

**Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 16/1893(neu)**

Verband der Zeitschriftenverlage Nord e.V.

Geschäftsführer RA Wolfgang Linnekogel
Bei dem Neuen Krahn 2
20457 Hamburg

D3201

**Anhörung zur Situation und Entwicklung der Printmedien in Schleswig Holstein
Innen- und Rechtsausschuß des Schleswig-Holsteinischen Landtages
am 28. März 2007**

Frage 1:

Welche Veränderungen haben sich durch die Übernahme von Verlagen/Zeitungstiteln in den vergangenen 15 Jahren ergeben und welche sind noch zu erwarten?

Bei den wenigen in Schleswig-Holstein ansässigen Zeitschriftenverlagen handelt es sich um Fachzeitschriften-Verlage. Von früheren Übernahmen oder zukünftigen Übernahmen ist derzeit nichts bekannt.

Frage 2:

Welche Konsequenzen wird es für die Printmedien haben, dass künftig die Länder für die Pressemedien zuständig sind?

Die Rahmenbedingungen für Pressearbeit werden neben den regionalen oder überregionalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wesentlich durch die Landespressegesetze geprägt, da die grundgesetzliche Gesetzgebungskompetenz des Bundes lediglich auf den Erlaß von Rahmenvorschriften beschränkt war. Mit dem Wegfall dieser Rahmenkompetenz des Bundes ändert sich in der täglichen presserechtlichen Praxis also nichts.

Das Schleswig-Holsteinische Landespressegesetz regelt den nachfolgenden Themenkatalog:

- § 1 (Garantie der Pressefreiheit)

Die Presse ist frei. Sie dient der freiheitlichen demokratischen Grundordnung.

Die Freiheit der Presse unterliegt nur den Beschränkungen, die durch das Grundgesetz unmittelbar und in seinem Rahmen durch dieses Gesetz zugelassen sind.

Sondermaßnahmen jeder Art, die die Pressefreiheit beeinträchtigen, sind verboten.

Berufsorganisationen der Presse mit Zwangsmitgliedschaft und einem mit hoheitlicher Gewalt ausgestattete Berufsgerichtsbarkeit der Presse sind unzulässig.

- **§ 2 (Zulassungsfreiheit)**

Die Pressetätigkeit einschließlich der Errichtung eines Verlagsunternehmens oder eines sonstigen Betriebes des Pressegewerbes darf von irgendeiner Zulassung nicht abhängig gemacht werden.

- **§ 3 (Öffentliche Aufgabe der Presse)**

Die Presse erfüllt dadurch eine öffentliche Aufgabe, dass sie Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt oder Kritik übt.

(Anmerkung: Das BVerfG stellt auch die rein unterhaltende Presse mit diesem Katalog gleichrangig.)

- **§ 4 (Informationsrecht der Presse)**

Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen usw.

- **§ 5 (Sorgfaltspflicht der Presse)**

Die Presse hat alle Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen Sorgfalt auf Wahrheit, Inhalt und Herkunft zu prüfen. Die Verpflichtung, Druckwerke von strafbarem Inhalt freizuhalten, bleibt unberührt.

- **§ 6 (Definiert, was man unter einem Druckwerk zu verstehen hat)**

- **§ 7 (Regelt die Pflichtangaben im Impressum)**

- **§ 8 (Regelt, wer verantwortlicher Redakteur sein kann und wer nicht)**

- **§ 9 (Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichung/Schleichwerbungsverbot)**

Hat der Verleger eines periodischen Druckwerks für eine Veröffentlichung ein Entgelt erhalten, gefordert oder sich versprechen lassen, so hat er diese Veröffentlichung deutlich mit den Worten "Anzeige" zu bezeichnen, soweit sie nicht schon durch Anordnung und Gestaltung allgemein als Anzeige zu erkennen ist.

- **§ 11 (Regelt detailliert den Gendarstellungsanspruch und die Vorgehensweise bei seiner Durchsetzung)**

- § 12 (Regelt die Abgabe von Pflichtexemplaren an die Uni-Bibliothek Kiel, die Landesbibliothek Kiel, die Stadtbibliothek Lübeck)
- § 13 Verbreitungsverbot für beschlagnahmte Druckwerke
- § 14 strafrechtliche Verantwortung
- § 15 (strafbare Verletzung der Presseordnung)
- § 16 (Ordnungswidrigkeiten)
- § 17 Verjährung
- § 18 Analoge Anwendung für Hörfunk, Fernsehen und Mediendienste

Angesichts dieser bereits bestehenden detaillierten presserechtlichen Regelungen im Lande Schleswig-Holstein (die im übrigen analog in den übrigen Bundesländern bestehen) sind weitergehende Konsequenzen durch presserechtliche Landesgesetzgebung nicht zu erwarten, da kein Regelungsbedarf besteht.

