

## Aufsatz

Horst Pöttker

# Trennung von Anzeigengeschäft und Journalismus

Wie aktuell ist Karl Büchers Konzept für eine Pressereform von 1919?

**Abstract:** Der Beitrag soll für Grundprobleme der journalistischen Qualitätssicherung sensibilisieren, indem er Karl Büchers weitgehend vergessenes Reformkonzept von 1919 vor dem Hintergrund der aktuellen Medienentwicklung heute auf seine gesellschaftspolitische Sinnhaftigkeit, seine Vor- und Nachteile im Vergleich zu anderen, größtenteils von Bücher damals bereits erwähnten Konzepten der journalistischen Qualitätssicherung, seine Anwendbarkeit auf verschiedene Medien sowie auf seine politische, rechtliche und ökonomische Durchsetzbarkeit hin analysiert. Am meisten Durchsetzungschancen, so die These, hat die Ausweitung des öffentlich-rechtlichen Organisationsprinzips vom Rundfunk auch auf andere Medienbereiche.

**Keywords:** Karl Bücher, Journalistische Qualitätssicherung, Kommunale Medien, Öffentlich-rechtliche Medien, Wachstumsideologie, Werbefreiheit

Im Ersten Weltkrieg hatte die Presse die gegen Ende des 19. Jahrhunderts mancherorts, besonders in den USA und Skandinavien (vgl. HOYER/PÖTTKER 2014: 7-136) bereits erreichten journalistisch-professionellen Qualitäten weitgehend wieder eingebüßt, indem sie sich in allen beteiligten Ländern mehr oder weniger zum Propagandawerkzeug der kriegführenden Regierungen und Militärs hatte machen lassen. Außerdem war deutlich geworden, dass die kapitalistische Struktur, in der »die Zeitung ein Erwerbsunternehmen [ist], das Annoncenraum herstellt und verkauft, der nur durch einen redaktionellen Teil absetzbar gemacht werden kann« (BÜCHER 1926: 397), eine Presse erschwert, ja

unmöglich macht, die einen gründlichen politischen Diskurs garantiert. Heute, wo Anzeigeneinnahmen infolge der Digitalisierung bedrohlich schwinden, sehnen sich viele nach der Querfinanzierung journalistischer Medien durch Werbung zurück. Aber damals, als Kriegsniederlage und Novemberrevolution in Deutschland den Blick auf die Dringlichkeit grundlegender Reformen in den verschiedensten Bereichen des gesellschaftlichen Lebens freigemacht hatten (vgl. z. B. GEIGER 1920), legte Karl Bücher, der Sozialdemokratie nahestehender Nationalökonom von Weltgeltung und Begründer der Zeitungskunde sowie der hochschulgebundenen Berufsbildung für Journalistinnen und Journalisten in Deutschland, ein Konzept für eine »Preßreform« vor, die den schädigenden Einfluss des Anzeigengeschäfts auf journalistische Medien begrenzen sollte. Sein Konzept zielte nicht auf eine »prinzipielle Umwandlung privatkapitalistischer in gesellschaftliche Produktion« (BÜCHER 1926: 394), sondern es sollte nur »eine reine Zweckmäßigsfrage« lösen, »die schon der alte Staat hätte lösen müssen, wenn er sein wahres Heil verstanden hätte« (BÜCHER 1926: 394).

Karl Büchers Konzept einer tiefgreifenden Pressereform von 1919

Bücher, der sich über Karl Marx und Friedrich Engels mokiert hat, deren »Weisheit« er für »so dunkel und vieldeutig, wie im Altertum das Delphische Orakel« (BÜCHER 1926: 394) hielt, hat sich am zu seiner Zeit ebenfalls schon ziemlich vergessenen Programm Ferdinand Lassalles »Für die Gestaltung der Tagespresse im demokratischen Staate« (BÜCHER 1926: 395) von 1862 orientiert. Mit Lassalle hielt er die ökonomische Verbindung von Anzeigengeschäft und Journalismus im Zeitungsunternehmen für den »wahren Sitz des Uebels« (BÜCHER 1926: 404), das auch bei einer durch berufsethische Vorgaben verlangten Trennung von Werbung und redaktionellem Teil im Inhalt der Zeitung zur Folge hat, dass die Presse kaum die »Interessen der Menschheit« (BÜCHER 1926: 397), also nicht zuletzt auch der Arbeiter und Lohnabhängigen, sondern vorwiegend die des Kapitals und seiner Eigentümer vertritt. Denn im redaktionellen Teil müsse alles »von Haus aus von der Behandlung ausgeschlossen werden«, was den Anzeigenteil, das ökonomische Lebenselixier der Zeitung, »schädigen könnte« (BÜCHER 1926: 397). Um den Journalismus von diesem wirtschaftlichen Zwang zu befreien, damit er sich seiner Aufgabe unvoreingenommener, zutreffender und unerschrockener Berichterstattung intensiver widmen kann, forderten Lassalle und Bücher eine nicht nur berufsethische, sondern rechtlich, ökonomisch und organisatorisch abgesicherte Trennung von Anzeigengeschäft und Journalismus.

Bücher zitiert Lassalle aus dessen Rede »Die Feste, die Presse und der Frankfurter Abgeordnetentag« von 1863 folgendermaßen:

»In einem sozialdemokratischen Staate muß ein Gesetz gegeben werden, welches jeder Zeitung verbietet, irgendeine Annonce zu bringen und diese ausschließlich und allein den vom Staate oder von den Gemeinden publizierten Amtsblättern zuweist. [...]. Von Stund an hören die Zeitungen auf, eine lukrative Geldspekulation zu sein. [...] Von Stund an hört der Zeitungsschreiber von Metier auf, und an seine Stelle tritt der Zeitungsschreiber von Beruf. [...] Das [...] ist die nach allen Seiten hin heilsame Maßregel, welche im sozialdemokratischen Staate eine totale Umwandlung der Presse in ihrem innersten Wesen hervorrufen würde« (BÜCHER 1926: 409).

Bücher erwähnt zunächst, dass Lassalles Grundidee eines staatlichen Anzeigen- und Inseratenmonopols zwar auch schon vorher etliche Male aufgegriffen worden war, wobei unter anderen die Namen Heinrich von Treitschke und Eduard von Hartmann fallen (vgl. BÜCHER 1926: 411). Da er überzeugt war, dass solche Vorschläge im Einzelnen bisher unrealistisch und daher unbrauchbar ausgearbeitet worden waren (vgl. BÜCHER 1926: 410-416), formulierte er im Auftrag des damaligen bayerischen Finanzministers Jaffé Anfang 1919 einen eigenen, auf Lassalles Grundgedanken aufbauenden Gesetzesvorschlag, ohne sich über die medienpolitische Realisierbarkeit Illusionen zu machen. Auch wenn dieser Entwurf ohne Resonanz geblieben und bis heute weitgehend vergessen ist, lohnt es sich anzuschauen, wie Bücher die Idee der ökonomischen und organisatorischen Trennung von Werbung und Journalismus durch ein öffentliches Inseratenmonopol konkretisiert hat.

