1 114	25	74 647,7	64 196,0	58 502	10 451,7
Zusammen ...	38	1 386	19	1 367	54	86 127,0	74 310,2	55 830	11 816,9
Unternehmen mit Schwerpunkt Kopier- und Entwicklungsarbeiten									
unter 1 Mio.	10	29	7	22	5	797,2	769,4	41 233	27,8
1 Mio. und mehr	18	1 291	3	1 288	32	59 736,1	59 056,7	46 624	679,4
Zusammen ...	28	1 320	10	1 310	37	60 533,3	59 826,1	46 545	707,2

¹⁾ Einschließlich gesetzlicher und sonstiger Sozialkosten.

²⁾ 3 Teilzeitbeschäftigte = 1 Vollbeschäftigter.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 73

Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen und Umsatzarten
1 Alle Unternehmen

Unternehmen mit Schwerpunkt	Unternehmen am 31. Dezember	Umsatz						
		insgesamt	davon aus					
			Vermietung von Raum, Personal, Ausstattung	Kopier- und Entwicklungsarbeiten	sonstige filmtechnische Leistungen	Filmherstellung	Film-Synchronisation	sonstigem Umsatz
Anzahl	1 000 DM							
Vermietung von Raum, Personal, Ausstattung	38	151 566,0	109 285,0	.	406,2	21 216,9	7 018,1	.
Kopier- und Entwicklungsarbeiten	28	155 696,1	2 444,0	115 818,7	10 980,6	1 434,8	93,3	24 924,8
Sonstige filmtechnische Leistungen	30	32 481,2	382,4	.	21 363,7	519,4	7 195,9	.
Insgesamt ...	96	339 743,3	112 111,3	120 158,0	32 750,4	23 171,0	14 307,3	37 245,2

2 Unternehmen mit Schwerpunkt Vermietung von Raum, Personal und Ausstattung

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unternehmen am 31. Dezember	Umsatz						
		insgesamt	darunter aus					Film-synchronisation
			Vermietung von Raum, Personal, Ausstattung			Filmherstellung		
			zusammen	darunter für		zusammen	darunter für Rundfunkanstalten	
Film-aufnahme	Tonaufnahme, Synchronisation							
Anzahl	1 000 DM							
unter 250 000	11	623,0	524,6	82,7	256,3	11,6	—	—
250 000 bis 1 Mio.	10	5 335,4	4 925,2	3 564,2	1 141,8	—	—	—
1 Mio. bis 5 Mio.	12	22 149,9	19 021,0	7 865,5	9 355,8	462,5	—	—
5 Mio. und mehr	5	123 457,7	84 814,1	75 636,1	4 472,5	20 742,9	17 879,0	7 018,1
Insgesamt ...	38	151 566,0	109 285,0	87 148,5	15 226,4	21 216,9	17 879,0	7 018,1

noch Tabelle 73

3 Unternehmen mit Schwerpunkt Kopier- und Entwicklungsarbeiten

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unter- nehmen am 31. De- zember	Umsatz							
		ins- gesamt	darunter aus						son- stigen filmtech- nischen Lei- stun- gen ¹⁾
			Kopier- und Entwicklungsarbeiten für Kunden						
			zu- sammen	darunter für				Video- Über- spie- lung	
				35 mm	16 mm	8 mm			
Anzahl	1 000 DM								
unter 1 Mio.	10	3 098,8	2 470,5	407,2	684,1	185,4	915,0	29,5	
1 Mio. und mehr	18	152 597,3	113 348,3	34 308,0	48 046,2	5 357,3	25 288,3	10 951,1	
Insgesamt ...	28	155 696,1	115 818,7	34 715,2	48 730,3	5 542,7	26 203,3	10 980,6	

1) Ohne Vermietung von Raum, Personal, Ausstattung.

4 Unternehmen mit Schwerpunkt sonstige filmtechnische Leistungen

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unter- nehmen am 31. De- zember	Umsatz					
		ins- gesamt	darunter aus				
			Vermietung von Raum, Personal, Ausstattung		sonstigen filmtech- nischen Leistun- gen ¹⁾	Film- her- stellung	Film- synchro- nisation
			zu- sammen	darunter für Ton- aufnah- me, Synchro- nisation			
		Anzahl	1 000 DM				
unter 250 000	14	1 913,2	210,9	80,2	1 586,6	0,7	1,9
250 000 und mehr	16	30 568,0	171,6	60,9	19 777,0	518,7	7 194,0
Insgesamt ...	30	32 481,2	382,4	141,1	21 363,7	519,4	7 195,9

1) Ohne Kopier- und Entwicklungsarbeiten.

Quelle: Filmstatistik

Tabelle 74

Filmtechnische Betriebe 1983
Unternehmen und Kostenarten

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Unter- nehmen am 31. De- zember	Kosten					
		ins- gesamt	Personal- kosten ¹⁾	Materialverbrauch			
				zu- sammen	davon		
					Rohfilm	Magnet- band	sonstiger Material- verbrauch
Anzahl	1 000 DM						
Alle Unternehmen							
Insgesamt	96	336 283,7	157 544,4	63 447,1	29 485,4	19 734,7	14 226,9
Unternehmen mit Schwerpunkt Vermietung von Raum, Personal und Ausstattung							
unter 250 000	11	1 064,6	174,7	54,1	4,0	14,7	35,4
250 000 bis 1 Mio.	10	5 042,2	1 849,4	526,4	43,8	102,0	380,6
1 Mio. bis 5 Mio.	12	21 622,3	9 455,3	2 536,4	567,7	717,9	1 250,7
5 Mio. und mehr	5	121 022,1	74 647,7	6 912,9	1 930,5	375,2	4 607,2
Zusammen ...	38	148 751,2	86 127,0	10 029,8	2 546,0	1 209,9	6 273,9
Unternehmen mit Schwerpunkt Kopier- und Entwicklungsarbeiten							
unter 1 Mio.	10	3 715,6	797,2	976,7	524,3	283,6	168,7
1 Mio. und mehr	18	152 596,5	59 736,1	48 425,5	26 052,7	16 603,2	5 769,6
Zusammen ...	28	156 312,1	60 533,3	49 402,2	26 577,0	16 886,8	5 938,4
Unternehmen mit Schwerpunkt sonstige filmtechnische Leistungen							
unter 250 000	14	1 450,7	509,5	256,9	66,7	57,5	132,7
250 000 und mehr	16	29 769,7	10 374,5	3 758,2	295,7	1 580,5	1 881,9
Zusammen ...	30	31 220,4	10 884,1	4 015,1	362,4	1 638,0	2 014,7

