

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Doris Achelwilm, Dr. Petra Sitte, Simone Barrientos, Martina Renner und der Fraktion DIE LINKE.

Transformationsförderung für Presseverlage

Angesichts der ökonomischen Krise des Journalismus und der dadurch sinkenden Pressevielfalt insbesondere bei lokalen und kleinen Zeitungen diskutieren Politik, Zeitungsverlage und Öffentlichkeit seit Jahren über staatliche Fördermöglichkeiten für die Presselandschaft. Mit dem Ziel, „die bundesweite Versorgung mit Presseerzeugnissen flächendeckend sicherzustellen“ (vgl. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/16690), hat die Bundesregierung nach Verhandlungen Ende 2019 reagiert und aus dem Etat des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) eine Zustellförderung in Höhe von 40 Mio. Euro anberaumt, die in der Bereinigungssitzung des Haushaltsausschusses am 14. November 2019 „unter Sperrvermerk“ beschlossen wurde. Nachdem das zur Ausschüttung notwendige Konzept erst kürzlich nachgereicht wurde, ist diese Beschlusslage mit dem Zweiten Nachtragshaushalt zur Corona-Krise mit Beschluss vom 2. Juli 2020 wieder verworfen worden. Mit 220 Mio. Euro soll stattdessen jetzt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) in den kommenden Jahren Zeitungsverlage bei der digitalen Transformation, beim Absatz und bei der Zustellung ihrer Produkte unterstützen. 20 Mio. Euro davon sollen noch im laufenden Jahr freigegeben werden. (<https://www.sueddeutsche.de/medien/zeitungen-foerderung-subventionen-verlage-1.4954897>). Werdegang und Konzept für die im Schnellverfahren neu zugeschnittene Förderung für die „digitale Transformation des Verlagswesens“ sind nach Ansicht der Fragestellenden weitgehend unklar.

Unabhängiger, recherché- und faktenbasierter Journalismus ist als Grundlage demokratischer Meinungs- und Willensbildung und öffentlicher Kontrolle von Politik und Wirtschaft unerlässlich. Journalismus und qualifizierte Medien sind Voraussetzung für die mediale Teilhabe der Bevölkerung an relevanten Informationen und Diskursen und stehen dabei vor zunehmend existenziellen Herausforderungen: Die Gesellschaft ist durch eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten mit unterschiedlichen Interessen und Mediennutzungsgewohnheiten geprägt. Medienkonzentrationsprozesse und Umstrukturierungen bedrohen Pressevielfalt und redaktionelle Arbeitsplätze im Printbereich. Die Möglichkeiten medialer Interaktion und Verbreitung nehmen im Internet für Senderinnen und Sender und Empfängerinnen und Empfänger zu, während Megaplattformen wie Google, Facebook und YouTube politische und ökonomische Medienmacht auf sich vereinen (<https://www.medienpolitik.net/2020/07/die-foerderung-alleine-wird-keine-erfolgreiche-transformation-bewirken/>) und nach Ansicht der Fragestellenden weitgehend unreguliert Algorithmen und Daten kontrollieren.

Gerade lokalen, inhaltlich profilierten, weniger kommerziell orientierten Redaktionen fehlen nach Ansicht der Fragestellenden die Ressourcen, auf den

Gesellschafts- und Medienwandel und die komplexen Ansprüche technisch adäquat zu reagieren. Während Rücklagen aufgebraucht und Redaktionen geschrumpft sind, brauchen Redaktionen, die am Markt bestehen wollen, Personal, Kapital und Risikobereitschaft, um journalistische und redaktionelle Angebote anderweitig zu monetarisieren als über konventionelle Abverkäufe, Abos und Annoncen. Diese Aufgabe stellt für viele Verlage eine strukturelle Überforderung dar (ebd.).

In den letzten 30 Jahren hat sich die Druckauflage der in Deutschland ansässigen Lokal- und Regionalzeitungen halbiert (<https://www.mdr.de/medien360g/medienkultur/zukunft-der-lokalzeitung-100.html>), unter Corona hat sich die Dynamik des sog. Zeitungssterbens durch Anzeigeneinbrüche teils drastisch verschärft. Diese Entwicklung ist nach Ansicht der Fragestellenden auf verschiedenen Ebenen höchst problematisch und politisch. Studien zeigen, dass ohne lokale Medien und qualifizierte Pressevielfalt die Wahlbeteiligung sinkt (<https://www.news.uzh.ch/de/articles/2018/lokaljournalismus.html>), zivilgesellschaftliches Engagement zurückgeht (<https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/679749>) und Machtmissbrauch und Wirtschaftskriminalität (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3175555) steigen.

