

Klaus Betz

Volker Schulze: Im Interesse der Zeitung. Zur Kommunikationspolitik des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger vom Ausgang der sechziger bis zum Beginn der neunziger Jahre 1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.1.4375>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Betz, Klaus: Volker Schulze: Im Interesse der Zeitung. Zur Kommunikationspolitik des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger vom Ausgang der sechziger bis zum Beginn der neunziger Jahre. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 1, S. 58–60. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.1.4375>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Volker Schulze: Im Interesse der Zeitung. Zur Kommunikationspolitik des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger vom Ausgang der sechziger bis zum Beginn der neunziger Jahre

Frankfurt/M.: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation (IKM) 1994
(= Medienwissenschaftliche Reihe. Bd.2), 438 S., DM 78,-, ISBN 3-927282-26-x

Als verschüchterter und noch völlig orientierungsloser Erstsemester-Student geriet der Rezensent im April 1970 in ein Hauptstudiumsseminar im Fach Publizistik an der Freien Universität Berlin. Den Namen des Dozenten, Manfred Kötterheinrich, kannte er vom *Spiegel*. Dort nämlich war dieser mit einer vernichtenden Kritik an den traditionellen Vertretern seines Faches zitiert worden, die er pauschal als "wissenschaftliche Dünnbrettbohrer" titulierte hatte. Der "Neue" sollte sich vorstellen: "Betz" - "Aus Düsseldorf?" - "Ja, dort geboren" - "Verwandt mit Anton Betz?" - "Ja, warum?" - "Da bist Du hier wohl im falschen Seminar, mit BDZV-Zöglingen haben wir nichts am Hut!". Der Student trollte sich und blieb im ersten Semester jeder Veranstaltung in seinem Hauptfach Publizistik fern.

Dies war die erste - wenn auch noch unbewußte - Begegnung des Rezensenten mit dem BDZV, dem "Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger". Erst Monate später klärte sich das Mißverständnis auf: Nicht mein Onkel Anton war gemeint, sondern der Verleger der *Rheinischen Post* (Düsseldorf!), Erzkonservativer und Präsident des BDZV in den sechziger Jahren. Mit dieser Art von Journalismus wollte man damals nichts zu tun haben an der FU, versammelten sich im BDZV doch Reaktion, Alt-Verleger (= Alt-Nazis) und erzkatholischer Klüngel - nach Art des Anton Betz eben. Und dessen Nachfolger, der legendäre Johannes Binkowski aus dem schwäbischen Aalen, war kaum dazu geeignet, dieses Feindbild zu korrigieren. Dies lag dann auch nicht in der Absicht von Binkowski und dem BDZV. Vielmehr fühlte man sich mit den konservativen Vertretern der Publizistikwissenschaft wie der Mainzer Professorin Noelle-Neumann verbunden, die sich der empirischen Forschung verschrieben hatte und von der keine unerbetene Einmischung in Verbandsangelegenheiten zu erwarten war - sondern im Gegenteil auf Bitten hin gefällige Gutachten gegen jedwede linke Bestrebung im bundesdeutschen Journalismus.

Die Hilfe Noelle-Neumanns und verwandter Wissenschaftler war durchaus vonnöten, drängte doch nicht nur von der FU eine neue Generation von Absolventen in die Redaktionen, sondern erstarkte auch die dju/IG Druck und Papier; zudem besannen sich zahlreiche Journalisten auf ihre "Pressefreiheit": Journalistenausbildung, Tendenzschutz, Redaktionsstatute, Mitbestimmung, Entflechtung - diese Schlagworte bestimmten fortan die kommunikationspolitische Debatte. Der BDZV blieb seiner Tradition als wertekonservativer bzw. wirtschaftsliberaler Standesverband treu: "Pressefreiheit setzt den Besitz an Presseunternehmungen voraus - basta!

Die Härte dieser kommunikationspolitischen Kontroverse von 1967 bis ca. 1975, die im Grunde eine gesellschaftspolitische war, kommt im vorliegenden Werk über die *Kommunikationspolitik des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger* nicht zum Ausdruck. Vielmehr scheint es sich um einen Diskurs unter Gentlemen über den kleinsten gemeinsamen Nenner gehandelt zu haben. Ein Gentlemen-Agreement aber waren weder die - zeitweilig zahlreichen - Redaktionsstatute, noch die dem BDZV abgetrotzten Zugeständnisse in Sachen Ausbildung, Anti-Konzentrationsmaßnahmen und (Selbst-)Kontrolle der Presse. Hier macht es sich nachteilig bemerkbar, daß der Autor ausschließlich dem gedruckten Wort gefolgt ist - ein wenig Zeitzeugenbefragung und oral history hätten der Publikation gut getan.

Ansonsten jedoch stellt das Werk einen hervorragenden und nahezu vollständigen Überblick über die Entwicklung des 1954 gegründeten BDZV dar, der auch die vielen kommunikationspolitischen Irrungen und Wirrungen des Verbandes widerspiegelt und diese auf interne wie externe Interessengegensätze zurückführt. Insbesondere der dem BDZV innewohnende nahezu antagonistische Widerspruch

zwischen tradiertem Verlegerbild und modernem Marktmanagement - beispielhaft gezeigt am Lavieren des Verbandes gegenüber dem "dualen Rundfunksystem" - wird eindrucksvoll offengelegt.

Zusammenfassend und abschließend kennzeichnet Volker Schulze die Medienpolitik völlig zutreffend wie folgt: "Seine [des BDZV; K.B.] medienpolitische Strategie mußte sich an der jeweiligen politischen und rechtlichen Situation orientieren. Der damit verbundene Zwang, sich auf Entwicklungen einzustellen, und der Umstand, daß der Verband aufgrund seiner Mitgliederstruktur in einem permanenten Spannungsverhältnis zwischen den Ansprüchen einer großen Zahl kleiner und mittlerer Verlage sowie einer vergleichsweise geringen Zahl großer Presseunternehmen stand, bedingten wiederholt Kursänderungen seiner Kommunikationspolitik" (S.400).

Klaus Betz (Berlin)