

Eine Kritik der Ideologie der „freien Presse“ zur Wendezeit 1989/1990

Mandy Tröger

Keywords: DDR 1989/1990, Freie Presse, Ideologiekritik, Demokratie, Kapitalismuskritik

Abstract

Dieser Beitrag zeigt, inwiefern BRD-Verlagskonzerne und die Bundesregierung in ihrem Wirken zur DDR-Pressetransformation 1989/1990 den demokratischen Grundsatz der freien Presse als politisches Mittel nutzten und inwieweit sie diesem praktisch folgten. Im Namen der „demokratischen freien Presse“ gestalteten sie die DDR-Presselandschaft vor allem entsprechend ihrer politischen und wirtschaftlichen Interessen; die Entmonopolisierung der Presse war zweitrangig. Alternative Visionen, wie sich eine freie demokratische Presse auch hätte gestalten können, blieben chancenlos.

Tröger, Mandy. 2019. „Eine Kritik der Ideologie der ‚freien Presse‘ zur Wendezeit 1989/1990“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 104–123. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.6

Mandy Tröger | LMU München | Mandy.Troeger@ifkw.lmu.de

„Wir wollen für die Bürger der DDR Informationsfreiheit sofort und nicht auf Raten. Die gesellschaftspolitische Verpflichtung der Großunternehmen [...] findet in dem jetzigen Vorgehen ihre reale medienpolitische Ausprägung.“

(Gerd Schulte-Hillen, Vorstandsvorsitzender von Gruner + Jahr, am 19. März 1990)

1 Einführung

Informationsfreiheit ist Teil der Pressefreiheit. Auch wenn in westlichen Demokratien generell Einigkeit darüber herrscht, dass eine unfreie Presse abzulehnen ist, ist die Frage, was die Presse letztlich „frei“ macht, schwerer zu beantworten. Hierfür braucht es einen gesellschaftlich verankerten Konsens, der im Folgenden Ideologie genannt wird. Rahel Jaeggi (2009, 268) definiert Ideologien als „Überzeugungssysteme, die praktische Konsequenzen haben“ und ihrerseits „Effekte einer bestimmten gesellschaftlichen Praxis sind“. So verstanden sind Ideologien also Ideensysteme, die Praktiken und Habitus-Formen hervorbringen. Diese begünstigen dann wiederum die Durchsetzung bestimmter Ideen und Praktiken und führen zu deren „Selbstverständlichmachung“ bzw. „Verselbständlichungen“.

Ideologiekritik ist laut Jaeggi dann der Versuch, genau diese Mechanismen sichtbar zu machen, die es nicht zuletzt dominanten Gruppen erlauben, sie zur Durchsetzung eigener Interessen am Laufen zu halten. So verstanden ist Ideologiekritik also immer auch Herrschaftskritik. Sie nimmt innere Widersprüche im Selbst- und Weltverständnis von individuellen und sozialen Entitäten auf, misst sie an eigenen Maßstäben und holt sie damit aus ihrem angenommenen Stadium der Wertfreiheit und des unhintergebar „natürlich“ Gegebenen (ebd., 269-270).

Wenn im Folgenden also von der Kritik der Ideologie der freien Presse gesprochen wird, geht es erstens um die Sichtbarmachung der als selbstverständlich hingegenommenen Ideensysteme der westlichen „freien Presse“ in der Übernahme der DDR-Presselandschaft und zweitens um die damit verbundenen und praktisch durchgesetzten Interessen. Fokus ist die Rhetorik der Akteure und Widersprüche zwischen dieser und den von den Akteuren geschaffenen Fakten.

Der Zeitrahmen der Untersuchung erstreckt sich vom Fall der Berliner Mauer am 9. November 1989 bis zur deutschen Einheit am 3. Oktober 1990 oder, wie die DDR-Tageszeitung *Junge Welt* es formulierte, der Zeit

zwischen dem Wegfall des „alten Maulkorbs“ politischer Zensur und der Übernahme des Marktes (Schumann 1990). Gezeigt wird, dass diese Übernahme dem rigorosen Wirken westdeutscher politischer und wirtschaftlicher Interessengruppen im Namen der „demokratischen freien Presse“ zum Erreichen eigener Ziele geschuldet war. Alternative Visionen, wie sich eine freie demokratische Presse hätte auch gestalten können, blieben damit chancenlos.

2 Die Ideologie der „freien Presse“

Das Modell der freien Presse in westlichen Demokratien oder, wie der US-amerikanische Journalismushistoriker John Nerone (2013) es nennt, das „hegemonic western model of journalism“, ist ein Beispiel für ein von Jaeggi beschriebenes Ideensystem. Als konstituierende Grundlage für das Funktionieren der demokratischen Ordnung ist es grundsätzlich positiv konnotiert. Es sichert den Informationsfluss für die Teilhabe des mündigen Bürgers am demokratischen Prozess. Die historisch gewachsene Institutionalisierung der „freien Presse“ als privatwirtschaftlich organisierter Pressemarkt wird in der Forschungsliteratur als gegeben hingenommen und selten problematisiert. Nerone und andere haben für den US-amerikanischen Kontext gezeigt, wie beide, demokratische und marktwirtschaftliche Interessen, historisch eng verschränkt sind, wie die „freie Presse“ also als kapitalistisches Unternehmen wuchs und demokratisierend wirkte, indem es die Presse aus dem parteipolitischen Rahmen (partisan press) löste. Der damit einhergehende Objektivitätsanspruch sicherte zum einen politische Unabhängigkeit; zum anderen wurden Nachrichten oder „news“, wie wir sie heute kennen, erst durch diese Standardisierung geschaffen, nicht zuletzt da sie so vielseitig verwertbare Marktgüter (commodities) wurden (vgl. Nerone 1995). Infolge kommunikationstechnologischer Entwicklungen und einer interessenorientierten Institutionalisierung dieses Modells verfestigte sich die Idee, dass die Presse dann „frei“ ist, wenn sie privatwirtschaftlich organisiert, durch Werbeeinnahmen und Vertriebs Erlöse finanziert und damit politisch unabhängig ist. Der Käufer allein entscheidet, wessen Stimme auf dem freien Markt der Informationen und Meinungen Gehör findet (ebd.).

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde dieses Ideensystem von den Alliierten zunächst über den Weg der Lizenzpresse auch in der Bundes-

republik Deutschland eingeführt. Das heißt, die deutsche Presselandschaft wird bis heute durch privatwirtschaftliche Verlagshäuser gestaltet. Die Rahmengesetzgebung, die die Pressefreiheit durch Artikel 5 des Grundgesetz definiert, misst diese vor allem an der Freiheit des Verlegers (Tendenzschutz), und die Journalistenausbildung orientiert sich am Objektivitätsgebot. Mit den „informationellen Revolutionen“, wie die taz-Journalistin Ute Scheub (1990) die Umbrüche in Osteuropa um 1990 nannte, und den damit einhergehenden post-sozialistischen Pressetransformationen erlangte das „western model of journalism“ auch dort normative Gültigkeit.