Schon Lassalle hatte ja davon gesprochen, dass Annoncen »allein den vom Staate oder von den Gemeinden publizierten Amtsblättern« erlaubt sein sollten. Das knüpfte an den Insertionszwang in den staatlichen »Intelligenzblättern« an, dessen Aufhebung 13 Jahre zuvor (1850) (vgl. PÜRER/RAABE 2007: 64) seine Bedeutung als wichtige Einnahmequelle der öffentlichen Hand auf den ersten Blick fragwürdig erscheinen lässt. Bücher wollte mit seinem Entwurf nun »ein Inseratenmonopol schaffen, dessen Träger [...] nicht der Staat sondern die Gemeinden sein sollen. Er fußt dabei auf der Tatsache, daß die bestehende deutsche Presse in der Richtung der Lokalpresse entwickelt ist« (BÜCHER 1926: 418), was ja im Vergleich zu Frankreich oder England auch noch heute gilt. Eine gewisse Realitätsnähe hatte das Konzept auch insofern, als die für alle Haushalte kostenlosen kommunalen Anzeigenblätter gestaffelt nach der Einwohnerzahl in größeren Gemeinden häufiger erscheinen sollten als in kleinen, die Preise der Annoncen und Anzeigen sich wie üblich nach den Auflagen richten sollten und die Gemeindeblätter neben »Privatanzeigen von örtlicher Bedeutung« sowie »staatlichen und kommunalen Bekanntmachungen« auch einen »textlichen Teil« enthalten sollten, der sich »auf die Wiedergabe der neuesten Nachrichten sowie belehrende und unterhaltende Artikel« beschränkte (BÜCHER 1926: 421). Denn erfahrungsgemäß sei »mit Anzeigen allein ein lohnender Geschäftsbetrieb nicht möglich« (BÜCHER 1926: 421), weil die Blätter sonst nicht gelesen und »ohne

einen belehrenden und unterhaltenden Teil« (BÜCHER 1926: 417) keine oder zu wenig Anzeigenkunden finden könnten. Diese textlichen Teile der lokalen und regionalen Anzeigenblätter, zu deren Herausgabe sich mehrere Gemeinden zusammenschließen können sollten, sollten nach Büchers Vorstellung Mitteilungen enthalten, »bei denen vorzugsweise an die Nachrichten der Telegraphenbureaux gedacht ist«, die aber auch »Stücken belehrenden und unterhaltenen Inhalts« offenstehen sollten, für die »der Staat [...] ein einheitliches Korrespondenzbureau unterhalten« (BÜCHER 1926: 422) müsse.

Auf der anderen Seite sollte »der gesamten politischen Presse«, mit der Bücher privatwirtschaftliche und vor allem überregionale Zeitungen meinte, »die Aufnahme jeder Art von Anzeigen untersagt« (BÜCHER 1926: 420) sein; und nach § 9 seines Entwurfs sollte diesen Zeitungen »der Abdruck von amtlichen Bekanntmachungen [...] nur gegen Zahlung einer angemessenen Gebühr gestattet werden« (BÜCHER 1926: 424). Wie unkonventionell der renommierte Nationalökonom dachte, zeigt sich an seiner Erläuterung dazu:

»Es liegt darin geradezu eine Umkehr des gegenwärtigen Verhältnisses, nachdem solche Bekanntmachungen von den Behörden nur gegen Zahlung von Insertionsgebühren in die Zeitungen gebracht werden können. Aber es dürfte auf der Hand liegen, daß solche Bekanntmachungen i.d.R. Angelegenheiten öffentlichen Interesses sind, und es ist ein Zeichen ungesunder Entwicklung, daß Staat und Gemeinde es nicht einmal verstanden haben, ihren eigenen Verlautbarungen ebenso freie Publizität zu sichern, wie sie sich die freie Beförderung der Briefpost in den Eisenbahnzügen vorbehalten haben« (BÜCHER 1926: 424).

Dass das Ziel seines Reformentwurfs die Befreiung der journalistischen Berufstätigkeit und damit des öffentlichen Diskurses von den Einflüssen mächtiger, vor allem ökonomischer Partikularinteressen war, geht noch einmal aus Büchers Erörterung hervor, wie sich die bestehende Privatpresse bei Realisierung seines Reformkonzepts entwickeln würde. Sie werde

»von dem Drucke der mit dem Inseratenteile verknüpften Verlegerinteressen befreit sein. Was das für die Arbeit der Redaktion bedeutet, hat schon Lassalle ausgesprochen. Allerdings werden ihr gewisse Stoffgruppen verschlossen sein. Aber in Beziehung auf ihren belehrenden und unterhaltenden Inhalt sowie auf Lokales wird sie mit den Gemeindeblättern konkurrieren können und in Hinsicht des Politischen die Erörterung an die Stelle der bloßen Nachrichtenmitteilung treten lassen müssen. [...] Öffentliche Meinung wird immer noch ihren Ausdruck in periodischen Druckschriften finden können, unbeirrt von Rücksichten, die heute ihre Trübung herbeiführen« (BÜCHER 1926: 424f.).

## Gesellschaftspolitische Sinnhaftigkeit

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit konzentriere ich mich auf drei Problemkreise, an denen die gesellschaftspolitische Aktualität einer tiefer als bisher

greifenden Trennung von journalistischer Berufsarbeit und Anzeigengeschäft sich zeigt – so oder so ähnlich, wie Karl Bücher sie sich 1919 gedacht hat: Die *Wachstumsideologie*, den *Glaubwürdigkeitsschwund* vor allem der Politik und die *prekäre Zukunft des Journalistenberufs*.

Dass wir in den westlichen Industrieländern seit einem Jahrhundert im materiellen Überfluss leben, so dass die Bedürfnisse der Menschen der profitorientierten Produktion von Waren und Dienstleistungen angepasst werden (müssen) und nicht umgekehrt, ist seit langem Gegenstand mehr oder weniger kritischer Gesellschaftsanalyse und Sozialphilosophie. Mit Überflussoökonomie und Überfluggesellschaft ist Werbung zum systemrelevanten Faktor geworden, der das im kapitalistischen Zusammenhang unvermeidliche und für notwendig erklärte Konsumtions- und Produktionswachstum antreibt; das hat schon der sozialwissenschaftliche Klassiker Theodor Geiger 1940 in seiner »Kritik der Reklame« (dänisch *Kritik af Reklamen*) nüchtern festgestellt und analysiert (vgl. GEISLER/PÖTTKER 1987), während es für die Frankfurter Schule ein Kernpunkt ihrer Systemkritik war (vgl. MARCUSE 1969).

Die Einsicht in die historisch gewachsene Systemrelevanz der Werbung entkräftet zunächst Zweifel daran, dass sich kommunale Anzeigenmonopole für die öffentliche Hand lohnen würden. 1850, als die Insertions- und Intelligenzpflicht obsolet geworden zu sein schien, herrschte in Deutschland noch die auf Güternknappheit beruhende Bedarfswirtschaft. Der Übergang zur werbegetriebenen Überflussoökonomie, die ein höchst lukratives privates Anzeigengeschäft mit sich gebracht hat, setzte erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein.

