



Vertreibung aus dem Paradies

Rainer Butenschön* über die aktuelle Situation der Medienbranche

In: *express*, [Zeitung für sozialistische Betriebs- und Gewerkschaftsarbeit](#), 02/2015

Zeitungssterben, Medienkrise – seit einigen Jahren sind diese Schlagwörter in aller Munde. Rainer Butenschön wirft einen Blick auf die Situation in den deutschen Printmedien, die sich inzwischen längst zu Multimediakonzernen und Hochburgen prekärer Arbeitsverhältnisse entwickelt haben.

Erst Streik, dann Massenentlassungen. Als der Medienkonzern Madsack am 30. September 2014 sein Kundenservicecenter (KSC) in Hannover schloss und allen 87 Beschäftigten kündigte, war dies »die zynische Machtdemonstration eines Konzerns, der seine Gewinnmargen durch Tariffucht und Niedriglöhne sichern will«, empört sich ver.di-Vize Frank Werneke. Die Massenkündigungen beendeten einen wenig beachteten Arbeitskampf einer kleinen Belegschaft, den längsten Streik in der deutschen Zeitungsgeschichte. Sie setzten den brutalen Schlusspunkt hinter einen über 17 Monate mit insgesamt 117 Streiktagen geführten Kampf um einen Haustarifvertrag für die KSC-Beschäftigten.

Sie waren das Ende des Ringens in einer outgesourceten Billiglohnfirma, die der Madsack-Konzern noch vor zwei Jahren zum führenden deutschen Servicecenter der Zeitungsbranche hatte ausbauen wollen – selbstverständlich ohne Tarifbindung. Und es war ein Lehrstück über die Schwierigkeiten des gewerkschaftlichen Kampfes in einer Branche, die vom Medienkapital mit zunehmender sozialer Rücksichtslosigkeit neu strukturiert wird.

So hatte Madsack im Jahr 2000 die telefonische Kundenbetreuung aus dem Mutterhaus, der Verlagsgesellschaft Madsack, in die tariflose Tochter KSC ausgegliedert. 13 Jahre lang gab es dort keine Lohnerhöhung – ein Kaufkraftverlust von mehr als 30 Prozent für die KSC-Beschäftigten. Im KSC waren die meisten Mitarbeiter nur befristet eingestellt, fast alle erhielten nur Teilzeitarbeitsverträge, das Gros wurde mit Stundenlöhnen zwischen 8,50 Euro und 9,20 Euro abgespeist, Schülerhaushilfen mit 6,50 Euro. »Die Arbeiten, die wir zu erledigen haben, wurden vor der Ausgliederung von tarifgebundenen Verlagsangestellten geleistet«, erläuterte ein Mitglied der KSC-Streikleitung. Wäre das noch immer so gewesen, hätten die KSC-Beschäftigten 16,50 Euro pro Stunde verdient – dabei sind auch die Tariflöhne nur unterhalb des verteilungsneutralen Spielraums erhöht worden.

»Einer der mächtigsten Medienkonzerne Deutschlands exekutiert an seinen Beschäftigten eine frühkapitalistische Ausbeutungsstrategie«, analysierte Lutz Kokemüller, Medienfachbereichsleiter von ver.di Niedersachsen, das Verhalten der Madsack-Führung in den Niedriglohnbereichen des Konzerns. Der ist eine publizistische Großmacht mit lokalen und regionalen Zeitungsmonopolen in Niedersachsen, Sachsen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein. 18 Tageszeitungen und 37 Anzeigenblätter, private Postfirmen, Fernsehdienstleister, Logistikfirmen, Internetportale und Rundfunkbeteiligungen gehören

Madsack. Die DDVG, die Presseholding der SPD, ist mit rund 23 Prozent der größte Anteilseigner an der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover, die den Konzern dirigiert.

Totale Unterwerfung

Die Steigerung des Profits sei für die Konzernmanager um Madsack-Geschäftsführer Thomas Düffert »die einzige Leitlinie«, meint Kokemüller. Düffert, der intern gut angelsächsisch-militärisch als »Chief Executive Officer« (CEO) firmiert und sich in seinen Emails an die Belegschaft als »Kollege« vorstellt, habe von den KSC-Beschäftigten nicht weniger als »die totale Unterwerfung unter seine Niedriglohn-Strategie« gefordert.