2.1 *Das Paradox der demokratischen Presse*

Vor dem Hintergrund dieser Pressetransformationen verwies das Europäische Parlament (EP) im April 1992 allerdings auf eine der strukturellen „Paradoxien unserer demokratischen Gesellschaft“: Die freie Presse übernimmt die „Aufgabe einer öffentlichen Einrichtung“, während sie gleichzeitig „den Gesetzen des Marktes unterworfen“ ist (Bericht 1992, 13). Das Parlament schlussfolgerte, da die Presse „den Gesetzen der Marktwirtschaft gehorchte und gehorcht, hängt ihre Rolle im Dienste der Öffentlichkeit von den Zufällen der Privatwirtschaft ab“ (ebd.). Diese Punkte verweisen gleich auf mehrere Widersprüche im Selbstverständnis der westlichen freien Presse als Grundlage demokratischer Gesellschaften. Sie lassen sich durch eine Reihe von Fragen erschließen: Was ist „unsere“ demokratische Gesellschaft? Was sind die „Zufälle der Privatwirtschaft“? Und warum ist die Organisation der Presse und damit implizit der Demokratie selbstverständlich an den Markt gebunden? Diese Fragen bieten einen ideologiekritischen Analyseansatz des „western model of journalism“.

Für den vorliegenden Beitrag wird das vom EP problematisierte Spannungsfeld an der Frage festgemacht, inwiefern BRD-Verlage während der DDR-Pressetransformation 1989/1990 demokratische Grundsätze als politisches Mittel nutzten und inwieweit sie diesen Grundsätzen, also den „Gesetzen des Marktes“, praktisch folgten. Dabei muss nach Jaeggi (1990) dem angenommenen „falschen“ Objekt der Analyse (also dem Paradox der westlichen freien Presse oder der Markterschließung) nicht die „richtige“ Alternative entgegengesetzt werden. Vielmehr liegt in der Analyse selbst die Kritik.

2.2 Die „freie Presse“ zur Wendezeit

Dennoch birgt gerade die Wendezeit eine Reihe alternativer Visionen zu der Frage, wie sich eine „freie Presse“ abseits dessen, was wir als selbstverständlich hinnehmen, auch gestalten kann. Denn wenn Ideologien „unseren Weltbezug und damit den Deutungs-horizont [konstituieren], in dem wir uns und die gesellschaftlichen Verhältnisse verstehen“ (Jaeggi 2009, 269), muss gefragt werden, welche Deutungshorizonte es zur Wendezeit gab. Weder waren Ideensysteme noch deren Institutionalisierung selbstverständlich. Durch den Zusammenbruch des Staatsapparates der DDR und das Wirken verschiedenster Kräfte zu dessen Transformation mussten zu allen gesellschaftspolitischen Fragen neue Deutungshorizonte erst gefunden werden.

Selbst laut der SED-Nachfolgepartei PDS hieß das in Bezug auf die DDR-Presse, dass Diskussionen über eine freie Presse vor dem Hintergrund „der Monopolisierung öffentlicher Meinung über die Medien“ durch den einstigen „Monopolanspruch der SED“ geführt wurden (Medienpolitische Grundlinien 1990, 2). Ziel der Menschen, die 1989 auf den Straßen der DDR demonstrierten, war also der Bruch des SED-Informationsmonopols und die Durchsetzung der Meinungs-, Medien- und Informationsfreiheit in der DDR (vgl. Grundsatzempfehlungen Volkskammerausschuss 1990). Hier war das BRD-Pressesystem allerdings nicht das Maß aller Dinge. Weder war eine privatwirtschaftliche Organisation der Presse selbstverständlich noch deren rechtliche, politische oder journalistische Ausgestaltung. Vielmehr suchten alle im Reformprozess befindlichen Verlage, Zeitungen, Redakteur*innen und Journalist*innen neue Antworten auf gesellschaftspolitische Fragen. Das hieß: Planstrukturen aufbrechen, eine „freie Presse“ neu definieren, und zwar praktisch und nicht als rhetorisches Mittel. Die Suche galt neuen Wegen für eine bessere Presse.

Ausgangspunkt der Analyse dieses Beitrags ist dieser ursprüngliche Demokratisierungsimpuls. Denn für die Reform der DDR-Medien wurden gleich drei Institutionen gegründet: der überparteiliche basisdemokratische Medienkontrollrat (MKR), der auf dem Beschluss zur Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar 1990 gründete, das nach der Wahl am 18. März 1990 gebildete Ministerium für Medienpolitik (MfM) sowie der im April 1990 gegründete Ausschuss für Presse und Medien der Volkskammer. Ziel aller war es, wie

Medienminister Gottfried Müller im April 1990 betonte, grundlegende Probleme in der DDR selbst anzugehen. Es sei keine Lösung, „einfach westliche Modelle und Vorstellungen [zu] übernehmen oder [zu] imitieren“ (Wienert 1990). Auch der Vorsitzende des Volkskammer-Ausschusses, Jürgen Schwarz, erklärte noch im Juni 1990, die Wiedervereinigung beider deutscher Staaten bedeute nicht zwangsläufig, dass die DDR das System der Bundesrepublik übernehmen müsse. Vielmehr gebe es „unvorstellbar viele Vorstellungen, was aus den Medien der DDR noch werden kann“ (DS Kultur 1990). Dabei plädierte der MKR für eine eigenständige, wirtschaftlich und politisch unabhängige DDR-Presse. Ziel des Rates war, als „moralisch-appellative Instanz [...] die Meinungsvielfalt und Auswahlfreiheit für den mündigen Bürger vor erneuter Vermachtung ebenso zu schützen wie vor deformierter Vermarktung“ (Ergebnisprotokoll 1990). Hierfür hielt der MKR öffentliche Anhörungen ab und formulierte bis zum 3. Oktober 1990 Medienreform-Empfehlungen für die DDR-Regierung (vgl. Brüning 1990). Das Ziel einer eigenständigen Presse aber fiel, laut Rat, schon bald den „frühkapitalistischen Wild-West-Praktiken“ der BRD-Verlage zum Opfer (Bäcker 1990).