Unternehmen mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM	Kosten				
	Mieten und Pachten	Fremd- kapital- zinsen	betriebs- bedingte Steuern	steuerliche Abschrei- bungen	sonstige Kosten
	1 000 DM				
Alle Unternehmen					
Insgesamt	11 959,8	5 947,4	3 801,5	25 892,6	67 691,0
Unternehmen mit Schwerpunkt Vermietung von Raum, Personal und Ausstattung					
unter 250 000	177,4	82,8	6,9	122,2	446,5
250 000 bis 1 Mio.	598,0	152,3	99,1	451,0	1 366,1
1 Mio. bis 5 Mio.	1 500,2	966,4	507,6	2 505,7	4 150,8
5 Mio. und mehr	2 588,4	317,1	1 732,8	7 770,8	27 052,6
Zusammen ...	4 864,0	1 518,7	2 346,3	10 849,6	33 015,9
Unternehmen mit Schwerpunkt Kopier- und Entwicklungsarbeiten					
unter 1 Mio.	596,9	67,3	36,2	443,0	798,2
1 Mio. und mehr	3 630,4	2 512,9	1 164,0	11 251,8	25 875,9
Zusammen ...	4 227,2	2 580,2	1 200,3	11 694,8	26 674,1
Unternehmen mit Schwerpunkt sonstige filmtechnische Leistungen					
unter 250 000	157,5	29,7	21,4	115,2	360,4
250 000 und mehr	2 711,1	1 818,8	233,5	3 233,0	7 640,6
Zusammen ...	2 868,6	1 848,5	254,9	3 348,2	8 001,0

1) Aufgliederung der Personalkosten siehe Tab. 2.

Quelle: Filmstatistik

Deutsche Filmförderungsmittel 1983
(Angaben in DM)

	Gesamt	Drehbuch	Produktion	Verleih Inland	Kino	Export	Aus- bildung	Sonstiges
FFA aus Filmabgabe .	27 813 022	269 060	19 285 279	1 883 420	4 264 128	629 206	269 060	1 212 869
aus Uf.-Mitteln ..	5 500 000			2 000 000	3 000 000	500 000		
aus Landes- und Bundesmitteln ...	1 400 000				900 000	500 000		
aus Film-/Fern- sehabkommen ...	3 500 000	500 000	3 000 000					
BMI	7 300 000		6 100 000	250 000	500 000			450 000
Kuratorium	2 387 300	Ist 1982						
			1 620 250	648 000	107 500	246 500		38 950
Bayern	8 865 000	Ist 1982						
		(616 000)	(13 000 000)	(470 000)	(200 000)			(258 000)
Berlin	12 500 000		12 500 000					
Hamburg	5 900 000		5 400 000					500 000
NRW	900 000		560 000	240 000				100 000

Anmerkungen:

Nicht erfaßt sind Zuschüsse für Filmhochschulen, Filmarchive, kommunale Kinos u. a. Einrichtungen sowie die Beiträge der Rundfunkanstalten nach dem Film-/Fernsehabkommen (12 Mio. DM jährlich).

FFA: Produktion/Filmabgabe, darin enthalten für Kurzfilmproduktion 1 345 300 DM.

BMI: Produktion einschließlich Drehbuchförderung.

Kuratorium: Die Aufteilung der Mittel auf die einzelnen Förderungsarten ist im Wirtschaftsplan nicht festgelegt. Angegeben sind die Ausgaben 1982 (insgesamt 2 661 200 DM). In der Produktionsförderung sind 468 000 DM zur Kinderfilmförderung in Berlin enthalten (Mittel des Berliner Kultursenators.)

Bayern: Die Aufteilung der Mittel auf die einzelnen Förderungsarten ist nicht festgelegt. 1982 standen insgesamt 14 286 000 DM zur Verfügung.

Berlin: Aufgrund einer Verpflichtungsermächtigung können Kreditaufträge bis zu dieser Gesamthöhe erteilt werden.

Hamburg: 2,4 Mio. DM kulturelle, 3 Mio. DM wirtschaftliche Filmförderung, Sonstiges, Zuschuß ans Filmhaus.

NRW: Die Aufteilung der Mittel auf Produktions- und Vertriebsmaßnahmen ist geschätzt. 100 000 DM dienen zur teilweisen Unterhaltung des Filmbüros Mülheim.

Quelle: Der Beauftragte des Berliner Senats für Filmförderung Dr. Hubert Ortkemper, zitiert nach Manager-Magazin Nr. 6/84, Seite 90 (auf Grund der Wiedergabe im „Förderungsbericht der Filmförderungsanstalt für die Jahre 1981, 1982, 1983“).

Tabelle 76

Verleihumsatz 1965 bis 1983
— Prozentuale einheimische Marktanteile nach Ländern —

Land	1965	1975	1980	1981	1982	1983
Bundesrepublik Deutschland	28,8	12,9	9,3	18,7	11,3	14,1
Frankreich	54,7	52,4	47,7	50,5	53,7	47,0
Italien	45,1	59,3	43,5	44,1	46,1	39,5
Großbritannien	30,0	21,0	25,0	12,8	15,0 ¹⁾
USA	95,0	98,0	97,0 ¹⁾
Japan	44,4	54,9	54,5	51,1	52,6
Indien	95,0	.

