Protokoll der Sitzung vom 24.7.68 der Arbeitsgruppe II

Zunächst referierte Herr Bröhl, Redakteur bei der NZ, aus seiner genauen Kenntnis des Springer-Konzerns.
Folgende Punkte wurden erwähnt:
1. Die direkte Beeinflussung von Journalisten bei Springer
2. Die Anzeigenwerbung
3. Der Vertrieb

I. Allgemein werden Journalisten nicht direkt beeinflusst. Der einzig bekannte Fall ist der der Redakteure des 'Mittag', denen beim Aufkauf durch Springer Gehaltsaufbesserungen von ca. 500,-- DM geboten wurden, falls die Journalisten auf Springer-Kurs einschwenkten. Etwa die Hälfte der Redakteure lehnte ab und wurde entlassen.
Die Beeinflussung der Redakteure geschieht weitgehend unter dem Vorwand technischer Sachzwänge. Rohinformationen der Redakteure werden von den einzelnen Redaktionen nach Hamburg geschickt, wo sie von einem brain-trust (der einheitlich für die gesamten Springer-Erzeugnisse arbeitet) sowohl im lay-out als auch in der Tendenz auf Springer-Kurs gebracht werden. Die fertige Zeitung wird entweder als Lochstreifenband oder als Mater den Druckhäusern zugestellt.
Springerredaktionen sind im allgemeinen etwa doppelt so stark besetzt wie Redaktionen anderer Zeitungen. Die sofortige Austauschbarkeit der Redakteure ist gewährleistet.
Die Individualität des einzelnen Redakteurs wird scheinbar durch die Möglichkeit garantiert, Aufträge ablehnen zu können.
Der Inhalt der Springer-Zeitungen, besonders aber der 'Bild' ist stark demoskopisch ausgerichtet.
Eine weitere Möglichkeit der Beeinflussung hat sich Springer durch den Springer-Auslandsdienst (SAD) geschaffen. Hier werden Auslandsnachrichten an alle Zeitungen verkauft, die weit unter dem Preisniveau von ap/upi/dpa liegen. Kleine Zeitungen sind oft auf diese billigen Nachrichten angewiesen. Für den Leser sind SAD-Meldungen nicht erkenntlich, da die Zeitungen nicht verpflichtet sind, die Quelle anzugeben.

II. Zum Thema Anzeigen meinte Herr Bröhl, dass Springer durch eine systematisch betriebene Kampagne ("Zeitungssterben") den Trend der Anzeigengeber von den Tageszeitungen zu den Illustrierten weiter verstärkte und so die durch die starke Degression der

Anzeigenpreise schwache finanzielle Basis kleiner Zeitungen noch weiter schwächt.

III. Zum Thema Pressefreiheit vertrat Herr Brühl in der Diskussion die Ansicht, dass sie sich weitgehend auf eine Gewerbefreiheit für die Besitzer von Produktionsmitteln auf dem Pressesektor reduziert habe.
Ferner stellte sich in der Diskussion heraus, dass das Problem Springer kausal mit der totalen Entfremdung des Menschen in dem jetzigen gesellschaftlichen System zusammenhängt, und dass Springer, besonders in 'Bild', die allgemeine Tendenz zur Flucht aus der Realität in eine Traumwelt nutze (und damit fördere), indem er die unterschwelligen Sehnsüchte und Ängste der Massen je nach seiner politischen Meinung verstärke oder abschwäche.

IV. In einem weiteren Referat untersuchte Dr. Koppenstein die z.Zt. gegebenen juristischen Möglichkeiten, das Springer-Problem anzufassen. Entflechtung oder Auflagenbegrenzung ist nach geltendem Recht nicht ohne weiteres möglich; Entflechtung evtl. über Art. 14 GG. Nach dem Wettbewerbsrecht sind Lieferboykotte (Pardon), Anzeigenboykotte (DFU, Neuss) verboten, falls sie aus rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten geschehen. Pressionen aus politischen Gründen (Blinkfüer) sind hingegen erlaubt. Der diesbezügliche Urteilsspruch des BGH von allgemein von Juristen angegriffen. In der Springer'schen Anzeigenpolitik (Rabattstaffeln) liesse sich evtl. über die Kartellgesetzgebung vorgehen; das müsse genau geprüft werden.
An diese Ausführungen schloss sich eine Diskussion an, in der die Unabhängigkeit der Richter in Deutschland stark in Zweifel gezogen wurde (DFU, Kurras, Teufel, Blinkfüer). Nach einem Referat nach Dahrendorf's Untersuchung über Richter in Deutschland soll entschieden werden, ob man den Justizweg in Betracht zieht.

Da der Protokollant um 18 Uhr gehen musste, folgt der 2. Teil des Protokolls noch.