

MEDIEN

PRESSE UNTER DRUCK (3)

Die drei Pressehilfen

Richard Graf



Die staatliche Förderung der Pressevielfalt ist vielen ein Dorn im Auge. Schadet sie mehr als sie nützt?

„Deen de Spillmann bezilt, bestëmmt och d'Lidder déi e gären héiert.“ So lautet ein Kommentar zur woxx-Debatte vom 4. Dezember zu den Problemen der Printmedien, zu finden auf der RTL-Internetseite, dort, wo auch ein Podcast-Zusammenschnitt der Diskussion eingestellt ist.

Der Verdacht, dass die Medien von denen kontrolliert werden, die für sie bezahlen, ist sicherlich alles andere als unbegründet. Die Zensur des 21. Jahrhunderts ist - zumindest in unseren Breiten - freilich keine der Despoten oder Stasikommissare mehr. Sie ist viel subtiler und wird nicht mehr durch Schwärzung von Textbeiträgen oder schlecht retuschierte Fotos erkennbar. Sie wird bestimmt durch ökonomische Zwänge, denen die Medien als wirtschaftlich agierende Unternehmen unterworfen sind.

Medien erzielen ihre Einkünfte in der Regel aus Abonnements, aus dem freien Verkauf und - in erster Linie - aus den Werbeeinnahmen. Dieser Modus gilt klassischerweise für die Printmedien. Bei den audiovisuellen Medien waren lange Zeit andere Finanzierungsmodelle in Kraft. Luxemburg entdeckte das „öffentlich-rechtliche“ Modell zwar erst mit der Einführung des soziokulturellen Radios, aber im übrigen Europa war - bis zur Liberalisierungswelle der 80er - die Organisation von Rundfunk und Fernsehen in staatlichen Anstalten doch das vorherrschende Modell. Ob über Gebühren oder direkte staatliche Dotierungen: Die Medienschaffenden brauchten sich zunächst über die Finanzierung ihrer Arbeit keine Sorgen zu machen.

Ein bisschen Leistungsdruck gab es dann doch: Die Werbeeinnahmen - in den verschiedenen EU-Staaten unterschiedlich straff reglementiert - erlaubten ab den 1950er beziehungsweise 1960er Jahren insbesondere den Fernsehanstalten, ihre wirtschaft-

lichen Grundfesten auszuweiten. Auf einmal waren Einschaltquoten das Maß aller Dinge. Denn die Werbeeinnahmen sprudelten umso stärker, je mehr ein Sender beziehungsweise eine Sendung Zuschauer anzog. Dass etwa in Deutschland die Fernsehwerbung erst recht spät an Stellenwert gewann, lag übrigens an den Zeitungsverlegern, die sich lange dagegen sperrten, einen Teil des Werbekuchens abzutreten.

Audiovisuelle Konkurrenz

Als auch in Luxemburg Radio und Fernsehen zusehends auf dem Werbemarkt an Bedeutung gewannen, sah man die Notwendigkeit einer Kompensation und erfand dafür die Pressehilfe.

Das Luxemburger Modell war in seiner Urform so angelegt, dass budgetäre Auswüchse von vornherein vermieden wurden. Am Anfang eines jeden Jahres stand ziemlich eindeutig fest, mit wieviel staatlicher Unterstützung gerechnet werden konnte. Als Grundlage galt das Gehalt von drei „Durchschnitts“-Journalisten, wofür man die Gehaltstabelle des Luxemburger Wortes zu Rate zog. Dann wurde festgestellt, wie viele Organe, also Wochen- und Tageszeitungen, die Bedingungen des Gesetzes erfüllten.

Sie mussten seit drei Jahren mindestens einmal pro Woche erscheinen und über eine Redaktion von drei oder mehr festangestellten JournalistInnen verfügen. Bezuschussung gab es zudem nur für Bezahl-Zeitungen, die nicht gratis verteilt wurden und bei denen der Anzeigenumfang weniger als die Hälfte der veröffentlichten Seitenzahl ausmachte. Zudem mussten die Blätter in einer der Landessprachen abgefasst sein und in Luxemburg herausgegeben werden. Anfangs erfüllten sechs Publikationen diese Bedingungen: Die „Partei“-Blätter Wort, Tageblatt, Journal und Zeitung, sowie das Familienmagazin Revue und das Lëtzebuerger Land. Einige Jahre später stieß noch die Fern-

sehtzeitschrift Télécran dazu, die vom Wort-Herausgeber übernommen worden war.