Seit Ende der 1960er-Jahre<sup>[1]</sup> verbreitet sich nun die Sorge um die Erhaltung der begrenzten natürlichen Ressourcen auf der Erde. Ein im politischen Spektrum Deutschlands noch wenig sichtbarer, international aber wachsender Strang der Bewegung gegen die Vernichtung der natürlichen Ressourcen, die letztlich auch die kapitalistische Ökonomie gefährdet, hat überzeugende Zweifel an der noch heute z. B. von den Parteien der deutschen Ampel-Koalition cum grano salis geteilten Illusion, dass sich Umwelt- und Klimaschutz mit ungezügelm Wirtschaftswachstum verbinden lässt (vgl. JACKSON 2011, 2021):

»Das erbarmungslose Streben nach ewigem Wachstum hat uns ökologische Zerstörung, finanzielle Gebrechlichkeit und gesellschaftliche Instabilität gebracht. Hat der Mythos überhaupt jemals seinen Zweck erfüllt? Das ist nicht ganz klar. Sein fatales Missverständnis liegt in der Annahme, mehr sei immer besser. Dort, wo noch Mangel besteht, hat diese Behauptung ihre Berechtigung, zumindest bedingt. Wo aber bereits Überfluss herrscht, liegt sie kategorisch falsch.«<sup>[2]</sup>

1 Am St. Patrick's Day 1968 hielt Robert F. Kennedy dazu seine bahnbrechende Rede, 1972 erschien der warnende Bericht des Club of Rome »Die Grenzen des Wachstums.«

2 Tim Jackson, Wirtschaftswissenschaftler, University of Surrey, im Radio.

Wenigstens von wirtschafts- und klimawissenschaftlicher Seite wird Ähnliches heute nun auch in Deutschland geäußert, u. a. von renommierten Autorinnen und Autoren wie Ulrike Herrmann oder Toralf Staud (vgl. HERRMANN 2022; REIMER/STAUD 2021).

Ein Schritt auf dem Weg aus dem Wachstumswahn und zur realen Zügelung überflüssigen, ökologisch destruktiven Wachstums könnte sein, die blinde und kaum kontrollierte Triebkraft der von Partikularinteressen gesteuerten Werbung zwar nicht aus der Öffentlichkeit zu verbannen, was dem Prinzip der freien Meinungsäußerung widerspräche, aber so einzuhegen und zu isolieren, dass ihre fragwürdige Glaubwürdigkeit für das Publikum besser erkennbar wird. Wenn, wie Bücher es vorgeschlagen hat, Werbung nur noch in kommunalen Medien zu finden wäre, bescherte das nicht nur den Gemeinden eine lohnende neue Einnahmequelle, sondern würde es auch Lesern, Hörerinnen und Zuschauern erleichtern, ihre Mediennutzung nach dem eigenen Informationsbedarf bewusst zu sortieren. Das mag zu einem vorsichtigeren, auf Überflüssiges verzichtenden Konsum beitragen.

Ähnliche Effekte sind in Bezug auf den Glaubwürdigkeitsverlust der Herrschenden in Politik, Medien oder Wirtschaft zu erhoffen, der sich mittlerweile zur Ablehnung liberaler Demokratie und sozialer Marktwirtschaft auszuwachsen droht. Darauf, dass die schleichenden Legitimitätsverluste auch mit dem Mediensystem als solchem und seinem Ineinander von partikularen und öffentlichen Interessen, Werbung und Journalismus zusammenhängen, wird von Kommunikationswissenschaftlern seit Jahrzehnten ziemlich folgenlos hingewiesen (vgl. z. B. PÖTTKER 1988). Angelegt in diesem Mit- und Durcheinander ist das Problem, dass das Publikum die politische und ökonomische Realität am Maßstab der geschönten Verhältnisse misst, den persuasive öffentliche Kommunikation – Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Parteien oder Verbänden (»Propaganda«) – verbreitet. Die so erzeugten überzogenen Erwartungen kann die selbst erfahrene Wirklichkeit kaum erfüllen, und noch weniger die vom Journalismus aus guten Gründen auf Missstände, Probleme und Fehlleistungen fokussierte Realitätskonstruktion (vgl. PÖTTKER 2021).

Wenn die wachsenden Legitimitätsdefizite der Eliten in Politik, Wirtschaft und Medien (vgl. PÖTTKER 1996) sowie bei nennenswerten Teilen der Bevölkerung nun auch des von ihnen vertretenen Systems u. a. darauf zurückzuführen sind, dass im schwer entwirrbaren, ökonomisch und organisatorisch verfestigten Geflecht von Werbung und Journalismus der werblichen Information zu viel, der journalistischen aber zu wenig Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird, dann mag eine durch rechtliche und wirtschaftliche Reformschritte vertiefte Entzerrung der beiden Sphären in der Art, wie Karl Bücher sie im Auge hatte, der weiteren Delegitimierung des politisch-ökonomischen Systems – in Deutschland und der EU des Systems der liberalen Demokratie in Verbindung

mit sozialer Marktwirtschaft – entgegenwirken, weil sie eine realistischere Beurteilung des jeweiligen Informationswerts ermöglicht und den illusionären Charakter persuasiver Kommunikationsinhalte deutlicher sichtbar werden lässt.

Ein dritter Bereich, in dem sich die aktuelle gesellschaftspolitische Relevanz von Büchers Konzept besonders deutlich, wenn auch nur auf vermittelte Weise zeigt, ist die Zukunft des Journalistenberufs, die infolge der Digitalisierung und des damit einhergehenden Wegbrechens der ökonomischen Grundlagen des Berufs prekär geworden ist.

Wenn Werbung nur noch in von Bücher detailliert beschriebenen Gemeinmedien erschiene, würde das der Werbewirtschaft keine ökonomischen Vorteile, eher Nachteile bringen, weil sie wegen der kostenlosen Verteilung an alle weiterhin erhebliche, tendenziell sogar steigende Streuverluste in Kauf nehmen müsste. Darin steckt die Chance der ökologisch dringlichen Reduktion der Werbung und der damit verknüpften Überproduktion. Vor allem aber steckt darin die Chance, dass der Journalistenberuf sich in dann werbefreien Medien besser auf seine Aufgabe des von Partikularinteressen unbeeinflussten Herstellens von Öffentlichkeit konzentrieren kann, die für die Fähigkeit moderner Gesellschaften, ihre Probleme wahrzunehmen und zu regulieren, unerlässlich ist (vgl. PÖTTKER 2010). Das würde nicht bedeuten, das Ziel aufzugeben, Auflagen, Einschaltquoten und Klickzahlen zu erhöhen, die Aufgabe Öffentlichkeit würde auch weiterhin bedeuten, möglichst vielen Menschen möglichst richtige und wichtige Informationen zu vermitteln. Es würde lediglich bedeuten, dieses Ziel freier von den Ansprüchen von Anzeigenkunden nur über journalistische Qualitäten wie Richtigkeit, Wichtigkeit und Verständlichkeit auch unliebsamer Informationen anstreben zu können (vgl. PÖTTKER 2000). Büchers Konzept ist damit ein Vorschlag, wie Qualitätsjournalismus gestärkt werden kann.

Seit einiger Zeit wird aus der den Journalistenberuf kritisch unterstützenden Wissenschaft Journalistik betont, dass angesichts der mit der Digitalisierung angeschwollenen Nachrichtenmenge, die auf Mediennutzerinnen und Mediennutzer ungefragt und kostenlos eindringt, Qualitätsjournalismus weniger aus der Mitteilung von Fakten als aus deren Erklärung, Einordnung und Beurteilung besteht. Man kann das erklärenden oder orientierenden Journalismus nennen, Mitchell Stephens spricht von »wisdom journalism« (vgl. STEPHENS 2014; PÖTTKER 2018). Karl Bücher hat diese Zusammenhänge schon vor einem Jahrhundert erkannt, als er zur Begründung seines Reformkonzepts schrieb:

»Es erschien zweckmäßig, für alle neuen Nachrichten [...] ein Monopol zu schaffen, das ihre Veröffentlichung [...] den Gemeindeblättern vorbehält. Dadurch würde die [...] freie Tagespresse der Notwendigkeit überhoben, diese Nachrichten auch ihrerseits zu bringen. Es würde zwar nicht ausgeschlossen sein, daß sie, wie seither schon manche größeren Zeitungen, sich ›Privattelegramme‹ verschaffte und ihre Korrespondenten in den auswärtigen Hauptstädten hielte. In der Hauptsache aber würden die in

Privatverlagen erscheinenden Zeitungen auf Erörterungen über schwebende politische Fragen beschränkt sein und sich dem Zuschnitt von Zeitschriften nähern. In Beziehung auf belehrenden und unterhaltenden Inhalt sowie auf das Lokale könnte man sie ruhig mit den Gemeindeblättern konkurrieren lassen« (BÜCHER 1926: 422).