¹⁾ geschätzt

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch der SPIO (1985)

Tabelle 77

Gewerbliche Filmtheater nach Ländern 1965 bis 1983

Land	1965	1975	1980	1981	1982	1983
Bundesrepublik Deutschland ²⁾	5 209	3 094	3 354	3 486	3 598	3 664
Frankreich	5 283	3 650	4 540	4 572 ¹⁾	4 709 ¹⁾	4 894
Italien	4 869	4 718	3 900	3 307	2 800	.
Großbritannien	1 971	1 530	1 576	1 528	1 432	1 303
EG	19 316	14 517	16 142	15 756	14 180	.
USA	13 190	15 030	17 600	18 040	18 020	18 884
Japan	4 649	2 443	2 364	2 298	2 267	2 239
Indien	5 447	9 017	10 813	11 239	11 754	.

¹⁾ Hiervon zeigen über 2 700 Filmtheater mehr als sechs Vorstellungen die Woche

²⁾ nur als ortsfeste Filmtheater.

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch der SPIO (1985)

Tabelle 78

Filmbesuch in Millionen nach Ländern 1965 bis 1983

Land	1965	1975	1980	1981	1982	1983
Bundesrepublik Deutschland	320,4	128,1	143,8	141,3	124,5	125,3
Frankreich	259,1	181,7	174,8	187,6	200,5	197,1
Italien	663,6	513,0	242,0	215,0	195,0	162,0
Großbritannien	326,6	121,0	96,1	86,1	60,2	65,7
EG	1 681,0	1 015,9	762,8	733,9	644,1	.
USA	1 031,5	1 032,8	1 022,0	1 067,0	1 200,0	1 197,0
Japan	372,7	174,0	164,4	149,0	155,0	170,4
Indien	2 260,0	3 830,0	4 380,0	4 560,0	4 750,0	4 700,0

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch der SPIO (1985)

Stückumsätze von Schallplatten und bespielten Tonbändern¹⁾ 1969 bis 1984

Tonträgergruppe	Anzahl relative Änderung	Jahr ²⁾									
		1969	1973	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Langspielplatten	Mio. Stück	36,6	57,6	96,6	112,5	119,9	119,1	111,1	101,9	91,7	81,1
	Index ³⁾	100	157	264	307	100	99	93	85	76	68
	Jahres- zuwachs in %	.	+ 2,5	+ 17,5	+ 14,3	.	- 0,7	- 6,7	- 8,3	- 9,0	- 11,6
Andere Schall- platten (Singles)	Mio. Stück	34,6	43,7	39,8	46,5	50,9	48,9	47,3	54,7	62,1	55,5
	Index ³⁾	100	126	115	134	100	96	93	107	122	109
	Jahres- zuwachs in %	.	- 2,5	+ 1,5	+ 16,8	.	- 3,9	- 3,3	+ 15,6	+ 13,5	- 10,6
Bespielte Tonbänder (Musikkassetten)	Mio. Stück	1,2	7,8	40,2	47,2	46,4	47,5	47,6	51,1	53,1	52,0
	Index ³⁾	100	650	3 350	3 933	100	102	103	110	114	112
	Jahres- zuwachs in %	.	+ 27,0	+ 41,1	+ 17,4	.	+ 2,4	+ 0,2	+ 7,4	+ 3,9	- 2,1
Kompaktschall- platten	Mio. Stück	—	—	—	—	—	—	—	—	0,9	3,0

1) Fast nur Musikkassetten (1969 ausschließlich)

2) Bis 1978 Inlandsabsatz über Handel und Clubs, ohne „sonstige“ Umsätze. Ab 1979 Inlandsabsatz über alle Vertriebswege.

3) Aufgrund der geänderten Systematik (s. Anm. 2) wurden die Werte für 1979 wieder = 100 gesetzt. Die Indizes der folgenden Jahre beziehen sich auf diese Basis.

Quelle: Wirtschaftsberichte 1969, 1973, 1977 bis 1984 und Auskünfte des BUNDESVERBANDES der PHONOGRAPHISCHEN WIRTSCHAFT e. V., Hamburg, an die Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung, München (vgl. deren — unveröffentlichte — Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1982/83, S. 244). AfK- und eigene Errechnungen.

Tabelle 80

Stückumsätze von Tonträgern nach Vertriebswegen 1969 bis 1984

Vertriebsweg/ Tonträgergruppe	Anzahl/ Anteil ¹⁾	Jahr									
		1969	1973	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Herkömmlicher Handel:											
Langspielplatten	Mio. Stück	31,7	49,5	86,0	100,4	98,2	96,9	88,1	78,9	68,7	63,6
	in %	41	42	46	45	45	45	43	38	33	33
Bespielte Tonbänder ²⁾	Mio. Stück	.	7,1	35,3	41,4	37,4	38,8	40,8	41,8	41,9	39,3
	in %	.	6	19	19	17	18	20	20	20	21
Andere Schallplatten (Singles)	Mio. Stück	33,9	43,7	39,8	46,5	47,8	45,0	43,4	45,1	50,8	49,6
	in %	44	37	21	21	22	21	21	22	24	26
Kompaktschallplatten	Mio. Stück	—	—	—	—	—	—	—	—	0,9	2,9
	in %	—	—	—	—	—	—	—	—	0,4	1,5
Herkömmlicher Handel gesamt	Mio. Stück	65,6	100,3	161,1	188,3	183,4	180,7	172,3	165,8	162,3	155,4
	in %	85	85	86	85	84	84	84	80	78	81
Clubs/Mailorder³⁾:											
Langspielplatten	Mio. Stück	4,9	8,1	10,6	12,1	13,0	12,8	23,0	23,0	23,0	17,5
	in %	6	7	6	6	6	6	11	11	11	9
Bespielte Tonbänder ²⁾	Mio. Stück	.	0,7	3,9	5,8	6,0	5,6	6,8	9,3	11,2	12,7
	in %	.	1	2	3	3	3	3	4	5	7
Andere Schallplatten (Singles)	Mio. Stück	0,7	0,2	—	—	—	—	3,9	9,6	11,3	5,9
	in %	1	0	—	—	—	—	2	5	5	3
Kompaktschallplatten	Mio. Stück	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0,1
	in %	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0
Clubs/Mailorder gesamt	Mio. Stück	5,6	9,0	14,5	17,9	19,0	18,4	33,7	41,9	45,5	36,2
	in %	7	8	8	8	9	9	16	20	22	19
Sonstige Vertriebs- wege/Lohnpressungen											
Langspielplatten	Mio. Stück	1,7	6,3 ³⁾	6,3	7,4	8,7	9,4
	in %	2	5	3	3	4	4
Bespielte Tonbänder ²⁾	Mio. Stück	.	.	2,7	5,8	3,0	3,1
	in %	.	.	1	3	1	1
Andere Schallplatten (Singles)	Mio. Stück	2,8	2,1	2,2	2,1	3,2	3,9
	in %	4	2	1	1	2	2
Sonstige Vertriebswege gesamt	Mio. Stück	4,5	8,4	11,2	15,3	14,9	16,4
	in %	6	7	6	7	7	8
Inland gesamt⁴⁾ ...	Mio. Stück	76,9	117,7	186,8	221,5	217,3	215,5	206,0	207,7	207,8	191,6
	in %	98	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹⁾ Die Prozentwerte beziehen sich auf die Gesamtumsätze Inland.

