

Medienkonzentration und Medienpolitik

Autor(en): **Meier, Werner A.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Widerspruch : Beiträge zu sozialistischer Politik**

Band (Jahr): **14 (1994)**

Heft 28

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-652081>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Medienkonzentration und Medienpolitik

Massenmedien als Teil des „kommunikations-industriellen Komplexes“ sind auf vielfältige Weise mit wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Machtzentren verknüpft. Die Kontrolle über Informationsflüsse und Kommunikationskanäle erfolgt in Übereinstimmung mit den jeweiligen Machtverhältnissen und beeinflusst gleichzeitig die Ausübung von Macht und Herrschaft auf nationaler wie internationaler Ebene, insbesondere aber das Verhältnis zwischen Nord und Süd.

Spannungsgeladen ist deshalb auch die Forderung nach freien, grenzüberschreitenden Informations- und Kommunikationsflüssen auf der einen Seite und staatlichen/suprastaatlichen, wirtschaftlichen oder kulturellen Souveränitäts- und Integritätsansprüchen auf der anderen. Um diese grundsätzlichen Konflikte zentriert sich denn auch seit Jahrzehnten die internationale kommunikationspolitische Auseinandersetzung. Am deutlichsten zeigten dies die Diskussionen um gerechte und ausgeglichene Informationsflüsse und Kommunikationsmöglichkeiten im Rahmen der UNESCO zu Beginn der 80er Jahre. In den letzten Jahren ist dieser Nord-Süd-Konflikt allerdings durch die (medien-) politischen Ereignisse in Europa in den Hintergrund gedrängt worden.

Von der NIKO zur NEIKO

Während die Etablierung einer neuen Internationalen Informations- und Kommunikationsordnung (NIKO) vorläufig als gescheitert betrachtet wird, streben die Länder Europas unter EU-Führung mit einer „Neuen Europäischen Informations- und Kommunikationsordnung“ (NEIKO) ebenfalls eine multipolare globale Umwelt im Bereich des Rundfunks und der Telekommunikation an. Neben Konzernen aus USA und Japan sollen zukünftig auch europäische Unternehmen als ebenbürtige, wettbewerbsfähige Konkurrenten in den Kampf um lukrative Multimedia-Märkte eingreifen können.

Die europäische Entwicklung ist geprägt von den Aussichten eines gemeinsamen Marktes, geprägt von Wachstumsperspektiven der Informations- und Kommunikationsmärkte in den Ländern Osteuropas, geprägt von der Hoffnung auf eine schnelle Durchsetzung der „digitalen Revolution“ mit einer Vielzahl neuer Dienstleistungen und interaktiven Programmangeboten. Um die Verheissungen der neuen „Technologischen Revolution“ ernten zu können, wird die europäische Medienlandschaft seit einigen Jahren in verstärktem Maße „diversifiziert“, „kommerzialisert“, „privatisiert“, „internationalisiert“ und „konzentriert“.

Diversifiziert vor allem in dem Sinne, als die Entwicklung der Neuen Medien in Verbindung mit dem ordnungspolitischen Wandel zu einer Verschärfung der intra- und intermediären Wettbewerbssituation geführt hat. *Ökonomisiert* vor allem in dem Sinne, als einerseits Radio und Fernsehen

vorwiegend nicht mehr als Kulturfaktor, sondern in erster Linie als Wirtschaftsfaktor betrachtet werden. *Privatisiert* vor allem in dem Sinne, als die Mehrheit der Rundfunkunternehmen – beeinflusst durch die jeweiligen neuen Marktbedingungen – nicht primär einem gesellschaftlichen Leistungsauftrag, sondern den Zielen von Aktionären und Managern verpflichtet sind. *Internationalisiert* wurde die europäische Medienlandschaft vor allem in dem Sinne, als gesetzliche Rahmenbedingungen immer stärker von supra-staatlichen Institutionen diktiert werden, und Eigentumsverhältnisse, Programman- und -verkauf, Programmproduktion, Distribution, Vermarktung, Finanzierung und Konsumtion im Rundfunk sich verstärkt grenzüberschreitend entwickeln. *Konzentriert* schliesslich vor allem in dem Sinne, als durch vielfältige Verflechtungen auf den verschiedenen Teilmärkten sowohl im nationalen wie auch internationalen Rahmen die Konzentration und der multimediale Konzernverbund voranschreiten. Nicht nur in EU-Ländern, sondern auch in der Schweiz.