Konzentration und Reduktion der Unmenge immer gleicher Nachrichten einerseits, gründlichere Recherche, mehr Hintergrund, versierte Korrespondentenberichte andererseits: Damit skizziert Bücher, in welcher Richtung der Journalistenberuf auch heute seine Zukunft finden kann. Dass das keine Illusion ist, zeigt sich u. a. daran, dass Wochenzeitungen wie *Die Zeit* tendenziell weniger (Auflagen-)Probleme haben als die Tagespresse.

## Gegenüberstellung mit anderen medienpolitischen Reformkonzepten

Was die Suche nach anderen, möglicherweise besseren medienpolitischen Reformkonzepten betrifft, ist es hilfreich, dass Karl Bücher solche Alternativen in seinem Aufsatz selbst nennt, prüft und kritisiert, bevor er sein eigenes Konzept vorstellt und begründet. Ich beschränke mich auf vier Konzeptideen, mit denen in dem Jahrhundert seit Büchers Gesetzesvorschlag in unterschiedlichem Maße Erfahrungen gesammelt werden konnten: Verstaatlichung der Medien; Trennung von unpolitischen und politischen Medien, wobei letztere nur von Parteien herausgegeben werden (dürfen), möglicherweise ergänzt durch einen Berichtungszwang; und Kontrolle des Berufszugangs durch institutionalisierte Ausbildungsgänge hat Bücher selbst geprüft. Danach sei auch noch das von Bücher nicht erwähnte Modell öffentlich-rechtlicher Medien behandelt, mit dem wir am meisten praktische Erfahrungen haben.

Zur Verstaatlichung reicht es aus, Bücher zu zitieren, da er sich dazu klipp und klar äußert:

»Von anderer Seite war vorgeschlagen worden, die Herausgabe von Zeitungen durch Private überhaupt zu verbieten. Die Presse sollte verstaatlicht werden, wie die Eisenbahnen verstaatlicht worden sind. Es bedarf keiner langen Auseinandersetzung, daß damit die ungeheure Macht, welche durch die Zeitungen ausgeübt werden kann, ganz in die Hände der jeweiligen Regierung gelegt werden würde. Redakteure und Journalisten würden Staatsbeamte werden, die ihre Meinungsäußerungen nach den Weisungen der obersten Staatsgewalt würden einrichten müssen. Es ist kein Zweifel, daß damit alle Vorteile der Preßfreiheit mit einem Schlage vernichtet sein würden und daß jede freie Meinungsäußerung unterbunden wäre. Natürlich würde eine solche Presse auch das Vertrauen des Publikums sofort verlieren [...]« (BÜCHER 1926: 399).

Dem können wir uns uneingeschränkt anschließen, wobei der Hinweis fast überflüssig ist, dass Verstaatlichungen zumal von Regierenden auch als



»Sozialisierung« ausgegeben und legitimiert werden können, womit sich Bücher an anderer Stelle auseinandersetzt. Das denkbare Gegenargument, dass z. B. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in staatlichen Universitäten keineswegs immer den Herrschenden nach dem Mund reden (müssen), wird durch den Hinweis entkräftet, dass wissenschaftliche Äußerungen in Fachorganen nicht annähernd die Bedeutung für politische Auseinandersetzungen um Macht und Herrschaft haben wie journalistische Schlagzeilen, die ein breites Publikum erreichen.

Die pauschale Ablehnung der Verstaatlichung von Medien als Alternative zu ihrer kapitalistischen Struktur wird allenfalls durch seltene Beispiele wie die allerdings nach drei Jahrhunderten nun eingestellte *Wiener Zeitung* relativiert, die zeigen, dass auch bei Medien in der Hand einer Republik die relative Unabhängigkeit der Redaktion durch geeignete rechtliche und wirtschaftsorganisatorische Vorkehrungen gestützt werden kann.

Auch von dem von Wilhelm Feilinger 1915 in der Zeitschrift *Die Tat* unter dem Titel »Das Problem der Zeitung« vorgeschlagenen Konzept einer strengen »Trennung zwischen politischen und unpolitischen Zeitungen«, wobei die letzteren als Privatunternehmen nichts Politisches bringen dürfen, die ersteren aber »nur von den politischen Parteien herausgegeben werden« (BÜCHER 1926: 400), hält Bücher nichts, vor allem, weil er auch hier die innere Pressefreiheit gegenüber den Medieneignern und ihren Kontrollorganen gefährdet sieht. Über die »innere Organisation« der »ausschließlichen politischen Parteipresse« habe Feilinger sich nicht mehr geäußert, er setze aber wohl voraus,

»daß nach dem Muster der sozialdemokratischen Blätter die Zeitungen an jedem Ort einem Presseausschuß unterstellt werden würden. Von diesem würde[n...] die Redaktionen abhängig sein, von ihm »kontrolliert« werden. Es ist aber klar, daß damit ihre Lage wenig verbessert sein würde. Die Aufsichtskommission würde das Hauptgewicht auf eine parteitreue Haltung der Zeitungen legen. Es würde alles, was die Partei in gutes Licht setzen könnte, besonders bevorzugt, was ihr schaden könnte, unterdrückt werden. Die eigene Meinung würde dabei so wenig zu Raum kommen, wie bei einem Privatverleger, der die Wahrung seiner Geschäftsinteressen verlangt« (BÜCHER 1926: 400).

Damit lag Bücher auf der Linie dessen, was Friedrich Engels im Auge hatte, als er in einem Brief an August Bebel beteuerte, Marx und er seien sich immer einig gewesen, nur ein auch pekuniär von der (sozialistischen, kommunistischen, sozialdemokratischen) Partei unabhängiges Blatt haben zu wollen, um ihr als kritischen Korrektiv nützlich sein zu können (vgl. MARX/ENGELS 1969: 234).

Außerdem hielt Bücher dies Konzept für nicht vereinbar mit dem begrenzten Anteil der Parteien an der Bevölkerung und den legitimen Informationsbedürfnissen der vielen Bürgerinnen und Bürger außerhalb der Parteien:

»Wie das inzwischen eingeführte Verhältniswahlssystem, so verkennt das Feilinger'sche Projekt vollständig, daß sich die Bevölkerung eines Landes nicht restlos auf die

politischen Parteien verteilen läßt und daß es zahllose Menschen gibt, welche Zeitungen lesen wollen, ohne sich irgendeiner Partei anzuschließen« (BÜCHER 1926: 401).

