

**Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel anlässlich der
Zeitschriftentage 2011 des Verbandes Deutscher Zeitschriften-
verleger am Freitag, den 18.11.2011 in Berlin**

Sehr geehrter Herr Professor Burda,
sehr geehrter Herr Fürstner,
liebe Kolleginnen und Kollegen aus den Parlamenten,
meine Damen und Herren,

Sie hatten ja schon gestern eine beeindruckende Abendveranstaltung. Ich hatte zum Beispiel mit Henry Kissinger auch darüber telefoniert. Ich glaube, Sie haben herausragende Preisträger nominiert.

Ich bin schon seit 2005 regelmäßig bei Ihnen zu Gast. Die Themen, über die wir sprechen, werden nicht weniger. Wir haben in dieser Zeit etwas miteinander geschafft – Sie haben das vor allen Dingen –, nämlich die Deutschlandstiftung Integration gegründet. Deshalb möchte ich, bevor ich auf Medienspezifika zu reden komme, dafür ganz herzlich danke schön sagen. Ich glaube, dass das Thema Integration für unser Land ungefähr so wichtig ist wie das Thema einer vernünftigen Medienregelung. Denn wenn wir uns heute den Bevölkerungsaufbau anschauen, wenn wir uns die demografischen Veränderungen und die Zahl der eingeschul-ten Kinder in den Ballungsgebieten anschauen, dann sehen wir, dass in vielen Städten schon mehr als 50 Prozent der Kinder einen Migrationshintergrund haben. Wir werden große Schwierigkeiten haben, wenn wir die Themen Sprache und Teilhabe nicht ganz oben auf die Tagesordnung setzen. Die Deutschlandstiftung Integration aber tut das. Herzlichen Dank dafür.

Herr Professor Burda, wir sprechen seit geraumer Zeit darüber: Wie verändert die fortschrei-tende Digitalisierung die Medienwelt? Sie gehören zu den Ersten, die darauf hingewiesen haben, dass die Möglichkeiten der Informationstechnologie, insbesondere das Internet, den Stellenwert haben, den die Buchdruckkunst vor Jahrhunderten hatte. Ich bin wie Sie davon überzeugt, dass die Art der Mediennutzung auch die Gesellschaft verändert. Wir sehen nach wie vor die Veränderungen noch nicht genau vor uns, aber wir erahnen, dass sie eine gewal-tige Dimension haben.

Ich will vorweg sagen: Das, was Sie sich wünschen, eine "Straßenverkehrsordnung" für die Medienwelt, kann, nur auf Deutschland bezogen, nicht erstellt werden; selbst dann wird sie Sie jedenfalls nicht zufriedenstellen. Das macht auch die Komplikation aus; eine Komplika-tion, der wir übrigens überall begegnen – ob es um eine Regelung der Finanzmärkte gehen mag oder um Regelungen in der Medienwelt. Ich bin wie Sie der Meinung, dass wir ganz sicher nicht ohne Regeln auskommen werden, aber ich weiß auch – wir hatten beim letzten G8-Treffen unter französischer Präsidentschaft Vertreter der Internet-Größen dieser Erde wie Google und Facebook und andere eine Stunde zu Gast: Die Bereitschaft der dominanten Akteure, sich bestimmten Regelungen zu unterwerfen, hält sich in Grenzen – das ist wahr-scheinlich ein natürliches Verhalten –, was dann wegen deren Wertschöpfungsbedeutung für die jeweiligen Länder, in denen sie ansässig sind, nicht gerade zu einer überbordenden Re-gulierungsfreude führt. Disproportional dazu sind die Länder, in denen die Wertschöpfung nicht in solchem Maße entsteht, umso regelungsfreudiger.