Konzentrationsvorgänge in der Schweiz

Auch im Jahre 1994 werden die Folgen der zunehmenden Medienkonzentration fallweise öffentlich. Nach dem langsamen Tod der Genfer Zeitung „La Suisse“ im März konnten die Edipresse-Blätter auf dem Westschweizer Tageszeitungsmarkt ihre ökonomische und publizistische Macht noch besser ausspielen. Im April liessen sich „kritische“ Journalisten und „unabhängige“ Chefredaktoren im Gefolge des RTL-Konzessionsgesuches ungerührt für verlagseigene unternehmerische Ziele einspannen. Der auf dem Radio-, Fernseh- und Zeitschriftenmarkt tätige Medienunternehmer und Teilzeitjournalist Roger Schawinski nahm in seiner Hauspostille „Bonus“ kein Blatt vor den Mund: „So wird – von wenigen Ausnahmen abgesehen – überall zum Thema Fernsehen strikt nach Verlagsprinzipien informiert. Die Gegner im anderen Lager werden entweder niedergeschrien oder verhöhnt. Dass dabei die Würde der Journalisten auf der Strecke bleibt, wird kaum noch wahrgenommen.“ Immerhin wahrgenommen hat dies der Chefredaktor der Wirtschaftszeitung „Cash“. Markus Gisler diagnostizierte in seinem Blatt ebenfalls ein frostiges Klima unter den Medien und eine Hetze unter den Machern: „Journalisten und Publikationen, die sich bisher gerne als differenziert, unabhängig und vor allem als nicht korrumpierbar anpriesen, verlieren unversehens jegliche Hemmungen und ziehen gegen die andere Seite vom Leder, was das Zeug hält. ... Diese allgemeine Hetze ... hinterlässt den schalen Nachgeschmack, dass sich da einige Kollegen instrumentalisieren lassen.“

Im Mai rieb sich die politische Öffentlichkeit auch hierzulande die Augen: Konzernchef Berlusconi aus der Baubranche hatte sich mit Hilfe seiner hauseigenen Fernsehsender und Zeitungen an die Spitze des italienischen Staates katapultiert. So meldeten sich im Juni zwei eher unverdächtige Experten zu Worte: Der Zürcher Universitätsprofessor Rolf H. Weber sah auch in der Schweiz die Gefahr der „Vermachtung gewisser Märkte durch

grosse Medienkonglomerate“ wachsen. Heinz Peter Widmer vom Sekretariat der schweizerischen Kartellkommission betrachtete die Bereiche Presse, Filmverleih, Kinobetrieb punkto Wettbewerb als besonders sensible Sektoren. Im Juli bezeichnete der SPD-Medienexperte Peter Glotz die „Telekratie“ als „Machtarchitektur moderner Industriegesellschaften“ und erhob diese Problematik „zu den drei oder vier Zentral-Themen der zeitgenössischen Politik“.

Die problematischen Folgen unternehmerischer Verflechtungen – nämlich die Verstärkung der Markt- und Medienmacht dominierender Unternehmen und die Reduzierung der Marktzutrittschancen neuer Anbieter – sind zwar seit Jahren erkannt, doch in Anbetracht der Komplexität und Dynamik der beiden Phänomene Medienkonzentration und Medienmacht scheinen sich eher Gleichgültigkeit, Widerwillen, Hilflosigkeit und Resignation bei Verlegern, politischen Parteien, Berufsverbänden, Gewerkschaften sowie suprastaatlichen und staatlichen Behörden auszubreiten.