Denn parallel zu den politischen Reforminitiativen in der DDR engagierten sich BRD-Verlage schon ab November 1989 in der DDR, bauten Geschäftsbeziehungen auf, schlossen Kooperationen und schufen nicht selten Fakten ohne rechtliche Grundlage. Mit diesem Engagement kamen eine Reihe neuer Probleme, vor allem aber das Ideensystem einer privatwirtschaftlich organisierten Presse, das aus dem gesellschaftspolitischen Kontext der BRD heraus an klare Politik- und Marktinteressen gekoppelt war, die auf den Osten ausgedehnt wurden. Im April 1990 beschwerte sich MKR-Mitglied Wolfgang Kleinwächter, auf dem Pressemarkt, „machen sich BRD-Verlage breit, als gäbe es gar keinen Medienkontrollrat!“ (vgl. Mit beschränkten Vollmachten 1990). Prinzipien und Beschwerden des MKR würden ignoriert, die Interessen einer sich transformierenden oder neugegründeten DDR-Presse würden bei der Durchsetzung eigener Ziele übergangen. Auch Medienminister Müller betonte in Interviews wiederholt, „daß das zarte Pflänzchen Pressefreiheit nicht an altem und neuem Unkraut, das auf dem Pressemarkt auch wuchert, erstickt“ werden dürfe (Bischoff 1990). Indem BRD-Verlage versuchten, „den DDR-Zeitungsmarkt zu erobern“, trafen sie „die Zeitungen [der DDR] [...] in der verwundbarsten Phase ihrer Geschichte“ (ebd.). Dieser Eroberung hatte ein schwacher, sich transformierender Staat wenig entgegenzu-

setzen. Die Frage, wie diese von den Verlagen selbst legitimiert und praktisch durchgesetzt wurde, leitet die Kritik der „freien Presse“ im Folgenden an.

3 Die „freie Presse“ expandiert

Am 8. Mai 1990, zwei Monate vor der Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen BRD und DDR, trafen sich Vertreter der vier Großverlage Heinrich Bauer, Axel Springer, Gruner + Jahr (G+J) und Burda im gerade gegründeten Ministerium für Medienpolitik (MfM) und plädierten für eine freie Presse. Sie hofften, rückwirkend die offizielle Genehmigung für den Pressevertrieb zu bekommen, den die Verlage seit Anfang März ohne Genehmigung in der DDR aufgebaut und durch den sie seither große Mengen eigener Titel importiert hatten.

Empfangen wurden die Vertreter von DDR-Medienminister Müller. Als er den Anwesenden vor Gesprächsbeginn eine Verordnung überreichte, nach der ihr verlagsabhängiger Pressevertrieb rechtswidrig war, wurde Empörung laut. Die Vertreter argumentierten, die Verlage hätten bereits beträchtliche Investitionen getätigt und Infrastrukturen für den Pressevertrieb „aus dem Nichts“ aufgebaut (vgl. Springer 1990, 12). Sie hätten so mitgeholfen, eine freie Presse in die DDR zu bringen. Springer-Vertreter Horst Keiser sprach von einem „massiven Eingriff in die Pressefreiheit“ und betonte, der Verlag „könne sich nicht gefallen lassen, in den Verdacht der ungesetzlichen Handlungen zu kommen“ (Bachmann 1990a, 3-4). Bauer-Vertreter Peter Heidenreich wiederum bezweifelte, dass die Verordnung überhaupt demokratisch war. Eine derart weitreichende systemische Entscheidung „dürfe nicht als Verordnung getroffen werden, die sich noch dazu auf den Medienbeschluss [vom Februar 1990] der nicht demokratisch legitimierten Volkskammer“ beziehe (ebd., 3). Hierfür bräuchte es ein Gesetz. Sollte die Verordnung bestehen bleiben, so die Vertreter, würden die Verlage nicht mehr investieren und die DDR sofort verlassen.

Müller, dessen Ministerium einen „kultivierten Übergang in die Medienfreiheit“ gewährleisten sollte, betonte, auch er wolle eine freie Presse (Brüning 1990). Diese bräuchte aber einen verlagsunabhängigen Vertrieb, denn nur dieser stelle Neutralität und gleiche Marktchancen für *alle* Verlage sicher. Die Großverlage seien mit dem Aufbau ihres eigenen,

exklusiven Vertriebssystems „bewußt in eine Grauzone, in rechtsfreie Räume, vorgestoßen“ (Bachmann 1990a, 2). Man habe hier, so Müller während des Treffens, „nach dem Scheitern des real existierenden Sozialismus wohl den real existierenden Kapitalismus demonstrieren wollen“ (ebd.). Eine sich entwickelnde und in vieler Hinsicht benachteiligte freie Presse in der DDR könne durch eine Flut westdeutscher Presse zudem erstickt werden. „Die Verordnung“, so schloss Müller, „richtet sich nicht gegen, sondern schützt die Pressefreiheit“ (ebd., 4).

Diese Episode, Höhepunkt intensiver Verhandlungen und breit gestreuter Informationskampagnen, steht beispielhaft für das frühe Agieren westdeutscher Verlage in der DDR-Presselandschaft (detailliert nachzulesen in Tröger 2019). In ihr manifestieren sich rhetorische Elemente zweier Ideologien einer freien Presse: Die Verlagsvertreter wollten eine im westlich-kapitalistischen Sinn freie Presse in die DDR bringen, das MfM wollte eine freie Presse nach demokratischen Idealen in Abgrenzung zum SED-Informationsmonopol schaffen. Beides war nicht unbedingt miteinander vereinbar: Die von Müller angesprochene „Presseflut“ unter Nutzung der rechtlichen „Grauzone“ durch die BRD-Verlage bedrohte nicht nur die wirtschaftliche Existenz der vielen Zeitungsneugründungen in der DDR. Sie setzte früh den wirtschaftspolitischen Rahmen der DDR-Pressereform selbst. Denn mit den frühen Zeitungsimporten kamen mehr als nur westdeutsche Titel. Durch sie traf eine werbefinanzierte, dem Markt verhaftete, flexibel agierende Presse auf eine staatlich finanzierte, von Planstrukturen abhängige Presse, die sich nun dem plötzlich einsetzenden Wettbewerb stellen musste.

3.1 *Der deutsch-deutsche Presseaustausch*

Der politische Rahmen für diese Entwicklung wurde am 19. Dezember 1989 auf dem ersten Treffen der Regierungschefs Helmut Kohl und Hans Modrow in Dresden gesetzt. Beide wollten den freien Presseaustausch. In einer gemeinsamen Pressemitteilung unterstrichen sie

„die große Bedeutung einer freien und umfassenden Information durch Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Rundfunk und Fernsehen. Sie kamen überein, wechselseitig den Vertrieb und Bezug von Zeitungen und Zeitschriften zu ermöglichen und die Verbreitung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen zu fördern. Die dabei auftretenden technischen und kommerziellen Fragen sollen in einer Gruppe von Experten behandelt werden“ (Gemeinsame Mitteilung der Regierungschefs 1989).

Solche deutsch-deutschen Expertengruppen wurden zu einer Reihe wirtschaftlicher und politischer Fragen gegründet; das erste deutsch-deutsche Mediengespräch fand am 8. Februar 1990 im Bundesministerium des Innern (BMI) in Bonn statt. In diesem Gespräch unterstrich Staatssekretär Hans Neusel das große Interesse der BRD an einer freien und unabhängigen Presse in der DDR und die Aufmerksamkeit, die der Beschluss zur Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar erregt hatte. Dieser sei, laut Neusel, zweifellos ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung (z. B. durch den Medienzugang aller Parteien vor der Wahl), er entspreche aber nicht hundertprozentig den Überzeugungen der BRD (Bachmann 1990b).