Die flächendeckende Versorgung etwa mit Lokaljournalismus liegt im Interesse von Demokratie und Gemeinwohl und kann nicht allein Marktprozessen unterliegen. Da gleichwohl die politische Unabhängigkeit der Medien gegen staatliche Einflussnahme auf Rundfunk und Presse gesichert sein muss (Artikel 5 Absatz 1 des Grundgesetzes (GG)), braucht es nach Ansicht der Fragestellenden öffentliche Fördermodelle, die möglichst staatsfern und transparent entwickelt und umgesetzt werden.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wann, und wie wird das federführend im BMAS erarbeitete Konzept zur „Förderung der Zustellung von Abonnementzeitungen und Anzeigenblättern“ im Bundestag vorgelegt?
2. Welche Verbände und Interessenvertreterinnen und Interessenvertreter wurden bei der Konzeption des ursprünglichen Förderansatzes zur Pressezustellung in welcher Form angehört oder konsultiert (bitte datumsweise auflisten)?
3. Wann, und wie soll das federführend im BMWi erarbeitete Konzept zur „Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementszeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern“ dem Parlament vorgelegt werden?
4. Welche Verbände und Interessenvertreterinnen und Interessenvertreter wurden bei der Konzeption des neuen Förderansatzes in welcher Form angehört oder konsultiert (bitte datumsweise auflisten)?
5. Unter welchen Voraussetzungen fand das Treffen zur Medienförderung am 6. August 2020 im BMWi statt, wer war eingeladen und nahm teil, was war Beratungsgrundlage, welche Anregungen wurden seitens der Bundesregierung aufgenommen?
6. Wie begründet die Bundesregierung ihre Entscheidung gegen die vormals angedachte, auf die Zustellung von Anzeigenblättern und Abonnementzeitungen beschränkte Förderung?
7. Was bewog die Bundesregierung dazu, die ursprüngliche Förderhöhe und den möglichen Kreis der Zuwendungsempfängerinnen und Zuwendungsempfänger auszuweiten?

8. Wie soll die neue Fördersumme von 220 Mio. Euro auf „Absatz“, „Verbreitung“ und ggf. weitere Bereiche aufgeteilt werden?
9. Sollen ausschließlich einzelnen Verlagshäusern und Medienstrukturen auf Antrag Zuwendungen bereitgestellt werden, oder sollen (auch) branchenweite Projekte unterstützt werden, und wenn ja, in welcher Form?
10. Wie plant die Bundesregierung, die Staatsferne dieser Förderung sicherzustellen?
11. Wie wird sichergestellt, dass insbesondere kleinere Verlage von den Mitteln profitieren und nicht nur solche, die aufwändige Kofinanzierungen leisten können?
12. Können werbefinanzierte Lokalmedien, für die digitale Umstrukturierungen größeren Umfangs aktuell nicht in Frage kommen, ebenfalls von der Förderung profitieren?
13. Inwiefern ist geplant, für die Vergabe der Fördermittel die Arbeitssituation der Beschäftigten in den begünstigten Verlagen, etwa die Einhaltung von Tariflöhnen, zur Bedingung zu machen?
14. Inwieweit ist vorgesehen, den redaktionellen Anteil eines Medientitels zur Bedingung für die Förderfähigkeit zu machen?
15. Inwieweit ist vorgesehen, die Einhaltung des Pressekodex zur Bedingung für die Förderfähigkeit zu machen?
16. Wann sollen das Förderkonzept, die Förderrichtlinie und das Umsetzungskonzept parlamentarisch vorgelegt und der Öffentlichkeit präsentiert werden?
17. In welchem Zeitraum ist nach Auffassung der Bundesregierung mit einer beihilferechtlichen Prüfung durch die Europäische Kommission zu rechnen, und wie ist die Einschätzung der Bundesregierung, wann die bereitgestellten 20 Mio. Euro abgerufen werden können?

Berlin, den 14. September 2020

Amira Mohamed Ali, Dr. Dietmar Bartsch und Fraktion