Mitte der 1980er Jahre betrug die Pressehilfe insgesamt rund 1,2 Millionen Euro. Ein Drittel dieser Summe wurde zu gleichen Teilen an alle anerkannten Blätter verteilt. Jede Zeitung erhielt also etwa 60.000 Euro direkt. Die beiden anderen Drittel wurden entsprechend der redaktionell gestalteten Seiten verrechnet. Weil natürlich eine A4-Revuesseite nicht mit dem Bettlakenformat des Luxemburger Wortes vergleichbar war, wurden die redaktionellen Seiten jeder Zeitung auf das Format einer Wort-Seite umgerechnet. Damit die, je nach Redaktionsaufwand variabel berechnete, Hilfe nicht fast zur Gänze von den großen Blättern verschluckt wurde, legte man für die Anzahl der redaktionellen Seiten, die in die Berechnung einfließen, eine Obergrenze fest. Die war so angesetzt, dass sowohl Tageblatt als auch Wort über ihr lagen. Schon allein wegen dieser Berechnungsformel konnte keine der beiden großen Zeitungen mehr als das Dreifache des Betrags für den kleinsten Mitstreiter erhalten.

Als Anfang der 1990er Jahre die Radioliberalisierung ins Haus stand, wurde die Pressehilfe angehoben. Auf einmal waren es nicht mehr drei, sondern fünf JournalistInnen, die als Berechnungsgrundlage dienen sollten. Damals stand der woxx-Vorgänger Gréngespoun in den Startlöchern und erschien seit Ende 1988 zunächst monatlich, dann zweiwöchentlich. Der Plan sah vor, 1991 den Wochenrhythmus zu erreichen, um nach drei Jahren in den Genuss der Pressehilfe zu kommen.

Die neue Vorgabe von fünf statt drei bezahlten JournalistInnen wurde zwar von einer Verkürzung der Anwartschaftszeit von den genannten drei auf ein Jahr etwas abgemildert, doch hatte der Gréngespoun mit allerlei prozeduralen Verschleppungen zu kämpfen, die erst ein höchst richterliches Urteil des Staatsrates, der

damals noch die Funktion der administrativen Gerichtsbarkeit innehatte, zugunsten des Antragsstellers nötig machte. Die Unterstützungszahlungen für den Gréngespoun setzten erst im Jahre 1996 ein, die Anerkennung hatte also nicht ein Jahr, sondern gut fünf gedauert. Zwar wurde die Pressehilfe teilweise rückwirkend angerechnet, doch nur für einen Bruchteil der Zeit, in denen das Blatt um seine Anerkennung gekämpft hatte. Um zu überleben, musste die herausgebende Kooperative sich verschulden. Diese Altlasten konnten erst 2009 endgültig abgetragen werden.

Kurze Zeit nach dem Gréngespoun stieß auch die Wochenzeitung „Le jeudi“ zum Kreis der erlauchten Pressehilfebezieher. Ihre Anerkennung machte weniger Probleme, da der Herausgeber bereits Mitglied im Klub der anerkannten Presseprodukte war.

Kurz vor der Jahrtausendwende wurde dann in aller Diskretion eine weitere Reform der Pressehilfe beschlossen, die das ursprüngliche Prinzip eines festen Budgets, das möglichst gleichmäßig unter allen verteilt werden sollte, ad absurdum führte.

Das Maximum der Seitenzahl in der Berechnungsformel der Pressehilfe wurde nach und nach heraufgesetzt, um nach drei Jahren ganz aufgehoben zu werden. Nach dem alten System der Pressehilfe wurden am Ende des Jahres alle als redaktionell anerkannten Seiten sämtlicher Zeitungen zusammengezählt. Die nicht zu Beginn des Jahres verteilten zwei Drittel des Pressehilfe-Kuchens wurden durch die so ermittelte Seitenzahl geteilt. Die einzelnen Zeitungstitel erhielten dann entsprechend des von ihnen erbrachten Redaktionsvolumens den sogenannten „variablen“ Teil der Pressehilfe.