Dazu waren diese nicht bereit. Still und leise hatten sich rund 50 Prozent der KSC-Beschäftigten im Frühjahr 2013 organisiert und auf Forderungen für einen Tarifvertrag mit höheren Löhnen verständigt. Die überraschte KSC-Führung versuchte die Unruhe mit individuellen Lohnzuschlägen für einige Mitarbeiter in den Griff zu bekommen, lehnte Gespräche mit ver.di und einen Tarifvertrag aber kategorisch ab. Dagegen zog eine Minderheit von knapp einem Drittel der Beschäftigten in den Streik – der Rest blieb aus Angst um den Arbeitsplatz passiv, einige wetterten zusammen mit dem Arbeitgeber gegen ver.di.

In den ersten Streiktagen gelang es, die Arbeit im KSC durcheinander zu bringen. Doch bald hatte die Firmenleitung Streikbrucharbeiten quer durch den Konzern und quer durch die Republik organisiert. Außerhalb gewerkschaftlicher und linker Medien fand der ungleiche Kampf David gegen Goliath so gut wie keine Beachtung. In allen Madsack-Publikationen wurde der Streik totgeschwiegen.

Doch mit bewundernswerter Moral zogen die immer selbstbewusster und illusionsloser werdenden Streikenden einen Tag um den anderen durch Hannover, machten besonders bei Madsack-Veranstaltungen auf ihr Anliegen aufmerksam, prangerten die Billiglohn-Praxis im Konzern an – und erfuhren mit Protestbriefen und -mails viel Solidarität. Eine unbekannte Zahl von Abonnenten kündigte ihr HAZ-Abonnement wegen der unsozialen »Kostensenkung auf dem Rücken der Beschäftigten«, wie ein Leser schrieb; mehrere tausend Euro Spenden gingen auf einem Soli-Konto ein. So konnten die wegen der Niedriglöhne im KSC magere ver.di-Streikgeldunterstützung aufge bessert und wirtschaftliche Notlagen der Aktivisten gelindert werden.

Auch auf die SPD und deren Madsack-Anteilseigner DDVG versuchten die Streikenden argumentativ Druck auszuüben – ernteten aber von der DDVG-Geschäftsführung im Auftrag der damaligen SPD-Schatzmeisterin Barbara Hendricks nur nette Worte (»Wir können nachvollziehen, wie die lange Zeitspanne ohne eine Gehaltsanpassung auf sie gewirkt hat«) und die Belehrung, dass eine zehnpromtente Umsatzrendite nicht überzogen, sondern »sehr gut ableitbar« sei.

Erst nach 81 Streiktagen gab die Unternehmensleitung ihre Blockade auf. Wegen eines sich abzeichnenden Image-Schadens nahm sie mit ver.di Tarifgespräche auf. Doch Madsack setzte nur auf Zeitgewinn, führte die Gespräche Runde um Runde mit »argumentativer Sprachlosigkeit« (ver.di) – und rechnete im Hintergrund Alternativen zum KSC durch.

Das Servicecenter, verlautbarte die Konzernführung überraschend im Frühsommer 2014, lasse sich im bundesweiten Wettbewerb wirtschaftlich nicht betreiben. »Dass wir rote Zahlen schreiben, hören wir erst, seitdem wir streiken«, empörte sich ein KSC-Betriebsrat über den Beschluss, das KSC dichtzumachen und dessen Aufgaben an eine andere Billiglohn-Firma zu vergeben, an MZ-Dialog in Halle. Die ist eine Tochtergesellschaft der *Mitteldeutschen Zeitung*, die zum Kölner Medienkonzern DuMont Schauberg gehört, der in den vergangenen Monaten mehrere hundert Arbeitsplätze abgebaut hat und wo aktuell die Belegschaft der Tochtergesellschaft *Hamburger Morgenpost* gegen Zergliederungspläne streikt.

