

Gerd G. Kopper (Hrsg.): Marktzutritt bei Tageszeitungen. Zur Sicherung von Meinungsvielfalt durch Wettbewerb.- München: Saur 1984, 185 S., DM 36,-

Nach der intensiven Diskussion um Fragen der Pressekonzentration und Meinungsvielfalt in den siebziger Jahren (vgl. z.B. die Kontroverse Knoche/Schulz versus Noelle-Neumann) schien es so, als ob dieser

Problembereich in den Hintergrund der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung gerückt sei. Das von Kopper 1984 herausgegebene Buch belegt, daß die Problematik von Meinungsvielfalt und Wettbewerb noch nicht abgetan ist.

Auf hohem analytischem Niveau wird in diesem Buch der Frage nachgegangen, ob die Medienorganisation über den Markt prinzipiell in der Lage ist, die Meinungsvielfalt zu sichern. Als Prüfstein hat Kopper nicht, wie bisher in der Pressekonzentrationsforschung üblich, die Marktstruktur (z.B. Zahl der Anbieter), das Marktverhalten (z.B. Verdrängungsstrategien) oder das Marktergebnis (z.B. Inhalte der Publikationen) gewählt; ihn interessiert vielmehr, ob der freie Marktzutritt im Pressewesen tatsächlich gewährleistet ist.

Kopper rückt damit ab von der Analyse der Pressekonzentration, die an der funktionalen Wettbewerbstheorie orientiert ist, und greift mit dem Marktzutritt ein wesentliches Element der neuklassischen Wettbewerbstheorie auf. Sein Ziel ist es jedoch zu belegen, daß sich diese beiden zentralen Konzepte der Wettbewerbstheorie zur Analyse von Pressekonzentration und Meinungsvielfalt nicht eignen, da sie bei den pressenspezifischen Organisationsstrukturen und Rahmenbedingungen des publizistischen Wettbewerbs nicht anwendbar sind. Gleich zu Beginn des Buches formuliert Kopper deshalb die These, daß ein wesentliches Element des Wettbewerbs in seiner normativ konstitutiven Begründung, nämlich der real mögliche Zutritt neuer wettbewerbsfähiger Meinungsträger, in der Marktpraxis ausgeschlossen sei.

Diese These wird im Hauptteil des Buches unter historischen, statistischen, wirtschaftspolitischen, wettbewerbstheoretischen und -rechtlichen Gesichtspunkten untersucht. Es wird der juristische Rahmen erörtert und eine Politik zur Senkung von Marktzutrittsbarrieren diskutiert. Den Schluß des Buches bilden die Ergebnisse einer kommunikationspolitischen Umfrage, gerichtet an die Fraktionen von CDU/CSU, SPD und FDP im Deutschen Bundestag.

Das Buch enthält u.a. Beiträge von K. Koszyk ('Marktzutritt von 1949-1954'), W.J. Schütz ('Statistik zum Marktzutritt'), H. Gebhardt ('Zeitungsgründungen im 19. Jahrhundert bis zur Weimarer Republik'), S. Klaue ('Wettbewerbsrechtliche Regelungen'), K.E. Gustafsson ('Presseförderungsmaßnahmen in Schweden'), U. Branahl ('Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts').

Aus medienwirtschaftlicher Sicht besonders interessant sind die Beiträge von J. Heinrich ('Marktzutritt als Systemelement des Wettbewerbs') und B.-P. Lange ('Vielfalttheorem und funktionaler Wettbewerb im Zeitungsmarkt: Realistisches Leitbild oder Ideologie?'), da in diesen beiden Aufsätzen aus der Wettbewerbstheorie und -politik bekannte Konzepte unter den besonderen Bedingungen des Zeitungsmarktes getestet werden. Beide Autoren weisen begrifflich präzise und analytisch klar nach, daß Produktvielfalt nur im Ausnahmefall, Meinungsvielfalt aber in keinem Fall gesichert ist, wenn ein funktionalistischer Grundansatz oder ein neuklassisches Modell in der Wettbewerbspolitik für das Pressewesen angewendet wird. Die Autoren dieses Bandes sprechen sich deshalb für staatliche Markteingriffe in vermachtete Märkte aus und schlagen die Bildung von gemeinnützigen Pressestiftungen vor.

Die Analyse von Kopper u.a. ist in ihrer methodischen Gründlichkeit und Komplexität zu begrüßen. Einige Punkte sind jedoch zu kritisieren: (1) Implizit wird angenommen, daß derzeit mangelnde Vielfalt und eine geringe publizistische Leistung gegeben seien. Diese Annahme wird nicht belegt. (2) Das gewählte Marktabgrenzungskonzept, d.h. die Beschränkung auf den Markt der lokalen und regionalen Tageszeitungen, erscheint unzureichend, wenn umfassende Fragen des Marktzutritts und des publizistischen Wettbewerbs untersucht werden sollen, da z.B. Fragen des intermediären Wettbewerbs ausgeklammert werden. (3) Die Autoren empfehlen wirtschaftspolitische Instrumente des staatlichen Interventionismus, um die Markteintrittsschranken zu senken. Es erscheint zweifelhaft, ob die Staatsferne des Pressewesens dann noch gewahrt werden kann.

Matthias Hensel