Dies gilt auch im Bezug auf Frage 19, da ein Presserechtsrahmengesetz angesichts der umfassenden Landesregelungskompetenz keinen Sinn macht.

Frage 3:

Sind Ausgliederungen in den Verlagen geplant?

Für die Fachzeitschriftenverlage liegen hierzu keine Erkenntnisse vor.

Frage 4:

Detaillierte Erkenntnisse zu den wenigen Fachzeitschriftenverlagen in Schleswig-Holstein liegen dem Verband nicht vor

Fragen 5, 6, 7, 8, 9:

beziehen sich nicht auf Zeitschriftenverlage

Frage 10:

Welche Auswirkungen auf die Redaktionen und die festangestellten und freien Mitarbeiter hat die Ausgliederung von Teilen der Redaktion?

Welche Vorteile ergeben sich durch die Ausgliederung?

Wie sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tariflich abgesichert?

Bei Fachzeitschriftenverlagen handelt es sich in Schleswig-Holstein um kleine mittelständische Fachverlage. Eine Ausgliederung von Redaktionen verbietet sich daher dort schon deshalb, weil damit die gesamte Kernkompetenz nicht mehr im Verlag angesiedelt wäre.

Demgegenüber ist es bundesweit traditionell üblich, freie Autoren für Fachzeitschriftenbeiträge von Fall zu Fall zu verpflichten.

Grundsätzlich sind unabhängig von der Problematik einer Ausgliederung Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Zeitschriftenverlagen in Schleswig-Holstein bei Mitgliedsverlagen durch den jeweiligen Manteltarif- und Gehaltstarifvertrag des Zeitschriftenverlagsgewerbes abgesichert. Eine tariflose Mitgliedschaft für Mitgliedsverlage besteht derzeit nicht.

Frage 11:

Können Redaktionsstatute die innere Pressefreiheit und die Unabhängigkeit der Redaktionen stärken?

Die redaktionellen Mitarbeiter in den Kleinstredaktionen von Fachzeitschriftenverlagen arbeiten arbeitsvertraglich auf der Basis der landespressegesetzlich garantierten Pressefreiheit (§ 1 Landespressegesetz Schleswig-Holstein) und auf der Basis der Sorgfaltspflicht der Presse (§ 5 Schleswig-Holsteinisches Landespressegesetz). Eingebettet ist dies in die verfassungsrechtlich gesicherte Pressefreiheit des Verlegers, der die Grundkonzeption seiner Fachzeitschrift mit Hilfe des Chefredakteurs realisiert. Ein darüber hinaus gehender Bedarf für ein Redaktionsstatut besteht daher nicht. Ohnehin besteht ja bekanntlich kein individualrechtlicher Anspruch des Redakteurs gegenüber dem Verleger auf Publikationen jedweder persönlicher Meinung. Nach der Verfassung der Bundesrepublik Deutschland ist der Verleger in der tendenziellen Festlegung seiner Zeitschrift frei. In der Praxis von Fachzeitschriftenverlagen definiert jedoch ganz eindeutig die Redaktion als Team den Inhalt der fachbezogenen Beiträge, Dokumentationen, Berichten, Aufsätze etc.

Frage 12:

Wird die Notwendigkeit gesehen, durch ein Redaktionsstatut die innere Pressefreiheit im Landespressegesetz zu verankern?

siehe Frage 11, nein

Frage 13:

betrifft Zeitungsverlage

Frage 14:

Wird die Notwendigkeit gesehen, von Seiten des Landes weitere Maßnahmen zur Durchsetzung der Veröffentlichungspflicht von Beteiligungen (§ 7, Abs. 4 Landespressegesetz) zu ergreifen?

Es ist nicht zu erkennen, welchen Vorteil eine solche Lösung für die Verlagswirtschaft, die Redaktionsmitglieder oder Anzeigenkunden und Leser hätte. Aufgrund des kostenfrei im Internet ab 2007 einsehbaren bundesweiten elektronischen Handelsregisters, stehen die Informationen ohnehin für jeden Interessierten offen.