Eine dritte Reformmöglichkeit, mit der Bücher sich kritisch auseinandergesetzt hat, ist die obligatorische Bindung des Zugangs zum Journalistenberuf an das Durchlaufen und geprüfte Abschließen institutionalisierter Ausbildungsgänge und die zustimmende Kenntnis sanktionsbewehrter professioneller Handlungsnormen. Als Träger journalistischer Graduierungsprogramme und Verhaltenskodizes, dem die Befähigung zur Berufstätigkeit nachzuweisen ist, kommt der Staat infrage, alternativ oder ergänzend dazu aber – etwa nach dem Muster der Ärzte, Anwälte oder Architekten – auch Berufsverbände und -kammern. Gustav Maier, auf dessen Vorschläge (vgl. MAIER 1915/16) Bücher sich bezieht, fasst vor allem Letzteres ins Auge. Dennoch ist Bücher skeptisch, indem er auf die Möglichkeit hinweist, dass

»man vielleicht zu dem Schlusse kommen [könnte], daß der Staat die Normen für die Vorbildung festzusetzen und Prüfungen für die Zulassung zum Zeitungsdienst vorzuschreiben habe. Wer die Prüfung nicht bestanden hätte, würde nicht als Redakteur oder Journalist beschäftigt werden dürfen« (BÜCHER 1926: 402).

Obwohl er schon vor dem Ersten Weltkrieg ein Konzept für die journalistische Berufsbildung an Universitäten ausgearbeitet hatte (vgl. KUTSCH 2010), begründet Bücher seine Skepsis auch noch mit einer Art Plädoyer für den Journalismus als Begabungsberuf:

»Dazu kommt, daß Prüfungen an sich noch nicht eine gute Qualität der Preßleistungen verbürgen. Chinesisches Mandarinenum scheint an dieser Stelle gewiß nicht erstrebenswert. Man sollte sich vielmehr freuen, im Zeitungswesen einen Beruf zu besitzen, in dem die Persönlichkeit nach ihren Leistungen gewertet wird, und in dem gut beanlagte, wenn auch nur autodidaktisch gebildete Personen es zu einer geachteten Stellung bringen können« (BÜCHER 1926: 403).

Bei allem Verständnis für Büchers Sensibilität für die Gefahren zumal staatlich festgesetzter obligatorischer Bedingungen für den Zugang zum Journalistenberuf, wie sie etwa im nationalsozialistischen Schriftleitergesetz von 1933 (vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2018) oder im Quasi-Monopol der Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig in der DDR erkennbar werden, ist es legitim und in liberalen Demokratien auch produktiv, dass die öffentliche Hand journalistische Berufsbildungsmöglichkeiten z. B. an Universitäten bereitstellt, solange ihre Nutzung keine obligatorische Bedingung für die Berufstätigkeit ist. In den USA wird seit den 1920er-Jahren ein Großteil der Journalistinnen und Journalisten in öffentlichen Universitäten ausgebildet (vgl. HARNISCHMACHER 2010), was man dem US-amerikanischen Journalismus

positiv anmerkt<sup>3)</sup>, und auch in Deutschland hat die höchstrichterliche Garantie des freien Zugangs zum Journalistenberuf etliche Bundesländer seit den 1970er-Jahren nicht davon abgehalten, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Journalistinnen und Journalisten an öffentlichen Hochschulen einzurichten.

In einem Punkt hat Bücher aber zweifellos recht. Über die von ihm erwartete Haltung der Zeitungsverleger zu einer obligatorischen Ausbildung und damit zu einer für sie verengten Auswahlfreiheit ihres journalistischen Personals nimmt er an, dass sie »sich nur schwer zu einer solchen Aenderung verstehen« (BÜCHER 1926: 403) würden. Das trifft auf die deutschen, eng mit der Parteipolitik verbundenen Verleger seiner Zeit auch gegenüber der Einrichtung freiwilliger öffentlicher Ausbildungsmöglichkeiten zu, während in den USA das Universitätsfach Journalistik (»Journalism Studies«) sogar auf die Initiative von Verlegern wie Joseph Pulitzer zurückgeht (vgl. PÖTTKER 2020). Dass die Akzeptanz journalistischer Berufsbildung auf wissenschaftlicher Grundlage im Unterschied zu den Vereinigten Staaten in Deutschland immer noch zu wünschen übriglässt, hat historische Gründe und sollte die Medienpolitik in den deutschsprachigen Ländern zu weiteren Schritten in diese Richtung motivieren. Kompetente Berufsbildung und Talent sind kein Widerspruch, wie in anderen Berufen ermöglicht nur beides zusammen eine Berufstätigkeit auf hohem Qualitätsniveau. Wer wollte schon von einem Arzt oder einer Ärztin behandelt werden, die für das Heilen unbegabt ist, auch wenn er oder sie alle akademischen Erfordernisse erfüllt? Nur Talent und Neigung für den Beruf genügen aber eben auch nicht, im Journalismus ebenso wenig wie in der Medizin.

Eine weitere, von Bücher nicht erwähnte Alternative zur rein privatwirtschaftlich-kapitalistischen Presse sind Medien mit öffentlich-rechtlicher Struktur, wie sie in den 1920er-Jahren in Großbritannien und nach 1945 nach diesem Modell auch in Deutschland für den Rundfunk geschaffen wurde: Gesetzlicher Auftrag für die Gestaltung des Inhalts; nicht vom Staat, sondern repräsentativ aus der Gesellschaft besetzte Aufsichtsgremien, die u. a. die Einhaltung des gesetzlichen Auftrags für die Programmgestaltung kontrollieren; und Finanzierung nicht aus Steuern, sondern aus Gebühren, die im Prinzip von allen Haushalten zu entrichten sind, wobei aber grundsätzlich – wie bei der Steuer – auch nach Einkommen gestaffelte Beiträge möglich wären. Auch öffentlich-rechtliche Medien können, besonders wenn sie werbefrei bleiben, zur besseren Kenntlichkeit journalistischer Qualität und Glaubwürdigkeit beitragen (vgl. PÖTTKER 1991). Interessant, aber selten gestellt ist die Frage, ob die öffentlich-rechtliche

3 Sogar us-amerikanische Boulevardblätter wie *USA Today* beachten die im deutschen Pressekodex von Richtlinie 2.1 vorgeschriebenen, hierzulande in den Medien weitgehend ignorierten Regeln zur Darstellung von Umfrageergebnissen, und neben der Berufsgruppe der Richterinnen und Richter war es die der Journalistinnen und Journalisten, die den Entdemokratisierungstendenzen der Trump-Ära etwas entgegengesetzt hat.

Struktur sich vom Rundfunk, wo man auf umfangreiche Erfahrungen mit ihr zurückgreifen kann, auf andere Medien übertragen lässt?

Auf welche Medien ist Büchers Reformmodell anwendbar?

Zunächst etwas zu der Frage, ob Büchers Konzept, das Werbung an kommunale Medien binden will, im Zeitalter der weltweiten digitalen Kommunikation, global agierender Konzerne und von ihnen vertriebener Markenartikel überhaupt noch von Interesse sein kann? Solche Konzerne und Artikel gab es allerdings auch schon zu Büchers Zeit, und was digitale Netze betrifft, stellen sie ja nur Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung, die auch räumlich begrenzt und organisatorisch sowie kommunikationsstrukturell vielfältig differenziert genutzt werden (können). Das Internet ist nur Medium im Sinne einer technisch-materiellen Basis von öffentlicher Kommunikation, mit der spezifische Möglichkeiten, aber auch Risiken verbunden sind, ebenso wie der Komplex von Druck-, Transport-, Telegrafie- und Telefon-Technologie, die der Journalismus zu Büchers Zeiten nutzen konnte, oder die Sende- und Empfangs-Technologie von Hörfunk und Fernsehen, die dem Journalismus ebenfalls noch nicht zur Verfügung stand, als Bücher über Reformkonzepte nachdachte.