Gleichzeitig haben wir noch das Thema, dass wir auch eine auseinanderfallende Gesell-schaft haben. Auf der einen Seite gibt es Menschen, die im Internet quasi zuhause sind, die sich als "digital natives" bezeichnen und sehr klar erklärt haben, dass auf der anderen Seite die, die nicht zu ihnen gehören, "digital migrants" sind und dass diese "digital migrants" – das

würden wir sonst im Zusammenhang mit Integration nicht sagen – nicht integriert werden müssen, sondern dass sie einfach nicht verstehen, was Sache ist. Eine derart moralische Bewertung ist natürlich zu hinterfragen.

Ich akzeptiere, dass aus mir kein "digital native" mehr wird, aber es bleibt immer noch so, dass die Gesellschaft natürlich darüber sprechen muss: Was sind die Erwartungen an das Internet? Ich glaube, dass das Thema Transparenz, das jetzt von der Piratenpartei sehr klar in den Mittelpunkt gestellt wurde, eines ist, über das man sprechen kann, aber ein völlig grenzenloser Raum wird nicht möglich sein. Dennoch werden die, die von der guten alten Gema und anderen Dingen sprechen, auf Dauer mit alten Herangehensweisen nicht durchkommen. Das heißt, die "digital migrants" müssen ein hohes Maß an Beweglichkeit aufbringen, aber das gilt eben auch für die "digital natives".

Nachdem ich das gesagt habe, sage ich, dass wir alle beeindruckt sind von den neuen Möglichkeiten, die das Internet uns gibt, und dass, wie Professor Burda das schon gesagt hat, gerade auch die deutschen Zeitschriften und Zeitungen sich in bewundernswerter Weise dieses neuen Mediums bedienen und Chancen darin sehen. Wir haben im Grunde zwei Dinge; das eine ist die klassische Zeitschrift, die klassische Zeitung. Immerhin können wir sagen: Seit 1999, als noch nicht jeder selbstverständlich das Internet nutzte, ist die verkaufte Auflage von Publikumszeitschriften zwar gesunken, aber lediglich um zehn Prozent. Das wiederum zeigt auch, dass man das Urprodukt nicht zu schnell aufgeben sollte, sondern dass sich die Prognosen, die 1999 zum Teil sehr viel drastischer waren, nicht so dramatisch bewahrheitet haben. Immer noch greifen 90 Prozent der 14- bis 69-Jährigen regelmäßig zu einer Zeitschrift. Die meisten Menschen werden sowieso duale Nutzer sein. Frau Professor Köcher wird Ihnen nachher noch detaillierte Ergebnisse einer aktuellen Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach vorstellen.

Wir glauben seitens der Politik, dass die Fähigkeit zu lesen durch Zeitschriften und Zeitungen durchaus gefördert wird und dass die Lesefähigkeit weiter gefördert werden sollte. "Zeitschriften in die Schulen", ein sehr erfolgreiches Projekt, erreicht immerhin 450.000 Kinder in 17.000 Schulen. 96 Prozent der Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren schauen sich gerne Zeitschriften an. Wir haben erfreulicherweise eine sehr vielfältige deutsche Verlagslandschaft, aber wir wissen, dass die Lesefähigkeit vieler Kinder leider nicht allzu gut ausgeprägt ist. Das hat wieder sehr viel mit Sprachkenntnissen zu tun. Deshalb ist die Stiftung bei Ihnen auch sehr gut angesiedelt. Ich möchte darum noch einmal Herrn Fürstner danken. Bildung ist unser großer Schwerpunkt. Deshalb werden wir auch weiterhin gemeinsam in der Medienarbeit vorangehen.