Frage 15, 16:

bezieht sich auf Zeitungsverlage

Frage 18:

richtet sich an die Landesregierung und wirft die Frage auf, welche Möglichkeiten die Landesregierung sieht, die Verknüpfung von Journalismus und PR aufzuheben.

Aus presserechtlich-fachlicher Sicht unseres Berufsverbandes ist hierzu anzumerken, dass ein wesentlicher Schutz gegen Mißbrauchsformen des Journalismus durch verdeckte PR-Berichterstattung bereits in den bestehenden Gesetzen und der herrschenden Rechtsprechung vorliegt.

- a) Das Landespressegesetz Schleswig-Holstein verbietet in § 9 die Publikation von Beiträgen, bei denen ein Entgelt geflossen ist, gefordert oder versprochen wurde, wenn der betreffende Beitrag nicht eindeutig mit dem Wort "Anzeige" gekennzeichnet ist oder aber allein schon durch seine eindeutige Gestaltungsweise allgemein als Anzeige zu erkennen ist.
- b) Darüber hinaus verbietet der Irreführungstatbestand des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (§ 5 UWG) bei Meidung von Unterlassungs- und Schadenersatzansprüchen eine entsprechende Verhaltensweise, also die für den Leser nicht erkennbare werbende Berichterstattung zu Gunsten eines Unternehmens gegen Bezahlung (was ja üblicherweise in Form der allgemein bekannten Form einer "Anzeige" zu erfolgen hat.) Unstreitig ist nach ständiger Rechtsprechung aber auch, dass keineswegs jede in der Presse publizierte unternehmensfreundliche oder produktfreundliche Äußerung als unzulässige PR einzustufen wäre.

Wenn beispielsweise ein neues Kraftfahrzeugmodell der Marke Mercedes Benz auf den Markt gebracht wird und der Redakteur einer Zeitschrift nach seinem Fahrtst zu dem Ergebnis gelangt, dass es sich aus den im Einzelnen zu benennenden Gründen um ein gutes und qualifiziertes Fahrzeug handelt, so darf er eine entsprechende Äußerung selbstverständlich auch im Rahmen eines Artikels publizieren.

Dies würde nur dann unzulässig sein, wenn er hierfür verdeckt bezahlt oder mit sonstigen Leistungen ausgestattet wird, ohne dass dies bekannt wäre. Unzulässig wäre es auch bei einem an sich sachlich gerechtfertigten positiv wirkenden Produkt beschreibenden Artikel am Schluß des Artikels dann konkret Firmenadressen, Telefon-Nummern und Fax-Nummern sowie e-mail-Adressen zu benennen, unter denen das beschriebene Produkt gekauft werden kann, am besten noch mit Angabe der Ladenöffnungszeiten.

Anders ausgedrückt: Die Presse ist frei zu jedweder Berichterstattung über neue Produkte und Unternehmen und darf in diesem Zusammenhang selbstverständlich auch positive Bewertungen abliefern (Pressefreiheit). Entsprechende Regeln hat der Deutsche Presserat für die Arbeit der Journalisten als standesrechtliche Richtlinien seit Jahren etabliert, Verstöße werden gerügt und publiziert. In journalistischen berufsausbildenden Seminaren, Fortbildungsprogrammen und Praktikantenkursen werden die presserechtlich relevanten und ethischen Arbeitsmaßstäbe des Journalismus vermittelt und von den Verlagen in hausinternen "Standards" dem Journalisten gegenüber auch als Pflicht vermittelt.

Nach Auffassung der Zeitschriftenverlage bedarf es weitergehender gesetzlicher Regelungen nicht. Ohnehin hätten diese, wie alle anderen Vereinbarungen auch, die Problematik kontrollierbarer Durchsetzbarkeit.

Man sollte in einer gestärkten Demokratie angesichts der Erfahrungen des vergangenen Jahrhundert irgendwelche staatlichen Regelungsmechanismen im Pressebereich erst dann andenken, wenn offenkundiger Mißstand besteht, der mit keinem anderen Mittel mehr zu regeln wäre.

Soweit in Einzelfällen schwarze Schafe Journalismus und PR verwechseln, darf man durchaus auf die auf Presserecht- und Wettbewerbsrecht gestützte regelnde Kraft der Wettbewerbsverhältnisse vertrauen.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

Hamburg, den 26.03.2007

RA Wolfgang Linnekogel
Geschäftsführer