Digitale Plattformen sind keine Medienorganisationen wie Verlagskonzerne oder Rundfunkanstalten, aber Unternehmen wie Facebook, Twitter, Google oder Amazon, die diese kommunikationstechnologische Grundlage entwickelt haben und sich ihrer bedienen, können im Prinzip national und international ebenso politisch und rechtlich reguliert werden wie andere Medienorganisationen. Wenn dies übersehen wird, liegt das nicht zuletzt an einer ungenauen Verwendung des Medienbegriffs, die nicht zwischen technisch-materiellen Bedingungen von (öffentlicher) Kommunikation einerseits und Unternehmensorganisationen andererseits unterscheidet, die sich diese technisch-materiellen Voraussetzungen zunutze machen. Mit fortschreitender Digitalisierung scheint aber ein kultureller Lernprozess stattzufinden, in dem der Medienbegriff zunehmend differenzierter und genauer verwendet wird, was sich u. a. an zahlreicher und kräftiger werdenden medien- und wirtschaftspolitischen Bemühungen zeigt, Google & Co. gesetzlichen Vorgaben zu unterwerfen.

Coca Cola, Mercedes oder Gazprom sind nicht darauf angewiesen, ihre Produkte und Aktivitäten von ebenfalls weltweit agierenden Medienorganisationen anpreisen zu lassen, das könnten sie auch parallel in zahlreichen Medien tun, die sich in kommunaler Hand befinden. Im Prinzip ist nicht einzusehen, warum das, was Karl Bücher sich vor einem Jahrhundert für die Presse überlegt hat, nicht auch für den digitalen Bereich oder den Rundfunk anwendbar sein soll, ebenso wie medienpolitische Organisationsmodelle, die sich erst in diesen

medientechnologischen Bereichen entwickelt haben, auch im Bereich der Printmedien erwägenswert sind. Es ist durchaus vorstellbar, dass Gemeinden oder Gemeindeverbände in allen drei technologischen Bereichen – Presse, Rundfunk, Internet – Medienorganisationen betreiben, die sich auf die Verbreitung von bezahlter Werbung konzentrieren. Denkbar ist auch, dass eine kommunale Medienorganisation sich auf diese Weise in allen drei Bereichen betätigt, was bei der Produktion Synergien erlaubt.

Ebenso ist vorstellbar, dass private Medienunternehmen sich darauf konzentrieren, mit einer, zwei oder allen drei Medientechnologien relevante, verlässliche und verständliche Informationsinhalte, die das Prädikat Qualitätsjournalismus verdienen, zu produzieren und werbefrei überregional, national oder sogar global zu verbreiten, um kommerziell Gewinne zu erzielen. Solche Inhalte kennen wir etwa aus den öffentlich-rechtlichen Abendprogrammen von Radio und Fernsehen, wo sie allerdings nicht aus ihrem Verkauf, sondern aus Pflichtbeiträgen von Empfängerhaushalten finanziert werden.

Karl Bücher hat gesehen, dass im Vergleich zur werbefinanzierten Presse die Zahl der privaten Zeitungen bei Realisierung seines Konzepts erheblich abnehmen würde, denn:

»Natürlich werden die Zeitungen bedeutend teurer werden als gegenwärtig, da ihre gesamten Herstellungskosten durch die Bezieher aufgebracht werden müssen. Und dieser werden notwendig viel weniger sein als heute« (BÜCHER 1926: 425).

Das dürfte auch für private Rundfunkprogramme und Online-Medien mit journalistischen Inhalten gelten, wenn sie keine Werbung mehr bringen und Einnahmen daraus erzielen können. In diesen Bereichen würde es dann noch mehr als heute um die Entwicklung von Bezahlmodellen für den Kauf journalistischer Inhalte gehen.

Die Befürchtung, dass die journalistischen Medien teurer würden, wenn man ihnen die Querfinanzierung durch Anzeigeneinnahmen entzieht, lässt sich zwar mit dem Hinweis auf die bloß in den Preisen der beworbenen Waren und Dienstleistungen versteckten Kosten entkräften, für die das Publikum auch bei der Querfinanzierung durch Anzeigeneinnahmen schon aufkommt. Theodor Geiger hat die Illusion, dass journalistische Information durch Werbung billiger würde, in seiner »Kritik der Reklame« ins Einzelne gehend und deshalb überzeugend auseinandergenommen (vgl. GEIGER 1988; PÖTTKER 2019: 450-452).

Aber es ist eben anzunehmen, dass die Gesamteinnahmen privater Medien bei einer Umsetzung von Büchers Konzept drastisch sinken, während die Erträge der Kommunen aufgrund ihres Anzeigenmonopols entsprechend steigen würden. Diese Reform würde also eine Umwälzung der gesamten Medienökonomie mit sich bringen, die gegen die Interessen privater Presse-, Rundfunk- und Online-Unternehmen einschließlich diagonaler Konzerne, die in allen drei Bereichen tätig sind, durchgesetzt werden müsste.

Aber mit Karl Bücher überlegen wir ja, was an die Stelle der sozio-kulturell schädlichen, Demokratie und soziale Marktwirtschaft auf die Dauer delegitimierenden und zersetzenden Medienstruktur treten könnte, ohne die Meinungs- und Pressefreiheit aufzugeben. Dafür sind tiefgreifende Veränderungen wohl unvermeidlich. Karl Marx hat bekanntlich in der *Rheinischen Zeitung* geschrieben, die erste Freiheit der Presse sei, kein Gewerbe zu sein (vgl. MARX 2001: 49). So weit ist Bücher nicht gegangen, bei ihm bleibt die Presse mit journalistisch auf Richtigkeit, Wichtigkeit und Verständlichkeit geprüften Informationsinhalten ein Gewerbe, für das das kommerzielle Motiv, mit solchen Inhalten möglichst viele Käuferinnen und Leser zu erreichen, als Antriebskraft für das Herstellen von Öffentlichkeit wirksam bleiben kann. Das würde auch für das Erreichen von möglichst vielen Hörerinnen und Zuschauern gelten, wenn Rundfunk- und Online-Medien trotz Werbefreiheit mutatis mutandis ein Gewerbe bleiben.

Etwas leichter, weil mehr auf der Linie der tatsächlichen Entwicklung als der von Bücher konzipierte Umbruch wäre wohl die Ausweitung des schon heute im Rundfunk existierenden öffentlich-rechtlichen Prinzips in die beiden anderen Medienbereiche mit ihren diversen (inter)nationalen, regionalen und lokalen publizistischen Produktangeboten. Das würde allerdings zunächst eine Reform des infolge von Skandalen und Legitimationsproblemen unter politischen Druck geratenen öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor allem bei der Besetzung der Aufsichtsgremien und der Struktur der Finanzierungsquellen voraussetzen.

Die privatwirtschaftliche Presse hat aufgrund des Anzeigen- und Auflagenschwunds heute enorme Schwierigkeiten, mit der traditionellen Mischung von Journalismus und Werbung noch Einnahmen oder gar Gewinne zu erzielen. Manche Konzerne ziehen sich schrittweise aus dem Markt der journalistischen Zeitungen einschließlich ihrer Online-Versionen zurück und setzen auf das Geschäft mit digitalen Annoncen-Portalen ohne teures redaktionelles »Beiwerk«; andere sammeln marode Traditionsblätter ein, senken durch Zusammenlegung von Redaktionen und Zentralisierung redaktioneller Arbeit Kosten und suchen die Online-Versionen ihrer Traditionsblätter zu stärken.