²⁾ Die bespielten Tonbänder (fast ausschließlich Musikkassetten) werden erst seit 1972 nach Vertriebswegen untergliedert ausgewiesen.

³⁾ Ab 1981 einschließlich „sonstige Vertriebswege/Lohnpressungen“.

⁴⁾ Auch für 1969 einschließlich bespielter Tonbänder. Entsprechende Inlandsstückumsätze 1969: 1,2 Mio.

Stückumsätze für Clubs/Mailorder 1977 und 1978 nach Auskünften des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft.

Stückumsätze für „sonstige“ Vertriebswege/Lohnpressungen 1977 bis 1980 nach Auskunft des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft.

Quelle: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München (AfK) und Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e. V., Hamburg, und eigene Errechnungen

Stückumsätze von Tonträgern im Handel nach Preisgruppen 1969 bis 1984

Tonträger-/ Preisgruppe	Anzahl/ relative Änderung ⁴⁾	Jahr									
		1969	1973	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Langspielplatten: Normalpreis ¹⁾	Mio. Stück	14,3	24,3	45,5	56,3	61,9	62,6	60,8	55,8	49,1	44,5
	Jahres- zuwachs in %	.	+ 7,5	+ 18,5	+ 23,7	+ 9,9	+ 1,1	- 2,9	- 8,2	- 12,0	- 9,4
Langspielplatten: Niedrigpreis ²⁾	Mio. Stück	17,4	25,2	40,5	44,1	36,3	34,3	27,3	23,1	19,6	19,1
	Jahres- zuwachs in %	.	- 4,5	+ 22,4	+ 8,9	- 17,7	- 5,5	- 20,4	- 15,4	- 15,2	- 2,6
Bespielte Tonbänder ³⁾ : Normalpreis ¹⁾	Mio. Stück	.	5,6	12,8	18,3	14,2	16,5	16,0	14,5	14,3	12,6
	Jahres- zuwachs in %	.	+ 19,1	+ 24,3	+ 43,0	- 22,4	+ 16,2	- 3,0	- 9,4	- 1,4	- 12
Bespielte Tonbänder ³⁾ : Niedrigpreis ²⁾	Mio. Stück	.	1,5	22,5	23,1	21,5	22,3	24,8	27,3	27,6	26,7
	Jahres- zuwachs in %	.	+ 50,0	+ 49,0	+ 2,7	- 6,9	+ 3,7	+ 11,2	+ 10,1	+ 1,1	- 3,3

¹⁾ Tonträger mit einem unverbindlichen Richtpreis über 12,80 DM (bis 1971: über 10,00 DM).

²⁾ Tonträger mit einem unverbindlichen Richtpreis unter 12,81 DM (bis 1971: unter 10,01 DM).

³⁾ Bespielte Tonbänder werden erst seit 1972 nach Preisgruppen untergliedert ausgewiesen; es handelt sich fast nur um Musikkassetten.

⁴⁾ Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % (aus gerundeten Zahlen errechnet).

Quelle: Wirtschaftsberichte des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft e. V., Hamburg, 1970, 1973, 1978 bis 1984, AfK und eigene Berechnungen.

Tabelle 82

Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Landesrundfunkanstalten 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
	in Mio. DM						
Erträge aus Rundfunkgebühren (Hörfunk und Fernsehen) ohne ZDF-Anteile	1 941,7	2 455,0	2 513,9	2 563,2	2 614,5	3 001,7	3 400,3
Kostenerstattungen	411,7	608,6	560,4	514,3 ³⁾	524,6	567,7	607,2
Erträge aus Gewinnabführungserträgen und Beteiligungen vor Abzug der Steuern	— ¹⁾	— ¹⁾	— ¹⁾	192,7	243,0	275,1	327,4
Sonstige betriebliche Erträge	82,8	79,7	76,0	387,2 ⁴⁾	470,0 ⁵⁾	501,8	630,8
Betriebliche Erträge	2 436,2	3 143,3	3 150,3	3 657,4	3 852,1	4 346,3	4 965,8 ²⁾
Betriebliche Aufwendungen	2 853,2	3 072,4	3 356,9	3 819,6 ⁴⁾	3 972,9	4 182,6	4 551,9
(darunter Personalaufwendungen)	(1 375,4)	(1 489,7)	(1 621,7)	(1 745,5)	(1 798,5)	(1 856,8)	(1 885,3)
Betriebsergebnis	%. 416,9 ²⁾	+ 71,0 ²⁾	%. 206,6	%. 162,2	%. 120,8	+ 163,7	+ 413,9
Neutrale Erträge	393,8	407,3	405,7	285,1	171,2	248,3	106,9
Neutrale Aufwendungen	223,4	275,8	263,4	166,6	110,7	57,8	81,8
Saldo der neutralen Ergebnisse	+ 170,4	+ 131,6 ²⁾	+ 142,3	+ 118,5	+ 60,5	+ 190,5	+ 25,1
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- u. Ertragsrechnungen	%. 246,5	+ 202,5 ²⁾	%. 64,3	%. 43,7	%. 60,3	+ 354,2	+ 439,0

¹⁾ Für die Jahre vor 1981 werden die Erträge aus Beteiligungen (im wesentlichen an Gesellschaften für Rundfunkwerbung) nach Abzug der Steuern unter den neutralen Erträgen ausgewiesen, und zwar 1978: 99,3, 1979: 71,4 und 1980: 103,4 Mio. DM.