Zum einen sollte laut Beschluss ein unparteilicher, beratender Medienkontrollrat (MKR) gegründet werden, der die Umsetzung eines noch zu erarbeitenden Mediengesetzes gewährleisten sollte. Letzteres widersprach der BRD-Rahmengesetzgebung durch das Grundgesetz und deren Spezifizierung durch Landespressegesetze. Zum anderen bedurfte „jede Eigentumsbeteiligung an Medien der DDR durch Ausländer“ einer Zustimmung des MKR, womit die „Eigenständigkeit der Medien“ gewährleistet werden sollte (Beschluss der Volkskammer 1990). Das aber widersprach der Praxis der freien Marktwirtschaft. Außerdem hatten die „Mitarbeiter der Medien“ laut Beschluss „das Recht, die Ausarbeitung eines Materials zu verweigern, wenn Themenstellung und Auftrag ihren persönlichen Überzeugungen widersprechen“ (ebd.). Dieser Fokus auf die innere Pressefreiheit (also die Autonomie der Journalist*innen gegenüber ihren Vorgesetzten) unterschied sich vom westdeutschen Modell des Tendenzschutzes (dem Vorrang institutioneller Autorität). Kurz: Der Beschluss entsprach weder den Grundsätzen noch Praktiken der BRD und bedurfte daher Änderungen.

Der DDR-Delegationsvorsitzende Ralf Bachmann vom Presse- und Informationsdienst der DDR betonte, der Beschluss sei vorübergehend; vieles in Sprache und Regelung sei den gegenwärtigen Bedingungen und der bevorstehenden Wahl am 18. März geschuldet. Was jetzt zähle, seien aktuelle Probleme. Eine Reihe von Voraussetzungen müssten erfüllt sein, um einen *wechselseitigen* Austausch, also auch eine Öffnung des BRD-Marktes für DDR-Zeitungen, zu ermöglichen. Neben Papier- und Ressourcenknappheit sei der Bekanntheitsgrad ostdeutscher Titel in der BRD wesentlich geringer als andersherum. Ein Presseaustausch bedürfe daher „unterstützender Werbung“ in der BRD, mehrerer Tonnen Papier und

„solidarische[r] Unterstützung“ mit Druckkapazitäten (Bachmann 1990b, 2). BMI-Staatssekretär Neusel erklärte, alle Vorschläge würden geprüft, fügte aber hinzu, auch BRD-Verlegerverbände könnten helfen. Nach dem Expertengespräch fand daher ein Treffen der DDR-Delegation mit führenden Vertretern des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) statt (ebd., 3).

Zu einem Presseaustausch kam es allerdings nie. Denn das politische Ziel verbarg wirtschaftliche Realitäten, in der eine materiell und technisch überlegene, kommerziell organisierten Presse eines übersättigten BRD-Pressemarktes auf eine medial unterversorgte DDR-Bevölkerung und eine Presselandschaft traf, die weder kommerziell organisiert war noch die nötigen Voraussetzungen für zusätzliche Export-Produktion hatte. Das machte den Export der DDR-Presse in die BRD und damit den *Presseaustausch* illusorisch. Vielmehr bot die Übereinkunft zwischen Kohl und Modrow die politische Grundlage für den einseitigen *Pressetransfer* westdeutscher Presseprodukte in die DDR. Während der Import auf DDR-Seite durchaus gewollt war, spielte er strukturell in die Hände der BRD-Verlage.

3.2 *Das BMI und die Großverlage*

Bereits am 14. Februar 1990 fand im BMI unter Leitung des BMI-Ministerialdirektors Erich Schaible ein Treffen mit Mitgliedern des zweiten großen Verlegerverbandes der BRD, des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) statt. Auf dem Treffen sollte die Frage des systematischen Vertriebs westdeutscher Titel in der DDR geklärt werden. Anwesend war auch Springer-Vertreter Gerd Leilich. Springer hatte seit Mitte Januar 1990 vergeblich versucht, zusammen mit G+J, Bauer und Burda ein Vertriebs-Joint-Venture mit dem Ministerium für Post und Fernmeldewesen (MPF) der DDR zu gründen. Über dieses sollten ursprünglich ca. 100 BRD-Titel (70 Prozent davon aus den vier Großverlagen) in die DDR importiert werden. Nach dem Scheitern dieser Verhandlungen, auch aufgrund starker Proteste kleiner und mittelständischer BRD-Verlage, argumentierte Leilich nun, dass für die „notwendige schnelle Versorgung der DDR-Bevölkerung mit bundesdeutscher Presse“ vor den Wahlen eine schnelle Startphase erforderlich sei (Wagner 1990, 3). „Dies könne nur durch flexible und unkonventionelle Handlungsweise“ geleistet werden (ebd.).

Das BMI war diesen Plänen nicht abgeneigt. Zwar gebe es in Bezug auf den Import westdeutscher Presseprodukte in die DDR „jetzt bereits Regelungsbedarf“ in Bezug auf Zölle und Steuern (die nicht gezahlt wurden) oder Preise (die nicht feststanden), die „Aktivitäten von Verlagen in rechtlichen Grauzonen“ der DDR sollten, so das BMI, aber fortbestehen (ebd., 4). Denn: „Bis zur Wahl erscheinen Eigeninitiativen der Verlage als zur Zeit einziger Lösungsansatz für den Vertrieb bundesdeutscher Presse und werden ausdrücklich gutgeheißen“ (ebd.). Indem das BMI den Informationsfluss für die DDR-Wahl, die stark von parteipolitischen Interessen der Bundesrepublik beeinflusst wurde, durch eine westliche „freie Presse“ sichern wollte, legte es den politischen Grundstein für die Erschließung des DDR-Marktes durch BRD-Verlage.

Dabei stand BMI-Ministerialdirektor Schaible, der auch bei dem Expertengespräch am 8. Februar dabei gewesen war, in engem Kontakt mit den Großverlagen. Er informierte die DDR-Regierung darüber,

„daß in den Direktionsetagen der Großverlage, besonders bei Springer, große Enttäuschung herrschte, daß man trotz des ‚großzügigen Angebots, eine Versorgung der DDR mit westlichen Zeitungen noch vor den Wahlen zu gewährleisten und dafür große Mittel einzusetzen‘, so ins Gerede gekommen sei“ (Bachmann 1990b, 2-3).