Klassische Medien haben auch im Internet eine herausragende Bedeutung. Durch iPads und ähnliche Tablet-Computer haben wir die Möglichkeit, über Applikationen, über Apps, auch Zeitungen und Zeitschriften in ganz anderer Weise zu verkaufen. Da kommen wir genau an den Punkt, den Professor Burda beschrieben hat: Das sind kostenpflichtige Medieninhalte; und diese stehen in Konkurrenz zu Gratisangeboten unterschiedlichster Art. Einerseits fordern Leserinnen und Leser Qualität und andererseits sind auch Gratisangebote gefragt. Was können wir tun? Wir können erst einmal im Wettbewerbsrecht, was von Ihnen ja auch angesprochen wurde, versuchen, Vereinfachungen vorzunehmen. Ich bin sehr dankbar dafür, dass wir jetzt auch Vorschläge aus der Branche bekommen haben. Deshalb werden wir auch versuchen, in diesem Sinne das Wettbewerbsrecht umzusetzen.

Wir sind uns mit den Verlegerverbänden und dem Bundesverband Presse-Grosso einig: Das Grosso-System muss erhalten bleiben. Ich hoffe, das ist in Ihrem Sinne. Falls gerichtliche Auseinandersetzungen dazu führen, dass das Grosso-System gefährdet ist, sage ich Ihnen hier zu, dass wir die entsprechenden Handlungen vornehmen werden. Hierbei müssen wir uns dann im Gespräch austauschen.

Was das Wettbewerbsrecht im Zusammenhang mit der Pressefusion anbelangt, so stimme ich Ihnen zu, dass wir in gewisser Weise ein Kartellrecht haben, das auf internationale Verflechtungen keine Rücksicht nimmt. Das Beispiel der Häkelzeitschrift war sicherlich ein sehr zugespitztes, aber es bringt die Dinge im Grunde auf den Punkt. Deshalb werden wir auch weiter mit Ihnen darüber sprechen, wie wir hier politisch handeln können.

Die Vorbereitungen und Abstimmungen für die 8. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen laufen noch. Es gibt also noch keine endgültigen Festlegungen, aber einen zentralen Punkt – das darf ich Ihnen heute hier zusagen – wollen wir aufnehmen: Die sogenannte Aufgreifschwelle für Fusionen zwischen Verlagen soll erhöht werden. Dadurch erweitern sich die wirtschaftlichen Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten der Verlage.

Ich kann verstehen, dass Sie zum Teil sagen, die Zeitabfolgen, in denen wir handeln, haben mit den Abläufen in der digitalen Welt und den Veränderungen ziemlich wenig zu tun. Das Medienkonzentrationsrecht liegt allerdings in der Gesetzgebungskompetenz der Länder; und die Länder wiederum wissen durchaus, wie hilfreich es wäre, wenn sie so schnell wie möglich ihre Lösungsvorschläge präsentieren würden. Ich glaube, es spricht viel dafür, dass die maßgeblichen Bestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag der Länder künftig stärker als bisher medienübergreifende Konzentrationstendenzen berücksichtigen.

Wenn ich von Wettbewerb spreche, dann kann ich auch die Konkurrenz zwischen Verlagen und Rundfunkveranstaltern im Internet nicht ausklammern. Ich habe dazu neulich schon beim Zeitungskongress etwas gesagt. Ich glaube, es ist unbestritten, dass wir einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben wollen. Dazu braucht es auch angemessene Entwicklungsmöglichkeiten. Aber das darf nicht zu einer völligen Verzerrung zwischen Privaten und Öffentlich-Rechtlichen führen. Deshalb glaube ich: Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sollten sich in ihren Telemedienangeboten und Smartphone-Applikationen auf Bewegtbilder und Audiostreams konzentrieren und die Texte reduzieren, die ja auch nicht zum Kerngeschäft zum Beispiel beim Fernsehen zählen. Ich glaube, auch die Nutzer dieser Applikationen sind vorrangig daran interessiert, Bewegtbilder zu sehen. Deshalb sollten wir in diese Richtung weiterarbeiten.

Für viele Verlage ist heute eine Kombination von Print- und Onlineangeboten geradezu unverzichtbar. Deshalb zwei Aspekte, die auch hier bei Ihnen schon angeklungen sind: einmal die Datenübertragung im Internet frei von Diskriminierung und zweitens der Schutz des geistigen Eigentums.