Disziplinierung

Mit der Niederlage der KSC-Beschäftigten musste die Gewerkschaft ver.di einmal mehr eine Hoffnung begraben, mitten im Umbruch der Verlagswirtschaft in Deutschland tarifliche Geländegewinne erzielen und einen Leuchtturm für kämpferische Gegenwehr in einer Branche errichten zu können, die von den Unternehmern zunehmend tarif- und betriebsratsfrei gemacht wird – mit entsprechend disziplinierenden Auswirkungen auf Bewusstsein und Verhalten der vielfach verunsicherten und um ihren Arbeitsplatz fürchtenden Beschäftigten.

Dazu trägt ein Krisen-Diskurs bei, dessen implizite Annahmen durchaus fragwürdig sind. »Generell gefällt sich unsere Branche heute leider in einer großen Verdrießlichkeit«, beschreibt Burda-Vorstand Philipp Welte den öffentlichen Unternehmer-Blick (*Handelsblatt-Interview* vom 6. November 2014) auf die unter dem Schlagwort »Medienkrise« oder »Zeitungssterben« verhandelten Umbrüche. Der Grund sei, so Welte, »die schlichte Erkenntnis der Realität: Wir haben durch die Digitalisierung die Vertreibung aus dem Paradies erlebt«, so der Burda-Manager.

Wie konnte es dazu kommen? »Wir Verlage«, erläutert Welte, »haben noch vor nicht allzu langer Zeit von zwei mächtigen Erlösströmen gelebt – Anzeigen- und Vertriebs Erlösen. Verlage wurden groß in der Welt des Mangels an Information, des Mangels an Unterhaltung und des Mangels an Werbeflächen. Das war wunderbar, und in diesem sagenhaften Zweistromland gab es Umsatzrenditen von 30, 40 Prozent. Diese Zeit ist seit fünf, sechs Jahren definitiv vorbei, aber die durchschnittlichen Renditen sind immer noch zweistellig. Trotzdem tun viele so, als ob unsere Industrie unmittelbar vor dem Exitus stünde«, warnt Welte seine Managerkollegen vor Defätismus und »sinnloser Panik«. Er höhnt: »Das Erkennen der potenziellen eigenen Sterblichkeit, ein Motor der Marktwirtschaft, ist für Verlage offenkundig etwas völlig Neues.«

Tatsächlich ist die wirtschaftliche Lage der Branche schwer einzuschätzen. So haben die Tageszeitungen in den letzten zehn Jahren knapp ein Viertel ihrer Auflage verloren, so dass inzwischen weniger als 20 Millionen Zeitungsexemplare in Deutschland verkauft werden, schreibt der Medienforscher Horst Röper vom Formatt Institut in Dortmund (*Media Perspektiven*, Nr. 5/2014). Doch Auflagenverluste seien »weder Ursache noch Folge eines Zeitungssterbens«. So erregten die Einstellung der *Financial Times Deutschland* oder die Insolvenzen von *Frankfurter Rundschau* oder der *Abendzeitung* in München zu Recht Aufsehen. Tatsächlich aber, so Röper, seien nur wenige Titel vollständig verschwunden, während »gerade der im deutschen Markt dominante Typ der Regionalzeitung (...) in den letzten Jahren etliche Lokalausgaben eingestellt und sich damit auf das jeweilige Kernverbreitungsgebiet zurückgezogen« habe: »Lokalausgaben in nachrangigen Wettbewerbspositionen wurden und werden aufgegeben oder inhaltlich gleichgeschaltet. Die Vielfalt schwindet. Der am lokalen Geschehen interessierte Zeitungskäufer hat immer häufiger keine Wahl mehr zwischen redaktionell unterschiedlichen Titeln.«

Daten fehlen

Für ein fundiertes Urteil über die ökonomische Lage der Branche, so klagt Röper, »fehlen weiterhin belastbare Daten«. Diese Leerstelle ist zum einen Folge der Abschaffung der Pressestatistik. Deren Wiedereinführung wäre »mit ihrem umfangreichen Zahlenwerk das geeignete Mittel, um Gesellschaft und Politik zuverlässig über die Branche und ihre Krise zu informieren«, fordert Röper. Außerdem genießt die Medienbranche das anachronistische und europaweit singuläre Privileg des Tendenzschutzes. Das bedeutet, dass die Rechte der Beschäftigten und ihrer Betriebsräte gemäß Betriebsverfassung stark eingeschränkt sind. In Tendenzbetrieben gibt es – angeblich zum Schutz der Pressefreiheit – keine Wirtschaftsausschüsse und auch keine Beschäftigtenvertreter in den Aufsichtsräten. »Selbst veröffentlichte Bilanzen der Unternehmen lassen kaum Rückschlüsse zu«, urteilt Röper, »weil fast alle Unterneh-