Crédit non limitatif

Da es ab 1999 keine maximale Seitenzahl pro Titel mehr gab, hätte dieser Modus bedeutet, dass die kleineren Publikationen einen weit



geringeren Anteil an der variablen Pressehilfe abbekommen hätten. Zur Vermeidung dieses Effekts wurde beschlossen, die variable Hilfe nicht mehr von vorneherein festzulegen, sondern jede publizierte Seite mit einem fixen Betrag zu honorieren. Weil auch der Grundbetrag der Pressehilfe anstieg - zu seiner Berechnung wurden nicht nur die Gehälter von fünf JournalistInnen, sondern auch der Wert einer bestimmten Tonnage von Zeitungspapier herangezogen - waren in den Boomjahren der späten 1990er und dem beginnenden 2010er Jahren alle zufrieden, den jeder bekam mehr Geld als zuvor. Und für das Staatsbudget wurde es richtig teuer. Die klassische Budgetlinie für Pressehilfe verwandelte sich fortan in einen „crédit non limitatif“ der fortan auf „promotion de la presse écrite“ getauften Subventionierung.

Tatsächlich trat mit dieser Entscheidung eine Entwicklung ein, die die ursprüngliche Idee, den kleineren Zeitschriften und Verleger eine überdurchschnittliche Förderung zukommen zu lassen, mehr und mehr aushöhlte. Die großen Zeitungen konnten fast auf einen Schlag nicht nur tausende von Seiten zusätzlich geltend machen, sondern auch die Mehreinnahmen als feste Größe einplanen, wenn sie sich mit der Absicht trugen, eine neue Beilage zu kreieren oder diese oder jene neue Rubrik einzuführen.

Zu dieser Dynamik gesellte sich in den darauffolgenden Jahren die Schaffung neuer Titel - ein an sich begrüßenswerter Prozess, da nun auch zwei Tageszeitungen in französischer Sprache erschienen. Doch außer dem GréngeSpoun in den 1990er Jahren waren alle folgenden Neugründungen Angelegenheit eines der beiden großen Verlagshäuser Saint-Paul oder Editpress. Mit der unweigerlichen Folge, dass diese ihren Anteil bis 2011 auf gut 80 Prozent des Pressehilfekuchens heraufschrauben konnten. Die kleineren Publikationen Journal, Zeitung, Land und woxx streichen zusammen

nur mehr ein Fünftel der direkten Pressesubventionen ein. Das ist immer noch etwas mehr, als ihrem tatsächlichen wirtschaftlichen Gewicht entspricht, aber eigentlich sollte sich die direkte Pressehilfe ja an anderen Aspekten als den rein wirtschaftlichen ausrichten.

Als die bislang einzige liberal-sozialistische Koalitionsregierung 1976 die „direkte“ Pressehilfe erfand, hatte sie die „indirekte“ Hilfe natürlich im Hinterkopf. Die Publikation der sogenannten „avis officiels“ der staatlichen Dienststellen und der Kommunen und die von der öffentlichen Hand finanzierten Werbekampagnen stellen ein Finanzvolumen dar, das zwar noch niemand im Detail hat ausrechnen können, dessen Größenordnung aber der direkten Pressehilfe, die sich 2011 auf insgesamt 7,36 Millionen Euro belief, in nichts nachstehen dürfte.

Staatliche Werbung

Die Vergabe von Anzeigenaufträgen an diverse Presseorgane ist natürlich keine Hilfe oder Subventionierung, sondern der Gegenwert einer Dienstleistung. Doch im Zeitalter des Internet ist klar, dass es billigere und nicht weniger effiziente Methoden gibt, öffentliche Ausschreibungen, Ankündigungen von Sprachkursen u.ä. an die interessierte Öffentlichkeit zu bringen. Kommunikationsminister Biltgen hat es bei der woxx-Table Ronde unumwunden zugegeben: Im Gegensatz zu anderen EU-Staaten hält der Luxemburger Staat derzeit noch an den klassischen Avis fest, weil die für die Printmedien eben auch eine unverzichtbare Einnahmequelle bedeuten.