Insgesamt zeigt sich in der Presse und ihren Online-Ablegern ein enormer Konsolidierungsbedarf (vgl. WELLBROCK 2020), der es nicht ganz ausgeschlossen erscheinen lässt, dass eine öffentlich-rechtliche Plattform für gedruckte und digitale Presseprodukte herkömmlicher Art, die ebenso wie ein reformierter öffentlich-rechtlicher Rundfunk werbefrei bleibt, dem Konsolidierungsbedarf in einer für die bedrängten Verlage akzeptablen Weise entgegenkommt. Das könnte ihnen schmackhaft machen, zumindest Teile ihres prekären Geschäfts mit der journalistischen Information für auszuhandelnde Gegenleistungen dorthin abzugeben, um sich stärker dem digitalen Anzeigengeschäft widmen zu können.

Das Ergebnis wäre eine zu der von Bücher vorgestellten komplementäre Struktur: Werbeeinnahmen blieben weiterhin auf privaten Konten, während für die Allgemeinheit in Form von zusätzlichen Medienbeiträgen neue Kosten hinzu kämen. Von einer Entzerrung von Journalismus und Werbung dieser Art wären zwar ähnliche Effekte für die Entwicklung von Demokratie und sozialer Marktwirtschaft zu erhoffen wie von Karl Büchers Reformkonzept. Aber was die ökonomische Seite der Verteilung von Gewinnen und Kosten betrifft, würde wieder einmal das Gemeinwohl gegenüber privaten Partikularinteressen den Kürzeren ziehen. Berücksichtigt man den Einfluss der Medienlobby auf die Medienpolitik, dürfte auch das ein Faktor sein, der die Durchsetzungschancen der Ideen von Lassalle und Bücher kaum erhöht.

## Legitimität und Realisierungschancen von Karl Büchers Modell

Es wird also deutlich, dass die Durchsetzungschancen für eine Monopolisierung von Werbung und damit zu erzielende Einnahmen in öffentlicher Hand, sei es die des ganzen Staats oder einzelner Kommunen, nicht besonders hoch sein dürften. Vor dieses Problem gestellt erscheint es verlockend, die Undurchführbarkeit solcher Reformen mit Systemzwängen zu erklären und Realisierungsaussichten an einen radikalen Systemwechsel zu binden. Diese Denkfigur finden wir bei Karl Marx und seinen Adepten.

M. E. ist davon wenig zu halten, weil alle historische Erfahrung zeigt, dass – um in Büchers Terminologie zu bleiben – nachrevolutionäre Regierungen das Anzeigengeschäft zwar für sich und den Staat monopolisieren könnten, aber kaum eine nicht nur werbefreie, sondern auch gedankenfreie Privatpresse zulassen würden, auf die es, was Qualitätsjournalismus betrifft, besonders ankommt.

Aus dieser erfahrungsgesättigten Einsicht wird gern rasch gefolgert, Modelle wie das von Karl Bücher verträgen sich mit der Pressefreiheit nicht. Das ist aber ebenfalls ein Irrtum. Abgesehen davon, dass ein Gesetz, das das Anzeigengeschäft bei den Kommunen monopolisiert und damit den privaten Medien entzieht, noch nicht deren Enteignung bedeuten würde, wäre auch eine Enteignung von Medienunternehmen gegen Entschädigung, die nicht den ganzen Staat, sondern nur einzelne Kommunen an die Stelle der privaten Unternehmenseigner setzen würde, kein absoluter Gegensatz zur Pressefreiheit. Das deutsche Grundgesetz schützt das Eigentum, aber Artikel 14 und 15 lassen Enteignungen privaten Eigentums zum Wohle der Allgemeinheit grundsätzlich zu:

»Art. 14

[...]

(2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.

(3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder auf Grund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt. Die Entschädigung ist unter gerechter Abwägung der Interessen der Allgemeinheit und der Beteiligten zu bestimmen. Wegen der Höhe der Entschädigung steht im Streitfall der Rechtsweg vor den ordentlichen Gerichten offen.

Art. 15

Grund und Boden, Naturschätze und Produktionsmittel können zum Zwecke der Vergesellschaftung durch ein Gesetz, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt, in Gemeineigentum oder in andere Formen der Gemeinwirtschaft überführt werden.«

Von diesen Möglichkeiten wird im Bereich der Verkehrsplanung und anderer öffentlicher Aufgaben unbesehen Gebrauch gemacht. Äußerungsfreiheit hätten Medienunternehmerinnen und -unternehmer nach ihrer Enteignung wie andere Bürgerinnen und Bürger, die keine Medien besitzen, weiterhin auch; und eine gewisse Informationsfreiheit des gesamten Publikums bliebe wegen der textlichen Anteile an den Gemeindemedien und der Vielfalt der Kommunen ebenfalls erhalten, zumal sich die Medienpolitik auch vor der durch die Digitalisierung bewirkten Vervielfältigung der öffentlichen Äußerungen wenig an der Pressekonzentration mit der zunehmenden Zahl von Ein-Zeitungs-Kreisen gestört hat.<sup>14)</sup>

Die Durchsetzungschancen für eine stärkere, ökonomisch und organisatorisch verankerte Trennung von Journalismus und Anzeigengeschäft liegen daher weniger in der Frage nach deren mangelnder Legalität und Legitimität als in der Einsicht von (Medien-)Politikerinnen und -politikern in die langfristig delegitimierende, demokratiezersetzende Dysfunktion der gegenwärtigen Medienordnung und in der Einsicht von Wählerinnen und Wählern in die vielfältigen ökonomischen, ökologischen und kulturellen Chancen, die mit einer solchen Reform verbunden wären.

Aus den erwähnten Gründen hätte eine schrittweise Ausweitung des öffentlich-rechtlichen Prinzips vom Rundfunk auf die anderen Medienbereiche vermutlich bessere Durchsetzungschancen als die Reform, die Karl Bücher vor hundert Jahren vorgeschlagen hat. Eine Übertragung des öffentlich-rechtlichen Organisationsprinzips auf die Presse würde allerdings erfordern, dass Zeitungsverleger und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten ihren Streit um Urheberrechte an digitalen Nachrichtenangeboten, die zu einer rechtlichen Regelung geführt hat, mit der beide Seiten nicht zufrieden sind<sup>15)</sup>, zugunsten einer Kooperation aufgeben, die auf einer weitsichtigeren Zukunftsperspektive gründet.

4 Zur Medienkonzentration vgl. KNOCHE 2005; 2013.

5 Das ist u. a. an der Einrichtung einer eigens dafür zuständigen Schlichtungsstelle erkennbar, die allerdings kaum genutzt wird. Vgl. MÜLLER-LANCÉ 2021; FRIES/BEHME 2022.