men inzwischen crossmedial aufgestellt sind, nicht nur Zeitungen verlegen, sondern auch Anzeigenblätter und Zeitschriften, Beteiligungen am Privatfunk halten und Onlineportale betreiben. Insbesondere die größeren Unternehmen investieren zudem vermehrt in digitale Geschäfte jenseits der Medienbranche« – wie am deutlichsten das Beispiel des Springer-Konzerns zeigt, der mit Ausnahme von *Bild* und *Welt* alle seine Zeitungen und Zeitschriften an andere Medienkonzerne verkauft hat, um sich zugunsten hoher Investitionen in Internetportale und Online-Geschäfte aller Art neu auszurichten.

Wie die Zeitungsverkäufe – ausschließlich an andere Medienkonzerne – belegen, seien aber Tageszeitungen – und wohl auch Zeitschriften, wie sie jüngst der Funke-Konzern von Springer gekauft hat – »nach wie vor weit überwiegend ein interessantes Gut«, warnt Röper vor vorschnellen Schlüssen.

Unbestritten ist, dass der Verlust an Werbeeinnahmen vor allem die Tageszeitungen ökonomisch hart trifft. Im Jahr 2000, dem besten Jahr am Ende der für die Printmedien goldenen 1990er Jahre, hatten die Tageszeitungen Werbeeinnahmen von mehr als 6,5 Milliarden Euro; 2013 lagen ihre Werbeeinnahmen nur noch bei 2,9 Milliarden Euro (*Media Perspektiven*, Nr. 5/2014). Für die gesamten Printmedien gilt: Vor der Weltwirtschaftskrise 2007/2008 lagen ihre Nettowerbeumsätze bei 20,81 Milliarden Euro, 2013 waren sie um ein Viertel auf knapp 15,3 Milliarden Euro gesunken (Holger Artus in *Sozialismus*, Nr. 10/2014).

Lange Zeit haben die Konzerne die Werbeverluste durch teils kräftige Erhöhung der Vertriebspreise kompensiert. Diese Strategie ist endlich, da Preiserhöhungen auch Käufer abschrecken und nicht beliebig wiederholbar sind.

Milliarden-Monopoly

Vor diesem Hintergrund hat der Konzentrationsprozess in der Medienbranche in den vergangenen Jahren kräftige Schubkraft erhalten. Für 2013 zählte die Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie 254 Unternehmensaufkäufe im Bereich der Printmedien mit einem Volumen von 6,5 Milliarden Euro; dabei standen die Tageszeitungen mit 1,5 Milliarden Euro an erster Stelle. Erstmals, so die Analyse der Beratungsfirma weiter, machten »klassische mediale Geschäftsmodelle als Kaufobjekte weniger als die Hälfte der registrierten Übernahmen und Beteiligungen aus« – der überwiegende Teil seien Geschäfte mit digitalen Formaten oder E-Commerce (Artus in *Sozialismus*, Nr. 10/2014).