Vielfältige Konzentrationsprozesse

Als *intramediärer* Konzentrationsprozess wird die Anhäufung oder Kontrolle der Ressourcen oder Marktanteile eines bestimmten Mediensektors (z.B. Radio oder Fernsehen) durch ein einziges Unternehmen bezeichnet. *Horizontale Integration* findet demnach statt, wenn ein Verlag beispielsweise mehrere Tageszeitungen herausgibt oder erwirbt. Eine solche unternehmerische Kontrolle von Ressourcen und Marktanteilen – wie alle Konzentrationsprozesse – können sowohl publizistische als auch wirtschaftliche Auswirkungen zur Folge haben. Bei Zusammenschlüssen verringert sich die Zahl der unabhängigen publizistischen Einheiten und der Wettbewerb nimmt in der Regel ebenfalls ab. Selbstverständlich nimmt jede Redaktion für sich in Anspruch, als eine eigenständige publizistische Grösse zu gelten, doch setzen sich in der Regel – allen Emanzipationsversuchen zum Trotz – die übergeordneten Konzerninteressen durch. So geht es beim Verlagsunternehmen Edipresse darum, die verschiedenen Titel in der Westschweiz so zu positionieren, dass eine optimale Ausschöpfung der Nachfrage unterschiedlicher Zielgruppen angestrebt werden kann.

Unter *intermediärer* oder multimedialer Konzentration wird die Betätigung von Medienunternehmen in verschiedenen Medienbereichen (beispielsweise bei der Tagespresse und beim Fernsehen) verstanden (sogenannte cross ownerships). Auch hier geht es nicht bloss um den Einfluss auf die Informationsvielfalt und die Meinungsbildung, sondern auch wettbewerbsrechtliche Gründe sprechen gegen einen solchen Medienverbund, weil durch die Produktion von Aufmerksamkeit für die jeweils anderen Medien (cross marketing) wettbewerbsverzerrende Synergieeffekte realisiert werden können, die eine verstärkte Marktdominanz ermöglichen.

Von einer *vertikalen Integration* wird dann gesprochen, wenn ein Medienunternehmen teilweise oder ganz sowohl die Produktion als auch die Kontrolle über die Distribution auf einem bestimmten Medienmarkt ausübt.

Im Fall der News Corporation, dem weltweit drittgrössten Medienunternehmen des australischen Medienszars mit amerikanischem Pass, Rupert Murdoch, kann dieser Vorgang wie folgt illustriert werden: Ein Buch erscheint im Verlag Harper & Row, der zum Murdoch-Konzern gehört. Auszüge davon sowie enthusiastische Besprechungen, Interviews mit der Autorin erscheinen anschliessend in allen Zeitungen und Zeitschriften des Murdoch-Konzerns. Verfilmt wird das erfolgreiche Buch durch die Gesellschaft Twentieth Century Fox Film, die ebenfalls zum Unternehmen gehört. Der Film wird nach der Kinoauswertung über den eigenen Pay-TV-Kanal abgespielt und auch als Videokassette verkauft. Etwas später wird eine Serie im Fox Television Network gestartet. Nach dem Ablauf dieser Serie beginnt der Verkauf der Abspielrechte auf den in- und ausländischen Programmmärkten. Alle diese Aktivitäten sind durch Promotionsarbeit in der auflagestärksten Programmzeitschrift TV Guide unterstützt worden (Gomery 1989).