²⁾ Rundungsdifferenz

³⁾ Der WDR läßt die „Konzessionsabgabe“ seiner Werbefernsehtochtergesellschaft seit 1981 nicht mehr als Kostenerstattung, sondern als gesonderten Ertragsposten erscheinen (1981: 119,5 Mio. DM, 1982: 128,8 Mio. DM, 1983 und 1984: je 130,0 Mio. DM).

⁴⁾ Seit 1981 werden die (früher betriebsneutral verrechneten) Beträge des Finanzausgleichs zwischen den ARD-Anstalten als betrieblicher Aufwand und betrieblicher Ertrag ausgewiesen, und zwar als Ertrag 1981: 89,6 Mio. DM, 1982: 90,2 Mio. DM, 1983: 119,3 Mio. DM, 1984: 148,5 Mio. DM und als Aufwand (hier einschl. Zuwendungen an DLF) 1981: 132,7 Mio. DM, 1982: 134,3 Mio. DM, 1983: 167,3 Mio. DM, 1984: 200,7 Mio. DM.

⁵⁾ Darin seit 1982 Zinserträge (die vorher unter den neutralen Erträgen erschienen) enthalten, und zwar 1982: 141,7 Mio. DM, 1983: 158,5 Mio. DM, 1984: 178,5 Mio. DM.

Quelle: ARD-Jahrbücher

Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Zweiten Deutschen Fernsehens 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984 (Soll)
	in Mio. DM						
Erträge aus Fernseh-Rundfunkgebühren .	508,7	634,6	646,9	657,8	669,3	755,2	829,0
Erträge aus Werbefernsehen	402,4	403,2	443,7	439,4	483,9	484,0	523,2
Sonstige betriebliche Erträge ⁴⁾	20,2	45,8	11,9	66,0	134,9	23,5	248,2
Betriebliche Erträge	931,4 ¹⁾	1 083,5 ¹⁾	1 102,5	1 163,2	1 288,1	1 262,6 ¹⁾	1 600,4
Betriebliche Aufwendungen	848,5	938,5	965,2	1 073,9	1 202,2	1 131,5	1 516,7
(darunter Personalaufwendungen)	(233,9)	(251,3)	(269,4)	(297,1)	(311,8)	(299,1)	(340,8)
Betriebsergebnis	+ 82,9	+ 145,1 ¹⁾	+ 137,3	+ 89,3	+ 85,9	+ 131,1	+ 83,7
Neutrale Erträge ²⁾	22,1	34,5	48,3	86,5	48,3	42,2	32,3
Neutrale Aufwendungen ³⁾	37,8	36,8	59,4	58,8	54,9	41,6	68,8
Saldo der neutralen Ergebnisse	% 15,7	% 2,3	% 11,1	+ 27,7	% 6,6	+ 0,6	% 36,5
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnungen	+ 67,1 ¹⁾	+ 142,8	+ 126,2	+ 117,0	+ 79,3	+ 131,7	+ 47,2

¹⁾ Rundungsdifferenz

²⁾ Ohne Entnahmen aus Rücklagen

³⁾ Ohne Zuweisungen zu Rücklagen oder zum Eigenkapital

⁴⁾ Darin Beträge aus Erhöhung des Programmvorrats: 1978: 10,4 Mio. DM, 1979: 30,3 Mio. DM, 1981: 49,9 Mio. DM, 1982: 117,8 Mio. DM, 1983: 6,9 Mio. DM, 1984: 230,3 Mio. DM

Quelle: Haushaltspläne des ZDF (bis einschließlich 1985)

Tabelle 84

Zuwachsraten der betrieblichen Erträge und Aufwendungen 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1984 gegen 1978
	— im Vergleich zum Vorjahr in % —							
Landesrundfunkanstalten								
Rundfunkgebührenerträge (ohne ZDF-Anteile)	+ 0,7	+26,4	+ 2,4	+ 2,0	+ 2,0	+14,8	+13,3	+ 75,1
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+15,7	+39,2	% 7,5	+71,9	+13,1	+ 7,5	+15,8	+150,3
Erträge aus Gewinnabführungs- verträgen und Beteiligungen vor Abzug der Steuern ¹⁾	—	—	—	—	+26,1	+13,2	+25,7	—
Betriebliche Erträge	+ 3,4	+29,0	+ 0,2	+16,1	+ 5,3	+12,8	+14,3	+103,8
Betriebliche Aufwendungen	+ 8,6	+ 7,7	+ 9,3	+13,8	+ 4,0	+ 5,3	+ 8,8	+ 59,5
(darunter Personalaufwendungen)	(+13,8)	(+ 8,3)	(+ 8,9)	(+ 7,6)	(+ 3,0)	(+ 3,2)	(+ 1,5)	(+ 37,1)
Zweites Deutsches Fernsehen								
Fernsehrundfunk-Gebühren- erträge	+ 0,8	+24,7	+ 1,9	+ 1,7	+ 1,7	+12,8	+ 9,8	+ 63,0
Erträge aus Werbefernsehen und sonstige betriebliche Erträge	+11,7	+ 6,2	+ 2,2	+ 9,6	+22,4	% 18,0	+52,0	+ 82,5
Betriebliche Erträge	+ 5,5	+16,3	+ 1,8	+ 5,5	+10,7	% 2,0	+26,8	+ 71,8
Betriebliche Aufwendungen	+ 5,6	+10,6	+ 2,8	+11,3	+11,9	% 5,9	+34,0	+ 78,8
(darunter Personalaufwendungen)	(+ 2,7)	(+ 7,4)	(+ 7,2)	(+10,3)	(+ 4,9)	(% 4,1)	(+13,9)	(+ 45,7)