Das Formatt-Institut veröffentlicht alle zwei Jahre anhand der Auflagenanteile die publizistische Konzentrationsentwicklung unter den Zeitungsverlagen. Für den Stichtag 31. Dezember 2013 misst das Institut die bisher größte Rate: 59,3 Prozent der verkauften Auflage der deutschen (multimedial aufgestellten) Zeitungskonzerne werden von zehn Mediengruppen herausgegeben. Dazu gehören – der Größe nach sortiert – der Springer-Verlag, die Südwestdeutsche Medienholding (*Stuttgarter Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Rheinpfalz*, *Südwestpresse Ulm* u.a.); die Funke Mediengruppe (früher WAZ), die Mediengruppe Madsack (*Hannoversche Allgemeine Zeitung*, *Leipziger Volkszeitung*, *Märkische Allgemeine*, *Lübecker Nachrichten* u.a.), die Mediengruppe DuMont Schauberg (*Kölner Stadtanzeiger*, *Berliner Zeitung*, *Hamburger Morgenpost*, *Mitteldeutsche Zeitung* u.a.), die Verlagsgruppe Ippen (*Münchner Merkur*, *Hessisch-Niedersächsische Allgemeine*), die Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine, die Mediengruppe Rheinische Post aus Düsseldorf, die SPD-Medienholding DDVG und die Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Die meisten Verlagsgruppen folgen dabei der Strategie, die Stückkosten über Größenvorteile zu senken (*economies of scale*). Die Kehrseite dieser Konzentration nach außen ist eine scharfe Rationalisierung nach innen. Netzwerkartig werden die Arbeitsbeziehungen innerhalb der Konzerne neu strukturiert. Jede Arbeit soll – wo immer möglich – innerhalb des Konzerns nur einmal verrichtet werden. So entstehen zentrale Rechenzentren, Buchhaltungsfirmen, Callcenter, Personaldienstleister – meistens durch Ausgliederungen in tariflose Töchter. So

werden Löhne gesenkt, Arbeitszeiten verlängert und die gewachsene betriebliche Mitbestimmung klein gehackt.

Stellenabbau

Nach den Verlagsbereichen hat diese Rationalisierungswelle längst auch die Redaktionen erreicht: Funke und Madsack haben Zentralredaktionen gegründet, die die gesamte überregionale Berichterstattung der Konzernblätter und Internetportale einheitlich mit Information und Meinung bestücken, so dass den einst mit Vollredaktionen ausgestatteten Zeitungen die regionale und lokale Berichterstattung verbleibt. Nach Angaben der Zeitungsverleger ist die Zahl der Redakteure von 15300 im Jahr 2000 auf knapp 13300 im Jahr 2013 bei weiter sinkender Tendenz gefallen. Ähnlich sieht es bei den Zeitschriften aus. Röper berichtet: »Die Mehrzahl der entfallenden Stellen sind in Lokalredaktionen gestrichen worden, zunächst durch Reduzierung von Personalstärken, in den letzten Jahren dann immer häufiger durch die Schließung kompletter Lokalredaktionen.«

Die betroffenen Journalisten reagieren darauf vielfach mit zähneknirschender Anpassung bis hin zum Duckmäsertum – eine Eigenschaft, die sich mit gutem Journalismus genauso wenig verträgt wie mit einem selbstbewussten Einstehen für gesicherte Arbeits- und Entlohnungsbedingungen. Nur mit Mühe und nur dank der in Süddeutschland und Westfalen noch ausgeprägten Konfliktbereitschaft ist es in den vergangenen fünf Jahren in zwei langen Arbeitskämpfen gelungen, den Flächentarifvertrag für Redakteure von Tageszeitungen mit zum Teil erheblichen Verschlechterungen zu verteidigen. Die Deutsche JournalistInnen-Union in ver.di und der Berufsverband DJV agieren dabei in freiwilliger Tarifeinheit. Aber diese Spaltung in zwei konkurrierende Gewerkschaften kompliziert und schwächt natürlich die Gegenwehr gegen die unternehmerischen Zumutungen permanent.

Als Schwächung erweist sich für die Beschäftigten der Branche auch, dass – historisch so gewachsen – für die unterschiedlichen Berufsgruppen in den Medienbetreibern unterschiedliche Tarifverträge gelten, mit unterschiedlichen Laufzeiten und mit unterschiedlichem Geltungsbereich. So werden die Tarife der Verlagsangestellten regional, die der Drucker und Tageszeitungsredakteure bundesweit und die der Beschäftigten der Zeitschriften wiederum eigenständig verhandelt.