Die ökonomisch wie publizistisch bedenklichen Folgen solcher Aktivitäten beschreibt der deutsche Medienwissenschaftler Jürgen Heinrich wie folgt: „Bei einer Zunahme der vertikalen Medienkonzentration wird auf den verschiedenen Produktions- und Handelsstufen die Marktkoordination zunehmend durch unternehmerische Koordination ersetzt. Dies mag Ausdruck der grösseren Effizienz sein, aber es verringert prinzipiell den direkten Einfluss der Nachfrage und der Konkurrenz und erlaubt, unternehmenseigene Vorstellungen stärker durchzusetzen, als es bei Marktkonkurrenz üblich ist.“ (Heinrich 1994,299)

Multisektorielle Integration bezeichnet den Tatbestand, dass Unternehmen aus einem anderen Wirtschaftssektor eine gewisse Kontrolle in einem Medienmarkt übernehmen. Oft bedeutet eine internationale Integration die logische Folge horizontaler Integration, insbesondere wenn der angestammte Heimmarkt saturiert ist. Dieser letztere Fall von Integration führt keineswegs zwingend zu verstärkter Marktkonzentration, sondern erhöht in der Regel vorerst einmal die Zahl der Anbieter.

Die von der EU, aber auch von nationalen Regierungen und Parlamenten in Europa beschlossene Deregulierung des audiovisuellen Sektors brachte den Einstieg von traditionellen Verlagsunternehmen – aber auch von branchenfremden Investoren – in den Rundfunkmarkt, was einen vielfältigen Konzentrationsschub bewirkte. Zusätzlich schufen neue Technologien auch neue Märkte und Möglichkeiten zur horizontalen und vertikalen Diversifizierung. Den dazu notwendigen hohen Kapitalbedarf können in der Regel allerdings bloss marktstarke Unternehmen aufbringen. Die deshalb alles überragende Suche nach Grössenvorteilen hat die Konzentrationsprozesse nochmals beschleunigt.

Folgen und Auswirkungen wachsender Medienkonzentration

Folgen für wen? Für uns als Medienkonsumentinnen und -konsumenten, für Medienschaffende, für Multimedia-Verlagsunternehmen, für das politische System? Für alle sind die Auswirkungen unterschiedlich. Für die Endver-

braucher steht bei Konzentrationsprozessen die Befürchtung im Vordergrund, dass die Informationsvielfalt für die Öffentlichkeit eingeschränkt wird, da die freie Meinungsbildung, der Informations- und Meinungspluralismus durch einen Mangel an Distributionskanälen oder durch Barrieren beim Zugang zu Medien potentiell limitiert wird. Die gestärkte Position des Medienunternehmens auf dem Multimedia-Markt – so die Befürchtung weiter – könnte dazu „missbraucht“ werden, Qualität, Vielfalt und Leistung zu senken, gleichzeitig aber die Preise – auch für die werbetreibende Wirtschaft – zu erhöhen. Darüber hinaus wächst die Chance, dass ökonomische Macht leicht auch in unkontrollierbare publizistische und politische Macht umschlagen könnte.

Während die Öffentlichkeit eher als Verliererin dasteht, dominieren bei den Medienschaffenden ambivalente Gefühle. Ein vertikal und horizontal integrierter Multimedia-Verlag ermöglicht vielfach auch neue interessante Arbeitsplätze, bessere Aus- und Weiterbildung, grössere Arbeitsplatzsicherheit und höhere Löhne. Vollends positiv sieht in der Regel die unternehmerische Bilanz von Konzentrationsprozessen aus: Macht, Einfluss und Prestige sind gestiegen, die Vorherrschaft auf dem Markt erkämpft, neue Innovationsmöglichkeiten geschaffen, die Synergieeffekte zwischen den verschiedenen Produkten zahlen sich aus, die unternehmerischen Risiken können auf eine Reihe von Aktivitäten verteilt werden, neues Knowhow wird erschlossen, die Grössenvorteile sind offensichtlich, die Profitabilität ist gestiegen, und auch gegenüber der starken ausländischen Konkurrenz scheint die Wettbewerbsfähigkeit gewährleistet.

Einzelstaatliche Massnahmen und Rechtsvorschriften

Vor diesem Hintergrund konfliktiver Interessen haben Nationalstaaten eine Reihe von Interventionsinstrumenten entwickelt, um den ökonomischen und publizistischen Wettbewerb, die publizistische Unabhängigkeit und Vielfalt, schliesslich auch den Meinungspluralismus zu verbessern. Auf mindestens *fünf unterschiedlichen Ebenen* werden staatliche Massnahmen gegen Medienkonzentrationsprozesse eingesetzt.