Denn die Verhandlungen zwischen den Verlagen und dem DDR-Postministerium waren als „Geheimverhandlungen“ zwischen westlichen Wirtschaftsmonopolen und einem früheren DDR-Staatsmonopol in Verruf geraten (vgl. Deutsche Presse-Agentur 1990a). Nun nutzten die Verlage den VDZ als Sprachrohr, um diese Behauptungen als „unzutreffend qualifiziert“ abzublocken (Pressenotiz 1990). Die Verhandlungen seien weder geheim gelaufen, noch strebten die Verlage einen Exklusivvertrieb ihrer Titel an. Im Gegenteil, sie wollten ein „wettbewerbsneutrales und für jeden verkäuflichen Titel offenes Vertriebssystem“, all ihre Investitionen basierten auf diesem Prinzip (ebd.).

Laut G+J-Vorstandsvorsitzendem Gerd Schulte-Hillen (1990) waren es die Beschwerden über den großen Einfluss ehemaliger SED-Zeitungen, die vor den Wahlen einen verbesserten Zugang der DDR-Wähler zu freien Informationen nötig machten. Es sei notwendig, betonten die Verlage öffentlich, „rasch westliche Presse [...] umfassend und flächendeckend in der DDR zu verbreiten“ (Pressemitteilung 1990). Das mache jede Einflussnahme gegen dieses Vorhaben „verantwortungslos“, denn bei einem Scheitern

„würde die umfassende Versorgung der DDR-Bürger mit dem Presseangebot der Bundesrepublik und der Aufbau eines auf Dauer leistungsfähigen Pressevertriebsystems verzögert und das Recht der DDR-Bürger auf freie Information blockiert“ (ebd.).

Letztlich gehe es also, unterstrichen die Verlage, um den demokratischen Meinungsbildungsprozess in der DDR. Hier zählte laut Schulte-Hillen (1990) schnelles Handeln, nicht „langes Überlegen“ oder „Ausverhandeln“. In Anbetracht der politischen Lage war ein „politisches und rechtliches Absichern des Vertriebs von Presseprodukten“ zweitrangig. „Niemand,“ unterstrich er, wolle „ein Oligopol oder ein Monopol installieren“. Jeder Verlag oder Vertreiber aus der BRD könne in der DDR tätig werden, unabhängig von den Handlungen einzelner Großverlage.

Dass Schulte-Hillen die DDR damit zum Spielball westdeutscher Verlagsinteressen machte, wurde jedenfalls auf bundesdeutscher Seite von keiner Interessengruppe hinterfragt. Auch nicht von mittelständischen Verlagen, die in ihrem Protest gegen den Exklusivvertrieb der Großverlage gleiche Marktchancen forderten, damit aber vor allem die Chancen der BRD-Verlage meinten. Auch die Tatsache, dass alle Konzepte zur umfassenden Versorgung der DDR-Bevölkerung mit westdeutscher Presse in der G+J-Zentrale in Hamburg entworfen worden waren, problematisierten der VDZ, die Großverlage und das BMI nicht. Letztlich informierte BMI-Mann Schaible die DDR-Regierung darüber, dass die Großverlage nach dem Scheitern der Verhandlungen mit der DDR jetzt über einen Direktvertrieb ihrer Titel nachdachten (Bachmann 1990b, 3).

3.3 Der „Presse-Coup“

Der DDR-Direktvertrieb, das heißt der Verlagsvertrieb der Großverlage ohne rechtliche Genehmigung der DDR, startete am 5. März 1990. Die Nachrichtenagentur dpa nannte es den „Presse-Coup der ‚Vier Großen‘“ (Deutsche Presse-Agentur 1990a, 6) und meinte damit das Abstecken regionaler DDR-Vertriebsgebiete durch Springer, Bauer, Burda und G+J. Laut G+J-Vertreter Andreas Ruppert hatten die Verlage alles geklärt: Springer belieferte den Süden, Bauer den Norden, Burda die Region Suhl in Thüringen und G+J den östlichen Teil der DDR, wobei die Verlage sich zum gegenseitigen Vertrieb ihrer Produkte verpflichteten (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst 1990a). Die Verlagsauslieferung startete an ca. 3.300 Verkaufsstellen mit etwa 70 Titeln (Herkele 1990, 52). Dazu

gehörten auch Produkte mittelständischer BRD-Verlage, vor allem aber die Titel der „Viererbände“ – ein Begriff, von dem Bauer-PR-Chef Roman Köster hoffte, er wäre ein Scherz (NDR-Interview 1990). Der Vertrieb vor allem eigener Titel sei logistischen Gründen geschuldet. Der Marktvorsprung, den die Großverlage dadurch erhielten, blieb unerwähnt. Sie betonten stattdessen, das verlagsabhängige System sei nur eine „Anlaufhilfe für die DDR“ mit dem Ziel, zu gegebener Zeit allen eine Chance auf dem Markt zu geben (Deutsche Presse-Agentur 1990a, 6; vgl. auch Geschäftsführer Hilbertz 1990). Davon würden auch die DDR-Verlage profitieren, denn laut Köster wollten die Großverlage ein System, „das die DDR-Verlage besonders schützt“ (NDR-Interview 1990).

Vom besonderen Schutz merkten die DDR-Zeitungen allerdings wenig. Abhängig vom veralteten Postzeitungsvertrieb (PZV) liefen ihre Proteste ins Leere. Auch der Runde Tisch, der MKR und der Verband der Journalisten der DDR beschwerten sich gegen die „neokolonialistische Aufteilung des DDR-Medienmarktes durch BRD-Großverlage“ (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst 1990b). Mit „hemdsärmeligen Methoden und unter weitgehender Mißachtung geltender Gesetze“, protestierte der Verband der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger der DDR (VZZD), würden BRD-Verlage in der DDR gerade so agieren, als gäbe es keine Gesetze (vgl. Medienfreiheit in Gefahr 1990).

Da der Direktvertrieb allerdings nur Wochen vor der Wahl begann, konnte die Regierung der DDR schwer gegen ihn vorgehen. Der DDR-Ministerrat unterstrich aber: „Der de facto monopolisierte Vertrieb von Printmedien bestimmter BRD-Verlage führt eindeutig zu einer starken Wettbewerbsverzerrung und wäre nach dem Kartellgesetz der BRD *unzulässig*“ (Arnold 1990, Kursivierung der Autorin). Er empfahl den betroffenen DDR-Verlagen, durch ihre Zeitungen auf diese Missstände aufmerksam zu machen und alsbald die neue Regierung aufzufordern, gegen unlautere Wettbewerbsmethoden vorzugehen.