¹⁾ vgl. Anmerkung 1 zur Tabelle 82

Quelle: Eigene Errechnungen aus Tabellen 82—83

Tabelle 85

A. Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Deutschen Welle 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
	in Mio. DM						
Zuweisungen des Bundes	180,1	197,7	201,0	220,0	237,6	245,4	233,8
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	4,2	4,9	4,5	3,8	3,9	3,8	3,9
Erträge	184,3	202,6	205,5	223,8	241,5	249,2	237,7
Betriebsaufwendungen	187,7	203,0	219,9	233,3	248,4	241,0	249,5
(darunter Personalaufwendungen)	(81,4)	(88,8)	(98,2)	(104,6)	(109,9)	(114,9)	(117,6)
Betriebsergebnis	-3,4	-0,4	-14,4	-9,5	-6,9	+8,2	-11,8
Neutrale Erträge	1,8	1,8	3,2	3,1	3,0	3,7	2,8
Neutrale Aufwendungen	1,4	0,5	2,2	2,0	1,8	2,5	1,7
Saldo der neutralen Ergebnisse	+0,4	+1,3	+ 1,0	+1,1	+1,2	+1,2	+ 1,1
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnungen	-3,0	+0,7	-13,4	-8,4	-5,7	+9,4	-10,7

noch Tabelle 85

B. Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Deutschlandfunks 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
	in Mio. DM						
Zuweisungen des Bundes und ARD-Finanzhilfe (nur DLF)	94,8	103,6	114,8	118,1	123,0	129,9	130,1
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	3,0	3,5	5,1	8,6	8,1	8,5	8,9
Erträge	97,8	107,1	119,9	126,7	131,1	138,4	139,0
Betriebsaufwendungen	103,3	124,4	130,2	140,5	138,2	150,2	154,4
(darunter Personalaufwendungen)	(49,9)	(57,6)	(58,1)	(61,9)	(58,7)	(66,0)	(68,7)
Betriebsergebnis	-5,5	-17,3	-10,3	-13,8	-7,1	+11,8	-15,4
Neutrale Erträge	3,8	4,7	3,8	18,5	5,1	3,3	3,9
Neutrale Aufwendungen	1,4	1,0	0,9	1,1	1,3	0,9	0,8
Saldo der neutralen Ergebnisse	+2,4	+ 3,7	+ 2,9	+17,4	+3,8	+ 2,4	+ 3,1
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnungen	-3,1	-13,6	- 7,4	+ 3,6	-3,3	- 9,4	-12,3

Quelle: ARD-Jahrbücher (Abweichungen gegenüber den dortigen Angaben in der letzten Stelle der obigen Zahlen — um eine Einheit — sind rundungsbedingt).

Tabelle 86

Zuwachsraten der Erträge und Betriebsaufwendungen 1978 bis 1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1984/1978
	im Vergleich zum Vorjahr in %							
A.								
Deutsche Welle (DW)								
Zuweisungen des Bundes	+ 5,3	+ 9,7	+ 1,6	+ 9,4	+ 7,9	+ 3,2	- 4,8	+ 29,8
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+19,9	+16,6	- 8,2	-15,6	+ 2,6	- 2,6	+ 2,6	- 7,2
Erträge	+ 5,6	+ 9,9	+ 1,4	+ 8,9	+ 7,9	+ 3,1	- 4,7	+ 28,9
Betriebsaufwendungen	+ 0,9	+ 8,1	+ 8,3	+ 6,0	+ 6,4	- 3,0	+ 3,5	+ 32,9
(darunter Personalaufwendungen)	(+ 7,6)	(+ 9,0)	(+10,5)	(+ 6,5)	(+ 5,0)	(+ 4,5)	(+ 2,3)	(+ 44,4)
B.								
Deutschlandfunk (DLF)								
Zuweisungen des Bundes und ARD-Finanzhilfe	+ 4,9	+ 9,2	+10,8	+ 2,8	+ 4,1	+ 5,6	+ 0,1	+ 37,2
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+ 3,4	+16,6	+45,7	+68,6	- 5,9	+ 4,9	+ 4,7	+196,6
Erträge	+ 4,9	+ 9,5	+11,9	+ 5,6	+ 3,4	+ 5,5	+ 0,4	+ 42,1
Betriebsaufwendungen	+ 3,5	+20,4	+ 4,6	+ 7,9	- 1,7	+ 8,6	+ 2,7	+ 49,4
(darunter Personalaufwendungen)	(+ 6,8)	(+15,4)	(+ 0,8)	(+ 6,5)	(- 5,2)	(+12,4)	(+ 4,0)	(+ 37,6)

Quelle: Eigene Errechnungen aus Tabelle 85

Tabelle 87

**Änderungen der Personalkostenanteile bei den Rundfunkanstalten
1980 bis 1984**

Rundfunkanstalt	Anteil der Personalkosten an den betrieblichen Aufwendungen					Änderung der Anteile 1984 : 1980 (= 100)	Personal-kosten-zuwachs 1984 : 1980 (= 100)
	1980	1981	1982	1983	1984		
I. Landesrundfunkanstalten (Hörfunk und Fernsehen)							
Bayerischer Rundfunk (BR)	43,4	40,4	41,5	41,9	39,0	% 10,1	+ 17,7
Hessischer Rundfunk (HR)	51,9	51,4	50,1	46,2	45,7	% 11,9	+ 19,1
Norddeutscher Rundfunk (NDR) ..	55,9	49,7	49,2	47,9	42,4	% 24,2	+ 0,9
Radio Bremen (RB)	56,0	51,6	50,8	52,6	49,1	% 12,3	+ 19,2
Saarländischer Rundfunk (SR) ..	47,5	46,7	44,0	43,7	42,4	% 10,7	+ 14,0
Sender Freies Berlin (SFB)	52,4	51,3	48,6	50,1	51,5	% 1,7	+ 21,5
Süddeutscher Rundfunk (SDR) ..	47,1	43,5	44,0	42,3	40,0	% 15,1	+ 16,2
Südwestfunk (SWF)	50,5	50,2	50,0	48,1	42,5	% 15,8	+ 27,6
Westdeutscher Rundfunk (WDR) ..	42,6	41,2	40,6	40,0	37,4	% 12,2	+ 21,2
II. Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) (nur Fernsehen)	27,9	27,7	25,9	26,4	22,5 ¹⁾	% 19,4	+ 26,5
III. Bundesrundfunkanstalten (nur Hörfunk)							
Deutschlandfunk (DLF)	44,6	44,0	42,5	43,9	44,5	% 0,2	+ 18,2
Deutsche Welle (DW)	44,6	44,9	44,2	47,7	47,1	+ 5,6	+ 19,8

¹⁾ Aus Soll-Ansätzen errechnet

Quelle: ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbücher 1981 bis 1985; ZDF-Haushaltsplan 1985 und eigene Errechnungen.