Diese nachhaltige Sichtweise und auch die Einsicht in die von Karl Bücher und anderen schon vor einem Jahrhundert erkannten schädlichen Folgen der bestehenden Medienordnung zu fördern, ist eine Aufgabe für Kommunikationswissenschaft und Journalistik, die ihnen mehr medienkritische und medienpolitische Ambitionen und Aktivitäten als zur Zeit abverlangt, aber im Interesse von Demokratie, Ressourcenschutz und anderen Aspekten des Allgemeinwohls keinen Aufschub duldet und sofort in Angriff genommen werden kann. Karl Büchers Reformkonzept von 1919 kann auch deshalb dabei helfen, weil sein Autor durchaus an die Realitätsnähe und Umsetzbarkeit seiner Vorschläge dachte:

»Der Weg, welcher hier vorgeschlagen wird, würde von dem gegenwärtigen Zustande nicht so weit abliegen, als es vielleicht auf den ersten Blick den Anschein hat« (Bücher 1926: 425).

## Über den Autor

**Horst Pöttker**, Jahrgang 1944, ist pensionierter Professor für Theorie und Praxis des Journalismus an der Technischen Universität Dortmund. Kontakt: horst.poettker@tu-dortmund.de

## Literatur

- BÜCHER, KARL (1926): Zur Frage der Preßreform. In: ders.: *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde*. Tübingen: H. Laupp, S. 391-429. (zuerst in: *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, 76. Jg., 1920)
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (BPB) (2018): *NS-Schriftleitergesetz: Journalisten als Staatsdiener*. <https://www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/283118/ns-schriftleitergesetz>, 14. 11. 2021.
- FRIES, STEFAN; BEHME, PIA (2022): Verlage vs. Öffentlich-Rechtliche. Der lange Streit um die Presseähnlichkeit. In: *Deutschlandfunk (dlf)*, 21. 9. 2022. <https://www.deutschlandfunk.de/streit-um-presseaehnlichkeit-100.html> (30. 5. 2023)
- GEIGER, THEODOR (1920): *Das uneheliche Kind und seine Mutter im Recht des neuen Staates. Ein Versuch auf der Basis kritischer Rechtsvergleichung*. München, Berlin, Leipzig: J. Schweitzer (Arthur Sellier).
- GEIGER, THEODOR (1988): Die Milchkuh der Presse. Hat Reklame positive Kultureffekte? In: *medium*, 18(4), S. 29-32.
- GEISSLER, RAINER; PÖTTKER, HORST (1987): Theodor Geigers Geschichte der Werbung. In: *Publizistik*, 32(3), S. 320-337.

- HARNISCHMACHER, MICHAEL (2010): *Journalistenausbildung im Umbruch. Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich*. Konstanz: UVK.
- HERRMANN, ULRIKE (2022): *Das Ende des Kapitalismus: Warum Wachstum und Klimaschutz nicht vereinbar sind – und wie wir in Zukunft leben werden*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- HOYER, SVENNIK; PÖTTKER, HORST (Hrsg.) (2014<sup>2</sup>): *Diffusion of the News Paradigm 1850 – 2000*. Göteborg: Nordicom.
- JACKSON, TIM (2011): *Wohlstand ohne Wachstum – Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt*. München: Oekom.
- JACKSON, TIM (2021): *Wie wollen wir leben? Wege aus dem Wachstumswahn*. München: Oekom.
- KNOCHE, MANFRED (2005): Medienkonzentration als Macht- und Legitimationsproblem für Politik und Wissenschaft. Kritisch-empirische Konzentrationstheorie versus apologetisch-normative Wettbewerbstheorie. In: AHRWEILER, PETRA; THOMASS, BARBARA (Hrsg.): *Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik. Struktur und Visionen*. Münster, Berlin, Hamburg: LIT, S. 117-140.
- KNOCHE, MANFRED (2013): Medienkonzentration. In: THOMASS, BARBARA (Hrsg.): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. 2. Aufl. Konstanz: UVK, S. 135-160.
- KUTSCH, ARNULF (2010): Professionalisierung durch akademische Ausbildung. Zu Karl Büchers Konzeption für eine universitäre Journalistenausbildung. In: EBERWEIN, TOBIAS; MÜLLER, DANIEL (Hrsg.): *Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag*. Wiesbaden: vs, S. 427-453.
- MAIER, GUSTAV (1915/16): Die Gefahren der modernen Zeitungspresse. In: *Internationale Rundschau*, 1, S. 384ff.
- MARCUSE, HERBERT (1969): Befreiung von der Überflusgesellschaft. In: COOPER, DAVID (Hrsg.): *Dialektik der Befreiung*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, S. 90-102.
- MARX, KARL (2001): Die Verhandlungen des 6. rheinischen Landtags. In: PÖTTKER, HORST (Hrsg.): *Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaft über Journalismus und Medien*. Konstanz: UVK, S. 38-55.
- MARX, KARL; ENGELS, FRIEDRICH (1969): *Pressefreiheit und Zensur*. Hrsg. u. eingel. v. Iring Fetscher. Frankfurt/M.: Europäische Verlagsanstalt.
- MÜLLER-LANCÉ, KATHRIN (2021): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. War Was? In: *Süddeutsche Zeitung* vom 3. 8. 2021. <https://www.sueddeutsche.de/medien/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-schlichtungsstelle-zeitungsverlage-1.5372034> (30. 5. 2023)
- PÖTTKER, HORST (1988): Legitimitätsdefizite und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. Das Medium als Instanz der politischen Sozialisation. In: *Publizistik*, 34(2/3), S. 505-519.

- PÖTTKER, HORST (1991): Informelle Politiksteuerung. Zur Interaktion zwischen Politikern, Journalisten und Publikum. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 39(1), S. 71-82.
- PÖTTKER, HORST (1996): Politikverdrossenheit und Medien. Daten und Reflexionen zu einem virulenten Problem. In: JARREN, OTFRIED; SCHATZ, HERIBERT; WESSLER, HARTMUT (Hrsg.): *Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 59-71.
- PÖTTKER, HORST (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: LÖFFELHOLZ, MARTIN (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 375-390.
- PÖTTKER, HORST (2010): Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft. In: *Publizistik*, 55(2), S. 107-128.
- PÖTTKER, HORST (2018): Quo vadis Journalismus? Über Perspektiven des Öffentlichkeitsberufs in der digitalen Medienwelt. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 1(2), S. 71-81.
- PÖTTKER, HORST (2019): »Die Presse verrät ihren Beruf«. Theodor Geiger (1891-1952) – ein (fast) vergessener Klassiker auch der Kommunikationswissenschaft. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)*, 67(4), S. 437-458.
- PÖTTKER, HORST (2020): Historisch bedingt. Zum Akzeptanzdefizit der Journalistik in Deutschland. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 3(3), S. 216-233.
- PÖTTKER, HORST (2021): Demokratische Internet-Öffentlichkeit? Zur Zugänglichkeit von Information in der digitalen Medienwelt. In: EISENEGGER, MARK; PRINZING, MARLIS; ETTINGER, PATRICK; BLUM, ROGER (Hrsg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Wiesbaden: Springer vs, S. 377-397.
- PÜRER, HEINZ; RAABE, JOHANNES (2007): *Presse in Deutschland*. 3., völlig überarb. u. erw. Aufl. Konstanz: UVK.
- REIMER, NICK; STAUD, TORALF (2021): *Deutschland 2050: Wie der Klimawandel unser Leben verändern wird*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- STEPHENS, MITCHELL (2014): *Beyond News. The Future of Journalism*. New York: Columbia University Press.
- WELLBROCK, CHRISTIAN-MATHIAS (2020): »Spotify für Journalismus«, »Verlagsplattform«, »Digitales Pressegrosso« – Drei Szenarien für eine anbieterübergreifende Journalismusplattform. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 3(2), S. 131-149.