

## Weniger Pressevielfalt in 2012?

**W**ie viele Nudelsorten zu welchen Preisen im Feinkostgeschäft, im Supermarkt oder beim Discounter zu haben sind, das regelt allein der Markt. Das gilt auch für die Frage, welche schwäbischen Spätzle-Sorten es bis nach Hamburg oder Potsdam schaffen.

Im Zeitungs- und Zeitschriftenhandel verhält es sich anders. Ein bundesweites Großhandelssystem – das „Presse-Grosso“ – unterstützt die Vielfalt des Presseangebots: Titel mit kleiner Auflage können eine Vertriebsstruktur nutzen, die nur deshalb so effektiv sein kann, weil sie von den großen Titeln getragen wird. Dadurch können auch Newcomer und Spezialzeitschriften bis zu 120 000 Presseverkaufsstellen in Deutschland erreichen.

Das ist, davon sind alle politischen Lager überzeugt, gut für Meinungsvielfalt und Demokratie – im Unterschied zu den Nudeln, deren Vielfalt allein von den Verkaufsstrategien des Handels abhängt. Die Konstruktion des „Presse-Grosso“ ist ziemlich kompliziert. Der jeweilige Großhändler hat in der Regel ein regionales Monopol. Im Gegenzug muss er alle Titel objektiv gleich behandeln. Der Großhändler bestimmt, welcher Kiosk wie viele Exemplare eines Titels bekommt. Dafür hat er nicht verkaufte Exemplare zurückzunehmen.

2012 wird sich herausstellen, ob dieses freiwillige Gemeinschaftswerk der Verlage und des Großhandels auch in Zukunft funktionieren wird. Der Heinrich-Bauer-Verlag aus Hamburg („Das neue Blatt“, „Bravo“, „TV-Movie“) greift aus Eigennutz wesentliche Teile des Systems gerichtlich an. So verhandelt in diesem Monat das Kölner Landgericht die Kartellfrage, also die Frage, ob der Grosso-Verband Verträge für alle seine Mitglieder abschließen darf und damit funktionsfähig bleibt. Bisher waren alle Beteiligten da-

### FORUM MEDIEN

Werner Schwaderlapp über die Zukunft des „Presse-Grosso“



mit einverstanden. Sagt das Gericht – wie von Bauer gefordert – „nein“, kann nur noch der Gesetzgeber helfen, sonst markiert das neue Jahr den Anfang vom Rückgang der Pressevielfalt in Deutschland.

**Der Autor** ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.