

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Michael Müller (Düsseldorf), Ingrid Becker-Inglau, Friedhelm Julius Beucher, Lieselott Blunck (Uetersen), Ursula Burchardt, Marion Caspers-Merk, Dr. Marliese Dobberthien, Ludwig Eich, Arne Fuhrmann, Monika Ganseforth, Dr. Liesel Hartenstein, Renate Jäger, Susanne Kastner, Siegrun Klemmer, Horst Kubatschka, Dr. Klaus Kübler, Klaus Lennartz, Heide Mattischeck, Ulrike Mehl, Jutta Müller (Völklingen), Adolf Ostertag, Horst Peter (Kassel), Bernd Reuter, Otto Schily, Dieter Schloten, Horst Schmidbauer (Nürnberg), Regina Schmidt-Zadel, Dietmar Schütz, Ernst Schwanhold, Hans-Günther Toetemeyer, Hans Georg Wagner, Wolfgang Weiermann, Reinhard Weis (Stendal), Dr. Axel Wernitz, Hildegard Wester**

### **Auswirkungen der Postvertriebsgebühren auf die Medienvielfalt**

Am 1. Januar 1993 hat die Deutsche Bundespost die Preise für den Postzeitungsvertrieb erhöht. Die Veränderung der Preisstruktur hat erhebliche medienpolitische Folgen, weil sie die Wettbewerbsbedingungen verändert und zu unterschiedlichen finanziellen Belastungen für die einzelnen Zeitungen/Zeitschriften führt. Im Interesse der Chancengleichheit und des Erhalts der Medienvielfalt ist es deshalb erforderlich, die Auswirkungen der Preispolitik im Postvertrieb zu beachten und gegebenenfalls Änderungen vorzuschlagen.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie haben sich aus der Sicht der Bundesregierung die Preiserhöhungen für den Postzeitungsvertrieb auf die Wettbewerbschancen der Zeitungen ausgewirkt, und ist es dadurch zu Verschiebungen gekommen?
2. Wie unterschiedlich sind die finanziellen Auswirkungen für
  - Zeitungen und Illustrierte;
  - Regional- und „Bundes“-Zeitungen;
  - auflagenstarke und auflagenschwache Zeitungen;
  - anzeigenstarke und anzeigen schwache Zeitungen?
3. Wird durch diese Verfeuerung die Pressekonzentration gefördert, weil zumindest im überregionalen Bereich kleinere Zeitungen nahezu ausschließlich auf den Postvertrieb angewiesen sind?

4. Ist durch die faktische Monopolstellung der Post für den überregionalen Vertrieb kleiner und anzeigen schwächerer Zeitungen eine beträchtliche Wettbewerbsverzerrung zu befürchten?  
Kann dies zu einer Verdrängung von Zeitungen und Zeitschriften aus dem überregionalen Vertrieb führen?
5. Welche zusätzlichen finanziellen Belastungen durch die Versteuerung des Postvertriebs ergeben sich beispielhaft für die Zeitungen/Zeitschriften
  - Spiegel,
  - FR,
  - stern,
  - taz,
  - Natur,
  - Wochenpost,
  - FAZ,
  - DIE ZEIT,
  - GEO,
  - Die Woche?
6. Kann sich die Bundesregierung vorstellen, daß es zur Sicherung der Chancengleichheit zu einem Ausgleichsfonds zwischen den Verlagen zur Finanzierung des Postvertriebs kommen sollte?
7. Sollte die Zustellungsgebühr für Zeitungen/Zeitschriften nach Gewicht differenziert werden?
8. Ist die Bundesregierung bereit, ihren Einfluß zur Neugestaltung der Gebühren im Postzeitungsvertrieb einzusetzen, auch um dem Ziel der Sicherung der Pressevielfalt Rechnung zu tragen?

Bonn, den 28. Juni 1993

**Michael Müller (Düsseldorf)**  
**Ingrid Becker-Inglau**  
**Friedhelm Julius Beucher**  
**Lieselott Blunck (Uetersen)**  
**Ursula Burchardt**  
**Marion Caspers-Merk**  
**Dr. Marliese Dobberthien**  
**Ludwig Eich**  
**Arne Fuhrmann**  
**Monika Ganseforth**  
**Dr. Liesel Hartenstein**  
**Renate Jäger**  
**Susanne Kastner**  
**Siegrun Klemmer**  
**Horst Kubatschka**  
**Dr. Klaus Kübler**  
**Klaus Lennartz**  
**Heide Mattischeck**

**Ulrike Mehl**  
**Jutta Müller (Völklingen)**  
**Adolf Ostertag**  
**Horst Peter (Kassel)**  
**Bernd Reuter**  
**Otto Schily**  
**Dieter Schloten**  
**Horst Schmidbauer (Nürnberg)**  
**Regina Schmidt-Zadel**  
**Dietmar Schütz**  
**Ernst Schwanhold**  
**Hans-Günther Toetemeyer**  
**Hans Georg Wagner**  
**Wolfgang Weiermann**  
**Reinhard Weis (Stendal)**  
**Dr. Axel Wernitz**  
**Hildegard Wester**