4 Die „freie Presse“ im Preiskrieg

Dem systematischen Pressetransfer in die DDR folgte nur zwei Wochen später ein beispielloser Preiskrieg finanzstarker BRD-Verlage. Laut *Publizistik und Kunst* war dessen „Initialzündung“, als die Verlage Burda und Gong begannen, ihre neue Programmzeitschrift *Super TV* im

Währungsverhältnis 1:1 (nicht zum offiziellen Währungskurs 1:3) zu verkaufen (vgl. Herkel 1990, 54). Damit fielen die Preise im ganzen Segment der Fernsehzeitschriften. Im Mai 1990 wurden dann alle BRD-Titel zu einem 1:1 Preisverhältnis verkauft (ebd.; Deutsche Presse-Agentur 1990a, 7). Dies sei ein „Wildwuchs in der Preisgestaltung“, protestierte Wolfgang Fürstner, verantwortlich für Ostaktivitäten im VDZ, im März 1990. Denn westdeutsche Presse wurde de facto zu „etwa einem Drittel des westdeutschen Verkaufspreises“ angeboten (Fürstner 1990, 14). Weder konnten so Produktionskosten eingespielt noch, laut MPF, ein Mindestmaß an „Chancengleichheit der DDR-Presse im Konkurrenzkampf mit den westlichen Print-Medien gewährleistet“ werden (Minister MPF 1990, 2).

Im Gegenteil. Ab dem 1. April 1990 wurden die Subventionen für DDR-Zeitungen gestrichen und die Verlage mussten in kürzester Zeit andere Einnahmequellen finden. Die meisten Zeitungen verdoppelten oder verdreifachten zunächst ihre Preise (Herkel 1990, 50). Die Suche nach alternativen Finanzierungsquellen führte schnell zu Werbung und westdeutschem Kapital. Allerdings bedurfte Werbung einer Infrastruktur, wie Verkaufs- und Marketingbüros (die es bis dato nicht gab) oder Leser-Adresslisten, die beim PZV lagen. So wurde auch hier westdeutsche Expertise wichtig, was die Abhängigkeiten ostdeutscher Zeitungen – neben der von Kapitalinvestitionen – weiter verstärkte.

VDZ-Funktionär Fürstner (1990, 14) betonte zudem, DDR-Verlage hätten im Versuch, sich über Vertriebs- und Anzeigenerlöse kostendeckend zu finanzieren, erhebliche Nachteile: Die „Qualitätsstandards der Drucktechnik, die Papierqualität, das Anleihengeschäft und die vorhandenen Vertriebswege“ der DDR-Presse könnten „in keiner Weise dem Wettbewerb mit westdeutschen Produkten standhalten“. Dies, so Fürstner, „führt geradezu zwangsläufig zu einem Verdrängungswettbewerb auf dem Boden der DDR, der die DDR-Verlage in kürzester Frist in den Bankerott [sic] treiben wird“ (ebd.). Fürstner, der sich grundsätzlich für den verlagsabhängigen Vertrieb der Großverlage einsetzte, appellierte an alle BRD-Verlage zur Selbstregulierung und sah damit nicht, dass ebendieser Vertrieb den Preiskrieg bedingte. Seiner Ansicht nach standen BRD-Verlage in der Verantwortung, gerade am Anfang einer marktwirtschaftlichen Orientierung den Bestand der DDR-Verlage zu schützen; sein Appell brachte aber nichts.

„Wir können uns nicht anders als marktgerecht verhalten“, meinte Springer-Sprecher Heiner Bremer, während G+J-Sprecher Christoph

Keese sein Bedauern darüber äußerte, „daß durch diese Entwicklung DDR-Verlage in Gefahr geraten können“ (Deutsche Presse-Agentur 1990b). War es ursprünglich um deren „Schutz“ gegangen, war nach Sicht der *Welt* der jetzt eingetretene „Mißstand [...] sicherlich ungewollt von den Großverlagen“, letztlich gehe es ja auch um die Versorgung der DDR-Bürger mit Informationen (Dose 1990). Außerdem würden, laut Jahreszeiten-Sprecher Stefan Teschke, DDR-Verlage „mit Sicherheit nicht durch Preisabsprachen westdeutscher Verlage gerettet“ (Deutsche Presse-Agentur 1990b). Und damit hatte er teilweise auch recht.

Denn Dumpingpreis-Strategien allein waren nicht der Grund für die massiven Wettbewerbsnachteile der DDR-Verlage, sondern die Kombination der von Fürstner dargelegten Probleme. Für *Publizistik und Kunst* war die „aggressive Preispolitik“ letztlich nur der Hebel für einen sich ausweitenden Konkurrenzkampf westdeutscher Verlage auf dem DDR-Printmarkt“ (Herkel 1990, 54). Die Last trugen die DDR-Zeitungen, denn andere Probleme wurden durch diesen frühen Marktdruck wenn nicht verursacht, doch immerhin verstärkt.

5 Die scheinbar neutrale Bundesregierung

Der Vertrieb der „Großen Vier“ nahm, wie die Beschwerden gegen ihn, bis Ende März 1990 stark zu. Die „[m]assive Kritik in zahlreichen Zeitungen“, schrieb Ralf Bachmann (1990c, 1) vom Presse- und Informationsdienst der DDR in einer offiziellen Beschwerde an das BMI, sowie „Hinweise des Medienkontrollrates, Resolutionen des Journalistenverbandes, von Gewerkschaften und Belegschaften in der DDR und unsere eigene Besorgnis“ blieben ergebnislos. Dabei gefährdeten die Großverlage wesentlich die Existenz der DDR-Zeitungen. Außerdem agierten sie mit ihrer Vertriebs- und Preispolitik gegen die Interessen mittelständischer BRD-Verlage. „Wir ersuchen Sie deshalb“, schrieb Bachmann, „Einfluß darauf zu nehmen, daß die Großverlage ihre Aktionen einstellen und zu einem normalen Geschäftsgebaren zurückkehren“ (ebd., 2). Immerhin habe sich das BMI auf dem Expertentreffen am 8. Februar bereit erklärt, an einer gemeinsamen Lösung zu arbeiten. Jetzt müsse es im Interesse aller beteiligten Parteien handeln.

Adressat dieses Briefes war Dietrich Hübner, der ebenfalls am deutsch-deutschen Mediengespräch teilgenommen hatte. Eine Antwort

ließ nicht lange auf sich warten. Allerdings kam sie nicht in Form eines Briefes, sondern als Pressemitteilung und nicht vom Ministerium, sondern von den Großverlagen. Sie erklärten, der Presse- und Informationsdienst der DDR habe das BMI gebeten, den Pressevertrieb zu stoppen. Das sei ein Eingriff in die Pressefreiheit (Bachmann 1990d, 2).