Tabelle 88

**Gesamtaufkommen an Rundfunkgebühren 1970 bis 1984
(einschließlich der auf das ZDF entfallenden Anteile)**

Jahr	Hörfunk		Fernsehen		Rundfunk insgesamt	
	Mio. DM	%	Mio. DM	%	Mio. DM	%
1970	568,1	100	1 158,7	100	1 726,8	100
1974	700,5	123,3	1 576,0	136,0	2 276,5	131,8
1979	974,3	171,5	2 115,3	182,6	3 089,6	178,9
1983	1 239,6	218,2	2 517,3	217,3	3 756,9	217,6
1984	1 447,2	254,7	2 790,2	240,8	4 237,4	245,4

Quelle: Medienbericht 1978, Drucksache 8/2264 S. 84 (für 1970 und 1974); ARD-Jahrbücher 1980 S. 254, 1984 S. 318 und 1985 S. 366 sowie eigene Errechnungen.

**Zahl der Rundfunkteilnehmer/angemeldeten Geräte im Vergleich zu der
Zahl der Haushaltungen 1950 bis 1985**

Jahr	Zahl der Haushaltungen ¹⁾	Hörfunk		Fernsehen	
		Gesamtzahl der Teilnehmer/angemeldeten Geräte ²⁾	Sättigungsgrad	Gesamtzahl der Teilnehmer/angemeldeten Geräte ²⁾	Sättigungsgrad
		Stichtag 1. Januar	in %	Stichtag 1. Januar	in %
1	2	3	4	5	6
1950	16 650 000	7 746 144	46,5	—	—
1955	17 577 000	12 799 871	72,8	84 278	0,5
1960	19 174 500	15 900 447	82,9	3 375 003	17,6
1961	19 460 000	15 891 885	81,7	4 634 762	23,8
1962	20 179 000	16 270 464	80,6	5 887 530	29,2
1963	20 269 000	16 696 460	82,4	7 213 466	35,6
1964	20 720 000	17 099 063	82,5	8 538 570	41,2
1965	21 211 000	17 493 960	82,5	10 023 988	47,3
1966	21 542 000	17 877 920	83,0	11 379 049	52,8
1967	21 670 000	18 232 133	84,1	12 719 599	58,7
1968	21 976 000	18 586 929	84,6	13 805 653	62,8
1969	22 234 000	18 987 819	84,6	14 958 148	67,3
1970	22 861 000	19 368 260	84,7	15 902 578	69,6
1971	22 852 000	19 622 443	85,9	16 674 742	73,0
1972	22 994 000	19 902 213	86,5	17 429 730	75,8
1973	23 233 000	20 289 571	87,3	18 063 892	77,8
1974	23 651 000	20 586 134	87,0	18 468 187	78,0
1975	23 722 000	20 908 462	88,1	18 920 063	79,8
1976	23 943 000	21 125 106	88,2	19 225 029	80,3
1977	24 165 000	21 667 359	89,7	19 877 661	82,3
1978	24 221 000	22 087 952	91,2	20 153 672	83,2
1979	24 486 000	22 284 898	91,0	20 344 838	83,1
1980	24 811 000	22 771 470	91,8	20 763 137	83,7
1981	25 100 000	23 323 023	92,9	21 189 806	84,4
1982	25 336 000	23 748 247	93,7	21 490 547	84,8
1983	(25 336 000)	24 158 484	(95,3)	21 835 778	(86,2)
1984	(25 336 000)	24 604 073	(97,1)	22 132 152	(87,4)
1985	(25 336 000)	25 045 832	(98,9)	22 433 993	(88,5)

¹⁾ 1950: Volkszählung 13. September 1950; 1955: Wohnungszählung (ohne Saarland) vom 25. September 1956; 1960: Erhebung eines Mittelwertes, da statistische Angaben nicht vorhanden; 1961: Volkszählung 6. Juni 1961; 1962: Mikrozensus (MZ) Oktober; 1963 und 1964: MZ jeweils April; 1965: MZ Mai; 1966 bis 1969: MZ jeweils April; 1970: MZ Mai; 1971 und 1972: MZ April; 1973: MZ Mai; 1974: MZ April; 1975 und 1976: MZ Mai; 1977 bis 1980: MZ jeweils April; 1981: MZ Mai; 1982: MZ April. Für 1983 und 1984 liegen dem Statistischen Bundesamt keine Angaben vor, da der Mikrozensus in diesen beiden Jahren als Folge des Volkszählungsurteils des Bundesverfassungsgerichts vom 15. Dezember 1983 (BVerfGE 65,1) nicht durchgeführt worden ist.

²⁾ Mit dem Übergang des Gebühreneinzugs von der Deutschen Bundespost auf die Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland — GEZ — ab 1. Januar 1976 werden nicht mehr die Rundfunkteilnehmer, sondern die anmeldepflichtigen Geräte statistisch erfaßt.

Quelle: Angaben der Deutschen Bundespost, der NDR-Finanzverwaltung, des Statistischen Bundesamtes, ARD-Jahrbuch 1985, S. 363, und eigene Berechnungen.