1. Begrenzung intramediärer (monomedialer) Konzentrationsprozesse:

Um zu verhindern, dass ein Rundfunk-Unternehmen im gleichen Medienbereich die Kontrolle über mehrere Kanäle ausüben kann, gibt es in der Mehrzahl der Länder in Europa – nicht aber in der Schweiz – Vorschriften zur Limitierung der Zahl von Lizenzen und zur Limitierung von Kapitalbeteiligungen und Marktanteilen, um möglichst eine Vielzahl von Anbietern zu ermöglichen. In Deutschland beispielsweise darf ein Veranstalter auf nationaler Ebene lediglich zwei TV-Programme verbreiten, darunter jeweils nur ein Vollprogramm.

2. Multimediale Eigentumsbeschränkungen zur Reduzierung intermediärer Konzentrationsprozesse:

Weit verbreitet sind Vorschriften zur Verhinderung von „Doppelmonopolen“ und zur Etablierung von multimedialen Verbundsystemen. Diese

Einschränkungen können sowohl zwischen Radio und Fernsehen als auch zwischen Tageszeitungen und elektronischen Medien wirksam werden. In der Schweiz hingegen gibt es keine diesbezüglichen Einschränkungen. Der um eine Sendeerlaubnis nachfragende Veranstalter muss lediglich vor Sendebeginn der Konzessionsbehörde versprechen, dass er die Meinungs- und Angebotsvielfalt nicht zu gefährden gedenkt. Die Konzessionsbehörde hat zusätzlich die Möglichkeit, bei Veranstaltern mit Alleinanbieterstellung eine repräsentative Trägerschaft und eine beratende Programmkommission zu verlangen. In Belgien fördern die gesetzlichen Regelungen die Konzentrationsprozesse sogar, denn für das private Fernsehen in Flandern ist einem Konsortium von neun Verlegern flämischsprachiger Zeitungen eine exklusive Lizenz ausgestellt worden, der dem Konsortium ein Monopol bei der Werbeacquisition sichert. In krassem Unterschied dazu darf sich in Grossbritannien der Eigentümer einer nationalen Zeitung nur mit höchstens 20 Prozent an einem Lizenznehmer des lokalen Rundfunks beteiligen und umgekehrt.

3. Allgemeine kartellrechtliche Vorschriften erfassen medienpolitische Zielsetzungen:

Horizontale, vertikale und multimediale Konzentrationsprozesse haben in der Regel eine Aufteilung der bestehenden Ressourcen in die Verfügungsgewalt weniger Unternehmen zur Folge, die aufgrund ihrer Marktstärke in der Lage sind, wettbewerbsbeeinträchtigende Vormachtstellungen in den verschiedenen Medienmärkten aufzubauen. Die Kartellgesetzgebung – meist zusammen mit präventiven Fusionskontrollregelungen – soll solche unternehmerischen Aktivitäten verhindern helfen. Ob dabei die Meinungsvielfalt oder der publizistische Wettbewerb erhalten bleiben oder nicht, ist völlig unerheblich. Bei dieser Kontrolle unternehmerischer Zusammenschlüsse stehen lediglich zwei Fragen im Zentrum: Wie sehen die relevanten Märkte aus, und entsteht durch die geplante Fusion eine marktbeherrschende Stellung bzw. wird durch den Zusammenschluss die marktbeherrschende Stellung zusätzlich verstärkt?