Geschwächte Speerspitze

Lange Jahre waren die Beschäftigten der (Zeitungs-) Druckereien die Speerspitze im gewerkschaftlichen Kampf, sie setzten die Maßstäbe für die Branche. Angesichts von Digitalisierung, Konzentration und Auflagenverlusten schrumpft aber auch die Zahl der Druckereien und ihrer Beschäftigten. Für die letzte bundesweite Tarifrunde konnte ver.di nur weniger als hundert Druck-Streikbetriebe mobilisieren. Umso wichtiger wäre es in den anderen Bereichen der vielfach zergliederten Medienkonzerne, gewerkschaftliches Bewusstsein und Konfliktfähigkeit zu entwickeln. Das fällt schwer in Zeiten, da die Zahl der Beschäftigten in gewerkschaftlich organisierten Kernbereichen sinkt, die Zahl der Neueintritte begrenzt ist, da alle Beschäftigten wissen, dass sie beim Arbeitsplatzverlust nach einem Jahr Erwerbslosigkeit den sozialen Absturz in Hartz IV erleben würden, in denen junge Leute fast nur noch befristet und mit ungewisser Perspektive angestellt werden und in denen Leiharbeit, Mini-Jobs und Werkverträge disziplinierend wirken.

Vergeblich hatten denn auch die KSC-AktivistInnen in Hannover auf Hilfe durch Gegenwehr in anderen Teilen des Madsack-Konzerns gehofft. Dort läuft derzeit ein hartes Rationalisierungsprogramm. In dessen Zuge wurde bereits eine Druckerei in Peine geschlossen. Mit betriebsbedingten Kündigungen wurden in Redaktionen und Verlagsabteilungen mehrere hundert Stellen abgebaut. So verabschiedeten sich die KSC-Streikenden auf ihrer Web-Seite von ihren Unterstützern mit den Worten: »Wir haben verloren, aber wenigstens haben wir gekämpft«. Zeitungsforscher Röper, der die »Formationen deutscher Zeitungsmultis« am Bei-

spiel des Madsack-Konzerns jüngst analysiert hat (*Media Perspektiven*, Nr. 10/2014), schreibt: »Tarifflucht, Stellenabbau und betriebsbedingte Kündigungen führen konzernweit zwar zu Diskussionen und zu Disputen mit den Mitarbeitern, auch zu Demonstrationen und befristeten Streiks an einzelnen Standorten, nicht aber zu Arbeitskämpfen im Gesamtkonzern, die man in Anbetracht der Tradition des Konzerns und des Umfangs der Kürzungen erwarten könnte.«

Diese Beschreibung gilt nicht nur für Madsack, sondern auch für andere Medienkonzerne. Hier Ansätze von Gegenwehr zu organisieren und zu entwickeln, ist ver.di bisher nicht gelungen. Ressourcen zum notwendigen Organizing und zur gewerkschaftlichen Alphabetisierung in den zahllosen schlecht organisierten Firmen der Konzern-Netzwerke fehlen. Die regional und an Flächentarifen ausgerichteten gewerkschaftlichen Strukturen sind für konzernweite Kämpfe wenig funktional. Und so ist zu befürchten, dass die in der Medienbranche bereits besonders ausgeprägte Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse weiter fortschreitet.

Mehr undemokratische Meinungsmacht

Die andere Seite dieser Entwicklung ist die weitere Konzentration von Informations- und Meinungsmacht in Händen weniger Kapitalgruppen und ihrer Vertreter mit fatalen Folgen für die Demokratie. Das Bundesverfassungsgericht hat wiederholt festgestellt, dass die vom Grundgesetz gebotene Vielfaltssicherung nur prophylaktisch erfolgreich sein kann. Zuständig wäre die Politik in den Bundesländern. Doch an der Anklage des früheren *FAZ*-Herausgebers Paul Sethe aus dem Jahr 1965 ist bis auf die genannte Zahl von 200 auch heute weiterhin alles richtig: »Pressefreiheit ist die Freiheit von reichen 200 Leuten, ihre Meinung zu verbreiten.(...) Aber wer nun anders denkt, hat der nicht auch das Recht, seine Meinung auszudrücken? Die Verfassung gibt ihm das Recht, die ökonomische Wirklichkeit zerstört es.«

* Rainer Butenschön arbeitet als politischer Redakteur und Betriebsratsvorsitzender in Hannover und ist Vorsitzender des Fachbereichs Medien, Kunst und Industrie im Landesbezirk Niedersachsen/Bremen von ver.di.

express im Netz unter: www.express-afp.info