Tabelle 90

**Ausstattung mit Geräten
der Unterhaltungselektronik 1984**

Von 100 Haushalten verfügen über	
mindestens ein Fernsehgerät	96,4
davon:	
ein Fernsehgerät	78,9
zwei und mehr Fernsehgeräte	17,5
Farbf Fernsehgerät	84,3
Gerät mit Fernbedienung	61,5
tragbares Fernsehgerät	21,3
mindestens ein Radiogerät	95,5
davon:	
ein Radiogerät	24,5
zwei Radiogeräte	29,0
drei Radiogeräte	21,1
vier und mehr Radiogeräte	20,9
davon:	
Hifi-Anlage	55,2
Plattenspieler	71,9
Tonband/Kassettenrecorder	72,8
Videorecorder	12,7
Telespiele	6,4
Telefon	83,9
Fotoapparat	76,4
Diaprojektor	20,4
Filmkamera	11,6
Filmprojektor	9,8
PKW mit Autoradio	55,6
davon:	
mit Kassettenrecorder	31,8

Quelle: Media-Analyse AG/MA Media-Micro-Census 1985.

Tabelle 91

Durchschnittliche Reichweiten der Tageszeitungen und Publikumszeitschriften 1984

	Reichweite bei Bevöl- kerung ab 14 Jahre		Männer		Frauen	
	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%
Zeitungen insgesamt	39,87	82,7	18,99	84,7	20,88	80,9
Lokale und regionale Abonnementszeitungen	34,67	71,9	16,30	72,7	18,37	71,2
Kaufzeitungen	13,65	28,3	7,45	33,2	6,20	24,0
Publikumszeitschriften	46,70	91,4	22,10	91,7	24,6	91,2

Quelle: Media-Analyse AG/MA Media-Micro-Census 1984

Tabelle 92

**Effektive Freizeit nach Altersgruppen
1976 und 1982 in Stunden**

Freizeit	1976	1982	Veränderung 1976/1982 in %
14 bis 24 Jahre ...	4,7	5,9	+ 26
25 bis 34 Jahre ...	4,3	4,8	+ 12
35 bis 44 Jahre ...	4,0	3,5	- 13
45 bis 54 Jahre ...	4,1	4,2	+ 2
55 bis 64 Jahre ...	5,2	6,2	+ 19
65 Jahre und älter	7,8	8,8	+ 13
Insgesamt ...	4,9	5,5	+ 12

Quelle: EMNID, Freizeitbedingungen und Freizeitentwicklungen, 2. und 3. Trenderhebung, Bielefeld 1976 und 1982.

Tabelle 93

**Zeitbudget für Mediennutzung pro durchschnittlichen Werktag 1964 bis 1980
(Montag bis Samstag / Stunden:Minuten)**

	Basis: Gesamtbevölkerung				Basis: Personen in Haushalten mit Fernsehgerät			
	1964	1970	1974	1980	1964	1970	1974	1980
Fernsehen	1:10	1:53	2:05	2:05	1:58	2:10	2:11	2:08
Hörfunk	1:29	1:13	1:53	2:15	1:11	1:11	1:52	2:14
Tageszeitung	0:35	0:35	0:38	0:38	0:34	0:35	0:38	0:38
die drei Medien ¹⁾ gesamt	3:08	3:34	4:26	4:46	3:39	3:50	4:31	4:49

¹⁾ Bei gleichzeitiger Nutzung von zwei Medien wurde für diesen Summenwert nur jeweils ein Medium gezählt.

Quelle: Klaus Berg/Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation II. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 bis 1980. Frankfurt 1982.

Tabelle 94

Zeitbudget für Mediennutzung pro Tag (Montag bis Sonntag) 1983/84 in Minuten

	Gesamt	Männer	Frauen	Altersgruppen						
				14 bis 19	20 bis 29	30 bis 39	40 bis 49	50 bis 59	60 bis 69	70 und mehr
Radio	153	139	165	128	167	176	167	153	146	119
Platten, Kassetten, Tonband	11	13	9	32	17	9	8	5	4	2
Fernsehen	139	136	142	108	112	124	131	151	178	181
Video	4	4	3	7	5	6	3	1	1	1
Telespiel	0	0	0	1	0	0	0	0	—	0

Quelle: Elektronische Medien-Analyse 1983/84, GfK

Tabelle 95

Betätigungspräferenzen in der Freizeit 1984

	Durchschnitt aller Befragten	16 bis 20 Jahre	21 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Fernsehen	66,9	58,6	63,5	64,5	66,7	75,4
Zeitung lesen	65,7	39,1	60,2	64,1	74,8	74,2
Spaziergehen	56,1	33,5	43,7	53,5	61,2	71,9
Zeitschriften lesen	51,5	50,2	49,8	53,5	52,2	50,6
Freunde, Verwandte besuchen	50,6	58,7	62,0	49,2	49,2	41,9
Radio hören	50,0	64,1	57,9	47,6	46,3	44,3
Musik hören	42,6	74,5	60,6	41,3	32,8	27,1
Bücher lesen	41,1	44,0	44,1	44,9	38,8	36,3
Feste feiern	29,1	54,3	42,1	34,0	20,9	12,0
Reisen	28,0	23,2	31,2	30,7	28,6	24,5
Sport treiben	26,6	53,5	44,1	32,7	15,4	7,5
Gut essen gehen	25,7	19,3	36,0	36,0	24,3	12,5
Wandern	21,3	9,7	13,4	22,5	31,3	21,3
Ins Kino gehen	16,5	53,4	32,5	16,9	4,2	0,5
Fotografieren	16,0	13,1	24,1	21,9	14,5	7,3
Videofilme ansehen	12,1	23,4	22,4	13,8	8,8	1,7
Theater besuchen	11,9	6,6	10,4	14,5	14,1	10,6
Konzerte besuchen	9,0	10,3	10,6	9,4	8,4	7,2
Musizieren, Singen	8,8	13,0	9,8	9,3	6,9	7,6
Malen, Zeichnen	6,9	13,4	6,4	8,9	5,5	3,7

Alle Angaben in Prozent: Mehrfachnennungen waren möglich

Quelle: Allensbach-Umfrage 1984.