Netzneutralität ist das Stichwort für die Datenübertragung. Wir haben im Rahmen der laufenden Novellierung des Telekommunikationsgesetzes Regelungen auf den Weg gebracht, die den bereits bestehenden Schutz der Netzneutralität noch weiter ausbauen. Wir behalten die Entwicklung im Auge und werden schauen, dass das auch möglichst umfassend realisiert werden kann. Allerdings sind die Dinge permanent im Fluss. Deshalb ist hier auch das ständige Gespräch notwendig.

Was den Schutz geistigen Eigentums anbelangt, so machen Ihnen natürlich die Dienste von sogenannten Nachrichtenaggregatoren – jeder kennt das zum Beispiel von Google – erheblich zu schaffen, weil die Geschäftsmodelle schlicht und ergreifend auf der Nutzung fremder verlegerischer Leistungen beruhen. Es gibt eine Schutzlücke im geltenden Urheberrecht, weil man sich das früher so nicht vorstellen konnte. Denn das Urheberrecht sieht für Verleger bisher kein eigenständiges Recht zum Schutz ihrer Leistungen vor. Insofern ist die Forderung nach einem Leistungsschutzrecht für Presseverleger sehr verständlich.

Ich habe nach meinem Auftritt beim Zeitungskongress noch einmal mit der Justizministerium darüber gesprochen. Das Leistungsschutzrecht ist weit ausgearbeitet. Allerdings gibt es da nicht nur den Druck der sogenannten Interessenten auf den Gesetzgeber, sondern der Druck

auf das Parlament kommt auch aus dem Parlament selbst, weil es inzwischen auch viele gibt, die sehr viel stärker den Interessen des Netzes zugeneigt sind als den Interessen des klassischen Urheberrechts. Das heißt, die Linie der Akzeptanz eines solchen Leistungsschutzgesetzes geht nicht nur irgendwo außen durch die Gesellschaft, sondern inzwischen auch mitten durch das Parlament.

Es ist ein wachsender Teil von Menschen, die dem Netz so weit verpflichtet sind, dass sie erhebliche Bedenken gegen jede Art von Rechtsetzung und Einschränkung des Freiraums haben. Umso wichtiger wäre es natürlich, dass wir mindestens auf der europäischen Ebene, aber möglichst auch international zu ähnlichen Möglichkeiten kommen. Ich sage aber, es ist unsere Absicht, das Leistungsschutzrecht für Presseverleger zu verabschieden. Und ich füge hinzu: Auch das wird nicht alle Probleme lösen, denn auch Sie werden – das wissen Sie ja auch – Ihre eigenen Geschäftsmodelle immer wieder weiterentwickeln müssen. Ich kann aus den letzten Jahren nur sagen, dass Sie das auch immer wieder getan haben, aber eine minimale Absicherung ist durchaus notwendig.

In einem härter werdenden publizistischen und wirtschaftlichen Wettbewerb muss natürlich, wenn Sie existieren wollen, immer wieder Geld verdient werden. Deshalb ist das Anzeigengeschäft auch eines, das die Refinanzierung weiter ermöglichen muss. Hier ist es Google – Sie haben es gesagt – in der Tat gelungen, einen erheblichen Werbemarkt zu erschließen. Ich glaube, wir brauchen auf der einen Seite Werberegulierung. Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung bleibt auch im Internetzeitalter unverzichtbar, vor allen Dingen in sensiblen Bereichen wie bei Werbung im Onlinebereich, die an Kinder gerichtet ist. Hier wollen wir allerdings vor allem auf die Selbstkontrolle der Medien setzen. Ich bedanke mich für alle Anstrengungen in diesem Bereich.