Auch beim schweizerischen Kartellgesetz und beim Vorentwurf des „Bundesgesetzes über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen“ (1993) steht die Durchsetzung eines „wirksamen“ und „funktionsfähigen“ Wettbewerbes im Vordergrund, der die Unternehmen zwingen soll, den Ressourceneinsatz zu optimieren, ihre Produkte und Produktionskapazitäten an geänderte Bedingungen anzupassen und/oder neue Produktions- und Absatzmethoden zu entwickeln (Vorentwurf S. 8). Im Unterschied zu Deutschland und Österreich soll es in Ausnahmefällen möglich sein, dass auch Wettbewerbsbeschränkungen mit schädlichen Auswirkungen auf den Wettbewerb zugelassen werden – *„dies aber nur, wenn sie sich aus überwiegend öffentlichen Interessen, z.B. aus wichtigen kultur-, sozial- oder wirtschaftspolitischen Gründen, als unerlässlich erweisen.“* (Vorentwurf S. 9).

Im übrigen wäre die Idee, spezifisch *medienkartellrechtliche* Bestimmungen zu formulieren, nicht neu. Schon im Bericht der Expertenkommission für eine Mediengesamtkonzeption findet sich der Antrag, im Rahmen eines

Medienunterstützungsgesetzes medienkartellrechtliche Normen zu erlassen, mit welchen gegen die Beeinträchtigung der freien Meinungsbildung durch den Missbrauch von Vormachtstellungen vorgegangen werden könnte (Expertenkommission, 1982, 509). Eine präventive Fusionskontrolle kann ein effizientes Mittel darstellen, den ökonomischen Wettbewerb zu fördern (Thiel, 1992), nicht unbedingt aber den publizistischen. Sicher ist, dass es für die Ökonomie des kleinstaatlichen politischen Systems rationeller ist, das Zustandekommen von Vormachtstellungen zu verhindern, als nachher mit unzureichenden Ressourcen auf eine missbräuchliche Ausnützung der Marktposition hin zu „kontrollieren“.

4. Spezifische Eigentumsbeschränkungen zur Pluralismussicherung:

Es gibt in einzelnen Ländern Vorschriften, die eine maximale Kapitalbeteiligung eines Einzelaktionärs bei einem Rundfunkveranstalter festlegen. Damit soll der Einfluss eines Mehrheitsaktionärs verringert und die Aktionärsvielfalt gefördert werden, in der Hoffnung, dass dadurch eine publizistische Vielfalt im Programm eintritt. Eine zweite Zugangsbeschränkung besteht darin, bestimmten branchenfremden Unternehmen keinen „entscheidenden Einfluss“ auf lokale Radio- und Fernsehstationen zu gewähren.

5. Herstellung von Transparenz:

In der Mehrzahl der europäischen Länder werden Auskünfte und Informationen zwecks Erfassung der Folgen unternehmerischer Aktivitäten eingefordert. In der Schweiz hat ein Veranstalter vor Sendebeginn zu „beweisen“, dass er finanzkräftig ist, über das nötige Betriebskapital und allenfalls über Kredite verfügt. Zusätzlich verpflichten sich die Konzessionsinhaber, vorgängig Meldung zu erstatten, wenn Beteiligungsveränderungen (ab 5 Prozent des Aktienkapitals) angestrebt werden oder die Konzession an Dritte weitergegeben werden möchte. Darüber hinaus hat der Konzessionsinhaber auf Verlangen der Behörden Aufschluss über Geschäftsbedingungen, Sponsoring, Erfolgsrechnung, Bilanzen etc. zu geben.

Fehlende Qualitätssicherung bei der europäischen und nationalen Medienpolitik

Für die EU-Kommission stellt die Sicherstellung von Meinungspluralismus, die Sicherung von publizistischer Vielfalt, die Sicherung publizistischer Qualität und die Sicherung der Medien-Unabhängigkeit von ökonomischen Interessen kein Ziel dar. Sie widersetzt sich nicht nur einer Richtlinie über die Medienkonzentration, sondern fördert solche Multimedia-Unternehmen, die in der Lage sind, eine Stärkung der europäischen Programm- und Telekommunikationsindustrie auf der einen Seite zu ermöglichen und die Konvergenz von Telekommunikations-, Rundfunk-, Computer- und Datentechnik zu vollziehen. Die EU-Kommission hofft auf eine harmonisierte Medien- und Telekommunikationsgesetzgebung, um gegenüber der amerikanischen Initiative für neue globale Informationsnetze bestehen zu können. Wenn die EU-Wettbewerbsbehörde gegen Konzentration im Medien- und Telekommunikationsbereich einschreitet, so tut sie das aus rein ökonomi-

schen Gründen. Sie will nämlich lediglich verhindern, dass Wachstumspotentiale wegen Konzentrationsprozessen nicht optimal ausgeschöpft werden.