Gegenüber der direkten Unterstützung haben die Avis jedoch hinsichtlich der Verteilungsgerechtigkeit zwei wesentliche Nachteile. Zum einen ist nirgendwo festgelegt, wer welche Avis zur gebührenpflichtigen Veröffentlichung erhält. Und zum anderen orientiert sich der Gegenwert an

den Anzeigentarifen der einzelnen Blätter. Und da spielen Auflage und Reichweite eine gewichtige Rolle. Der „indirekte“ Pressehilfekuchen ist also noch ungleicher verteilt als der direkte.

Neben dem finanztechnischen Makel hat die Avis-Vergabe auch einen politischen Beigeschmack: Welche Parteien zum Beispiel in welcher Kommune den Bürgermeister stellen, lässt sich nicht selten daran erkennen, welcher politischen „Blutgruppe“ die jeweilige Zeitung nahesteht in der bestimmte Mitteilungen gegen Geld abgedruckt werden. Zwar gibt es keine klassischen Parteiblätter mehr, doch die Querverbindungen von den Redaktionsetagen in die Parteien - hin und zurück - sind längst nicht alle aus der Welt geschafft.

Als der Grénge Spoun 1996 per Gerichtsbeschluss seinen Anspruch auf Pressehilfe durchgesetzt hatte, kam er sogleich in den Genuss zweier Privilegien: Innerhalb 24 Stunden erhielt er eine Einladung zum wöchentlichen Pressebriefing des Premierministers, und fortan durfte er die Avis des Service Information et Presse publizieren. Ein anderer gewichtiger Vergeber offizieller Mitteilungen, der Bautenminister - damals Robert Goebbels (LSAP) -, beschied den Grünspännen auf Nachfrage, sie seien ja gegen Autobahnen eingestellt, und darum wäre es widersinnig, ihnen Ausschreibungen zum Bau etwa der Nordstraße zum Abdrucken zu übertragen. Auch der Vorschlag, dann doch wenigstens den Bau von Schulgebäuden verkündigen zu dürfen, wurde vom sozialistischen Regierungsmitglied abgelehnt - trotz Vermittlungsversuchen seitens des damaligen Parteipräsidenten Asselborn. Erst als 1999 die LSAP in der Opposition landete und Robert Goebbels ins Ex-Ministergenesungswerk nach Brüssel entsandt worden war, wendete sich das Blatt, und seine Nachfolgerin Erna Hennicot-Schoepges (CSV) verfügte alsbald eine Gleichbehandlung mit ähnlichen Blättern.

Anders als die direkte Pressehilfe auf die ein rechtlicher Anspruch besteht, und die somit den eingangs erwähnten Spruch in diesem Punkt widerlegt, könnte die Avis-Vergabe also durchaus auch als Druckmittel benutzt werden und damit die Handlungsfreiheit der jeweiligen Pressorgane einschränken - beziehungsweise einseitig verstärken. Dem könnte natürlich durch transparente Spielregeln entgegengewirkt werden.

Zuschuss an die Portokasse

Eine dritte äußerst ungleiche Unterstützung der Printmedien besteht in dem unschlagbar billigen Postversand, von dem die Luxemburger Presse - zumindest im eigenen Land - profitiert. Je nach Gewicht müssen die Zeitungsverleger nur etwa 10-15 Cent an Porto je Adresse entrichten, etwa ein Fünftel bis ein Viertel des normalen Portotarifs. Da sogar die Tageszeitungen hierzulande das Gros ihres Verkaufs über Abonnements abwickeln, können sie so jedes Jahr mehrere Millionen Euro einsparen. Die Größenordnung dieser Unterstützung dürfte ebenfalls jener der direkten Pressehilfe gleichkommen. Gezahlt wird sie vom Steuerzahler in Form eines Abschlags am Gewinnanteil, den die Post jährlich an die Staatskasse überweist.

Die berühmte „Portokasse“, gedacht als kleine Schatulle, mit der Nebensächlichkeiten wie das Trinkgeld für den Fahrrad-Kurier abgewickelt werden, entpuppt sich als überaus wohlgefüllter Tresor, der das Gefälle zwischen Großen und Kleinen im Zeitungsgeschäft noch einmal nachhaltig verstärkt.

Das Paradox der drei Pressehilfen: Sie leisten nicht (mehr) das, wozu sie gedacht waren. Aber ohne sie wäre die Welt nicht unbedingt gerechter. Nicht die Pressehilfe an sich ist das Problem, sondern die Art, wie sich ihre Aufteilung darstellt.