Bachmann, mehr von der Auslegung seines Schreibens geschockt als von den Kommunikationsflüssen zwischen dem BMI und den Verlagen, erklärte seinerseits, die Regierung der DDR habe ihre volle Bereitschaft bekundet, „alle Voraussetzungen für eine volle Informationsfreiheit zu garantieren“, was allerdings „untrennbar mit der Gewährleistung des Prinzips der Chancengleichheit verbunden“ sei (ebd., 1; auch Bachmann 1990c, 2.). Die Stellungnahme der Großverlage erwecke zudem den Eindruck, „als gäbe es in der DDR überhaupt keinen Zeitungsgroßhandel, obwohl sie noch vor wenigen Wochen mit dem Postzeitungsvertrieb der DDR ein Joint venture [sic] auch zum Vertrieb ihrer Printmedien in der DDR eingehen wollten“ (Bachmann 1990d, 1). Trotz des Scheiterns dieser Verhandlungen müssten Entscheidungen über den DDR-Pressevertrieb doch weiterhin in erster Linie mit *DDR*-Institutionen geführt werden (ebd., 2).

Am 9. April 1990 antwortete dann auch Hübner. Er ließ allerdings wenig Zweifel daran, dass das BMI keine Hilfe anbieten würde. Es habe „keinerlei rechtliche Handhabe“ bezüglich des Pressevertriebs oder der Verkaufspreise westdeutscher Verlage in der DDR (Hübner 1990).

„Inwieweit Verlage aus der Bundesrepublik Deutschland geltende Bestimmungen in der DDR umgehen sollten, fällt nicht in die Beurteilung und Zuständigkeit der Bundesrepublik Deutschland. Ein Verstoß gegenüber der Rechtslage in der Bundesrepublik Deutschland liegt nicht vor“ (ebd.).

Die Bundesregierung, so Hübner, hätte bei den deutsch-deutschen Mediengesprächen erklärt, „daß ihr an dem Ausbau der Pressevielfalt gelegen sei“ (ebd.). Hierzu gehöre natürlich „die Erhaltung einer möglichst großen Zahl eigenständiger und wirtschaftlich leistungsfähiger Presseunternehmen in der DDR“ (ebd.). Leider habe es seither kein weiteres Expertengespräch gegeben, auf der diese Frage hätte diskutiert werden können. Der Bundesinnenminister habe dennoch „im Einvernehmen mit den Bundesressorts, den Ländern und dem Bundeskartellamt“ unentwegt an medienpolitisch akzeptablen Grundsätzen gearbeitet (ebd.). Allerdings, so informierte Hübner Bachmann, hatten die Vertreter von Burda, Bauer, Springer und G+J mittlerweile „ein Beteiligungsmodell vorgestellt, das

aus Sicht des Bundeskartellamtes tolerabel ist“ (ebd.). Es sei jetzt „Sache der DDR zu entscheiden, ob sie dieses Modell akzeptieren will“ (ebd.).

Die DDR-Regierung konnte also auf keine Hilfe hoffen. Sie wurde vor eine Wahl gestellt, die keine war. Der Verweis des BMI auf das neu entwickelte (verlagsabhängige) Modell der Verlage übertrug die Zuständigkeit auf eine Wirtschaftsgruppe. Das BMI entließ sich selbst aus der politischen Verantwortung, indem es eigene fehlende Kompetenzen in der DDR unterstrich. Die Gespräche des BMI mit den BRD-Verlagsgruppen ließ Hübner aus, und das, obwohl sich aus diesen Gesprächen genau jene Konzepte entwickelte hatten, die Grundlage der „Grundsätze“ des BMI zum DDR-Presservertrieb wurden.

6 Fazit

Laut der DDR-Zeitung *Bauern Echo* war die Mai-Verordnung des MfM (siehe Abschnitt 2) zum Presservertrieb der DDR der Versuch, „die erstrittene Pressefreiheit nicht nur zu predigen, sondern sie auch ständig zu praktizieren“ (Krause 1990). Die im Springer-Verlag erscheinende *Welt* titelte dagegen: „DDR schränkt Freiheit der Presse wieder ein“ (Dose 1990). Die Verordnung beschneide den Verkauf westdeutscher Presse im Osten, das ginge zu Lasten der DDR-Bürger – für sie sei es nun wesentlich schwieriger, „westliche Druck-Erzeugnisse zu erwerben“ (ebd.).

Dies zeigt noch einmal deutlich, wie die Rhetorik der (westlich) freien Presse im Namen der Informationsfreiheit der DDR-Bürger von politischen und wirtschaftlichen Gruppen der BRD genutzt wurde, um ihre Interessen im Osten durchzusetzen. Das Argument der „freien Presse“ bezog sich vor allem auf die „freie westdeutsche Presse“ auf dem Gebiet der DDR. Sie legitimierte zum einen die „Vertriebsaufteilung“ der DDR durch die Großverlage, vorbei an Gesetzen, staatlicher Souveränität und den Protesten aller DDR-Institutionen. Zum anderen begründete und legitimierte sie den kurz darauf einsetzenden Preiskrieg, durch den die Verlage ihren Konkurrenzkampf auf die DDR ausdehnten.

Dabei unterstützte das BMI ganz praktisch die Idee, dass eine „freie Presse“ in die DDR kommen und weniger von innen wachse sollte. Die Interessen des BMI trafen die der Verlage in dem Ziel, Informationen aus Westdeutschland an eine DDR-Leserschaft zu bringen. Das Motiv des BMI war die anstehende Wahl, das der Verlage die Erschließung eines

Marktes. Damit nutzte das BMI, auf mangelnde Zuständigkeit verweisend, den Marktandrang der Verlage, um den politischen Prozess in der DDR zu beeinflussen, und forcierte so frühzeitig einen einheitlichen deutschen Medienmarkt. Proteste der DDR und Regulierungsversuche wurden übergangen.

Im Kampf um die DDR-Pressefreiheit standen sich so zwei scheinbar konträre Ideologien gegenüber: eine „freie Presse“ durch einen „freien Markt“ der Expansion (BRD) oder durch dessen Regulierung für inneres Wachstum (DDR). Der „freie Markt“ gewann, natürlich nicht „dereguliert“. Denn auch die marktgesteuerte Erschließung des ostdeutschen Pressesektors bedurfte ordnungspolitischer Rahmenbedingungen (vgl. Knoche 2013). Die Frage war also nicht, ob reguliert oder dereguliert wurde, sondern wessen Interessen bei der Regulierung berücksichtigt wurden und wessen nicht. Die Interessen der DDR-Zeitungen und Zeitschriften jedenfalls nicht. Sie waren in vieler Hinsicht strukturell benachteiligt, kämpften früh gegen aggressive Wettbewerbsmethoden und wurden letztlich durch ihre BRD-Konkurrenten übernommen oder gingen bankrott.