Im Zuge der europaweiten Deregulierung haben sich zunehmend auch schweizerische Behörden und Medienunternehmen von der Aufgabe entbunden, für alte und neue Veranstalter und Produkte gesellschaftliche Zielsetzungen im öffentlichen Interesse zu formulieren. Die Einforderung von publizistischer Vielfalt, Qualität und Unabhängigkeit erfolgt kaum noch, weil diese Grundwerte immer stärker lediglich als Kostenfaktoren im medienpolitischen und unternehmerischen Kalkül betrachtet werden.

Schliesslich sind es die vielfältigen Kapitalverflechtungen, die eine unabhängige und aufgeklärte Medienberichterstattung verunmöglichen. Dabei hätte auch hier die Öffentlichkeit ein Recht darauf zu erfahren, unter welchen Bedingungen Nachrichten, Meinungen, Ereignisse, Werthaltungen, Leitbilder, Konflikte und Interessen konstruiert werden.

Literatur

- Expertenkommission, 1982: Bericht der Expertenkommission für eine Mediengesamtkonzeption. EDMZ. Bern.
- Glötz, Peter, 1994: Der unheimliche Mogul. In: „Die Woche“ vom 21. Juli. Hamburg.
- Gomery, Douglas, 1989: Media Economics: Term of Analysis. In: Critical Studies in Mass Communication, Vol. 6. Nr. 1.
- Heinrich, Jürgen, 1994: Keine Entwarnung bei Medienkonzentration. In: Media Perspektiven 6.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 1992: Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt (Grünbuch der Kommission). Brüssel.
- Langenbacher, Wolfgang, 1994: Wer kontrolliert Kirch? Die neue Gleichgültigkeit gegenüber Medienmacht. In: „Die Woche“ vom 28. Juli. Hamburg..
- Meier, Werner A./Heinz Bonfadelli/Michael Schanne, 1993: Medienlandschaft Schweiz im Umbruch. Basel.
- Rager, Günther/Weber, Bernd (Hrsgs.), 1992: Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien – mehr Inhalte? Düsseldorf.
- Sanchez-Taberno, Alfonso, 1993: Media Concentration in Europe. Commercial Enterprise and the Public Interest. Düsseldorf.
- Thiel, Michael, 1992: Presseunternehmen in der Fusionskontrolle. München.
- Turow, Joseph, 1994: Hidden Conflicts and Journalistic Norms: The Case of Self-Coverage. In: Journal of Communication 44/Heft 2.

Ergänzungen zur nebenstehenden Grafik

Aus Platzgründen fehlen die *Curti-Medien* (Weltwoche, Bilanz), teilweise im Besitz von „Basler Zeitung“ und deutschem Konzern Holtzbrinck (Handelsblatt, S.Fischer, Rowohlt); es fehlt die *NZZ*, der das „St.Galler Tagblatt“ gehört, die daran ist, den „Bund“ zu übernehmen und „Einfluss“ auf das „Journal de Genève“ und die Inserateagentur „Publicitas“ hat. *Ringiers Auslandoperationen* wurden durch Finanzspritzen der rechtsstehenden Verleger Gannett (USA Today) und Kirch (Springer, SAT 1, PRO 7)) möglich. Über das „Deutsche Sportfernsehen“ ist Ringier auch mit Berlusconi verhängt (33,5 Prozent an DSF) sowie über die Haniel-Holding, über die Metro-Gruppe in Baar.