Es gilt auch das, was ich schon öfters gesagt habe: Wir sind nach wie vor gegen Werbeverbote, natürlich immer unter der Voraussetzung, dass alle Marktpartner ihrer Verantwortung gerecht werden. Aber eine immer weitere Einschränkung des Werbemarkts, die nicht auf den mündigen Bürger setzt, ist eigentlich anachronistisch, weil diesem Bürger durch das Internet viel mehr zugänglich ist, als jemals für ihn zugänglich war. Insofern glaube ich, dass man durch Werbebeschränkungen überhaupt nichts erreichen kann – im Gegenteil. Da viele Werbebeschränkungen, wie Sie wissen, inzwischen auf europäischer Ebene geregelt werden, werden wir uns mit unseren europäischen Partnern auch immer wieder gegen neue, sachlich nicht zwingend gebotene Werbebeschränkungen wenden. Da können Sie auf die Bundesregierung setzen.

Meine Damen und Herren, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mögen sich verändern, die Gewohnheiten der Mediennutzer mögen sich verändern, eines aber bleibt unverändert: Die Medienbranche ist nicht irgendein Gewerbe, sondern sie erfüllt in unserer Demokratie und für unsere Demokratie eine unglaublich wichtige, eine unverzichtbare öffentliche Aufgabe. Sie als Verleger haben deshalb eine hohe Verantwortung; Sie als Verleger nehmen diese hohe Verantwortung auch wahr. Deshalb möchte ich Ihnen dafür ein herzliches Dankeschön sagen.

Unsere Gesellschaft, wie Sie es gesagt haben, Herr Burda, wird sich verändern. Umso mehr wird es notwendig sein, den Zusammenhalt in dieser Gesellschaft auf eine bestimmte Art und Weise für die Zukunft zu erhalten. Dabei ist Ihr Zugang, der Zugang Ihres Verbandes im Zeitschriftenbereich, wie ich finde, beispielhaft: Neue Technologien nicht bekämpfen, sondern sich auf sie einlassen, mit ihnen arbeiten, aber natürlich auch mit der Kenntnis dieses neuen Marktes Regulierungen einfordern.

Versprechen kann ich, dass wir national vieles tun werden, was Ihre "Straßenverkehrsordnung" in Zukunft etwas verbessert. Dass das international überall die gleiche "Straßenverkehrsordnung" wird, daran werde ich noch ein wenig länger arbeiten müssen. Das haben Sie

vielleicht aber auch nicht anders erwartet. Ich finde, dies gehört zur Ehrlichkeit dazu, denn – da kommt meine Bitte an Sie – auch Sie müssen im Disput mit Ihren internationalen Kollegen darauf hinweisen und sich verbünden, damit solche Regeln Schritt für Schritt weltweit entstehen. Gehen Sie durchaus – das tun Sie, glaube ich, aber auch – ab und zu selbst in die Höhle des Löwen, zu jenen, die heute von sehr großen Märkten profitieren, weil sie sehr schnell dort drin waren, und werben Sie dafür.

Wer sich auf Wettbewerb nicht einlässt, ist eines Tages nicht mehr flexibel genug. Die, die heute groß und marktbeherrschend sind, werden eines Tages – das ist ja auch unsere gute deutsche Erfahrung – nicht die Innovationskraft haben – das kann dauern –, um sich immer wieder anzupassen. Wir wissen: Eine Vielfalt an Akteuren in einem Wirtschaftsraum hat immer die beste Chance, auf Dauer stabil und innovativ zu sein. Deshalb war es sicherlich eine der größten Leistungen von Ludwig Erhard, gegen die großen Industrieverbände das deutsche Kartellrecht gegen Beschränkungen des Wettbewerbs durchzusetzen und damit mittelständischen, mittleren und vielen kleinen Unternehmen eine Existenz zu ermöglichen. Das muss auch unser Interesse in der Medienwelt sein. Deshalb sind wir an dieser Stelle Verbündete.

Herzlichen Dank für Ihre Arbeit.