Literatur

- Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst. 1990a. Medienexperte: DDR-Medienmarkt ist aufgeteilt - Interesse an regionalen Zeitungen, 29. Mai 1990.
- Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst. 1990b. VDJ protestiert gegen Aufteilung des DDR-Medienmarktes. 22. März 1990.
- Arnold. 1990. Fax des Sekretariats des Ministerrates an Leipziger Volkszeitung, o. D. [nach 12. März 1990], BArch DC9/1051.
- Bachmann, Ralf. 1990a. Aktennotiz über ein Gespräch mit BRD-Verlagen, 8. Mai 1990, S. 3-4, Privatarchiv Ralf Bachmann.
- Bachmann, Ralf. 1990b. Kurzinformation über Expertengespräche DDR-BRD zur Zusammenarbeit im Bereich Presse, Funk und Fernsehen, Berlin, 10. Februar 1990, S. 1, BArch DC9/1052.
- Bachmann, Ralf. 1990c. Brief, Presse- und Informationsdienst der DDR an Dietrich Hübner, Bundesministerium des Innern, Berlin, 30. März 1990, S. 1, BArch DC9/1052.
- Bachmann, Ralf. 1990d. Pressemitteilung, Erklärung, Bachmann, o. D. [Anfang April], S. 2, BArch DC9/1052.
- Bächer, Gerhard. o. D. [14. März 1990?]. Notizen. Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.

- Bericht des Ausschusses für Kultur, Jugend, Bildung und Medien über Medienkonzentration und Meinungsvielfalt, A3-0153/91, PE 152.265/endg., Europäisches Parlament, 27. April 1992, S. 13, Archiv des Liberalismus, FDP Medienkommission/24548.
- Beschluß der Volkskammer über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit, Gesetzgebungskommission Mediengesetz, Entwurf vom 9.1.1990, Runder Tisch, 7. Sitzung, 15. Januar 1990, BArch DA3/7.
- Bischoff, Klaus. 1990. Zarte Pflanze Pressefreiheit. *Berliner Zeitung*, 15. Mai 1990.
- Brüning, Jens. 1990. Anwalt der Länder, die es noch gar nicht gibt. DDR-Medienminister Müller vor dem Kontrollrat. *Süddeutsche Zeitung*, 27. April 1990.
- Ergebnisprotokoll der letzten Medienkontrollratssitzung am 19.9.1990, Berlin, 30. September 1990, Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.
- Deutsche Presse-Agentur. 1990a. Hintergrund. Pressemarkt der DDR - Dezember 1989 bis Juli 1990. 10. August 1990, S. 1-17.
- Deutsche Presse-Agentur. 1990b. Bundesdeutsche Verlage liefern sich Preiskrieg in der DDR. o.D. [März 1990].
- Dose, Dieter. 1990. DDR schränkt Freiheit der Presse wieder ein. *Die Welt*, 11. Mai 1990.
- DS Kultur, Rundfunk der DDR, Transkript, Redaktion Monitor, 8.05 Uhr, v. 20.6.90, Medienausschuß der Volkskammer in Bonn (Interview mit Hr. Schwarz), 6. Juni 1990, BArch DC9/1033 (1/2), Hefter 2.
- Fürstner, Wolfgang. 1990. „Die Worte veralten im Mund“. Eine Dokumentation zum Pressevertrieb in der DDR. *textintern*, DDR extra, Nr. 13, 21. März 1990, S. 11-14.
- Gemeinsame Mitteilung der Regierungschefs, *Neues Deutschland*, 20. Dezember 1989.
- Geschäftsführer Hilbertz: Alleingang ist Übergangslösung. Burda beliefert 850 DDR-Händler. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Grundsatzempfehlungen für die Mediengesetzgebung in den Ländern Berlin, Brandenburg [etc.], Volkskammerausschuß, [o.D.], Anlage zu Brief, Gerhard Bäcker an Landesverbände Grüne Partei, 5. Oktober 1990, Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.
- Herkel, Günter. 1990. „Marketing in ausgehungerten Märkten“. *Publizistik und Kunst*, 5/90, S. 50-54.
- Hübner, Dietrich. 1990. Brief des Bundesinnenministeriums an Ralf Bachmann, Presse- und Informationsdienst der Regierung der DDR, Der Bundesminister des Inneren (SM 10-344690-6/1a), 9. April 1990, BArch DC9/1050.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Was ist Ideologiekritik“. In *Was ist Kritik*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Tilo Wesche, 266-295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Knoche, Manfred. 2013. „Medienkonzentration“. In *Mediensysteme im internationalen Vergleich*, herausgegeben von Barbara Thomaß, 2. Aufl., 135-61. Stuttgart: UTB.
- Krause, Vera. 1990. Endlich Ordnung bei dem Presse-Wildwuchs. *Bauern Echo*, 11. Mai 1990. Medienfreiheit in Gefahr. *Neues Deutschland*, 24. April 1990.
- Medienpolitische Grundlinien der PDS mit Blick auf die Einheit Deutschlands, Entwurf, Vorlage für das Präsidium, Kommission Medienpolitik, Berlin, 14. Juni 1990, S. 2, ADS/PDS-PV-349 (Januar - November 1990, Band II).

- Minister MPF. 1990. Brief des Ministers für Post- und Fernmeldewesen der DDR an Martin Kramer, Vorsitzender des Medienkontrollrates Magdeburg der DDR, 12. April 1990, S. 2, BArch DM3/21121 (1/3).
- Mit beschränkten Vollmachten. Gespräch mit dem Mitglied des Medienkontrollrates Prof. Kleinwächter, *BZ*, 19. April 1990.
- NDR-Interview mit Bauer-PR-Chef Roman Köster. „Niemand wird an die Wand gedrückt“. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Nerone, John. 2013. „The Historical Roots of the Normative Model of Journalism“. *Journalism* 14 (4): 446–58.
- Nerone, John, Hrsg. 1995. *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pressemitteilung, Erklärung der vier Großverlage, 1. Februar 1990.
- Pressenotiz, Verein Deutscher Zeitschriftenverleger e.V., Bonn, 8. Februar 1990. Zu den inneren Interessenkämpfen im VDZ siehe Tröger, 2019.
- Scheub, Ute. 1990. Melancholie. Stimmungsbericht zur Plage der Nation. Ute Scheub (taz vom 24.1.1990). *taz - DDR Journal Nr. 2*, 1990.
- Schulte-Hille, Gerd. 1990. Fünf-Punkte Erklärung des G+J-Vorstandsvorsitzenden Schulte-Hille. „Keine Überschwemmung durch West-Presse“. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Schumann, Frank. 1990. Pressefreiheit adé. *Junge Welt*, 12. Mai 1990.
- Springer. 1990. Start aus dem Nichts, *Springer Aktuell*, Nr. 1, März 1990, S. 12.
- Tröger, Mandy. 2019, *Pressefrühling und Profit. Wie westdeutsche Verlage 1989/1990 den Osten eroberten*, Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wagner, Klaus. 1990. Protokoll einer Besprechung im Bundesinnenministerium am 14.2.1990 in Bonn zum Thema Pressevertrieb in der DDR, Bonn, 16. Februar 1990, S. 3, BArch DM3/21121 (1/3).
- Wienert, Klaus. 1990. DDR-Minister will erst „hören und lernen“. *Berliner Morgenpost*, 27. April 1990.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>