

Bericht

des Ausschusses für Wirtschaft, Innovation und Medien

über die Selbstbefassung

„Zukunft des Printjournalismus in Hamburg vor dem Hintergrund der Digitalisierung“

Vorsitz: **David Erkalp**

Schritfführung: **Dr. Joachim Seeler**

I. Vorbemerkung

Der Ausschuss für Wirtschaft, Innovation und Medien hatte auf Antrag der SPD-Abgeordneten in seiner Sitzung am 23. November 2017 eine Selbstbefassung mit dem Thema „Zukunft des Printjournalismus in Hamburg vor dem Hintergrund der Digitalisierung“ gemäß § 53 Absatz 2 der Geschäftsordnung der Hamburgischen Bürgerschaft (GO) sowie eine Anhörung gemäß § 58 Absatz 2 GO einstimmig beschlossen und durchgeführt sowie die Selbstbefassung am 12. Januar 2018 abschließend beraten.

II. Anhörung am 23. November 2017

Über die Anhörung wurde ein Wortprotokoll (Ausschussprotokoll Nummer 21/22) erstellt, das entweder über die Parlamentsdatenbank der Hamburgischen Bürgerschaft unter der Internetadresse www.buergerschaft-hh.de/parldok/ aufgerufen oder direkt in der Parlamentsdokumentation der Hamburgischen Bürgerschaft eingesehen werden kann.

III. Beratungsinhalt am 12. Januar 2018

Die Senatsvertreterinnen und -vertreter wiesen einleitend auf die Sachverständigenanhörung hin, die deutlich gemacht habe, welche grundsätzlichen und wirtschaftlichen Veränderungen im Bereich des Verlagswesens, insbesondere des regionalen Printjournalismus, derzeit stattfänden. Insgesamt sei zu beobachten – und auch das sei während der Anhörung thematisiert worden –, dass zwischen den einzelnen Clustern der Medienwirtschaft eine Verschiebung der Beschäftigten stattfinde. So gebe es einen Abbau von Arbeitsplätzen durch Umstrukturierungen des Verlagswesens, der durch den Aufbau von Arbeitsplätzen in den Kommunikationsagenturen und der digitalen Wirtschaft überkompensiert werde.

Die Einschnitte im Verlagswesen stellten allerdings kein hamburgspezifisches Phänomen dar, sondern seien in der gesamten Branche festzustellen. Weiter – und auch dies habe die Anhörung deutlich gemacht – ständen diese nicht unmittelbar und ursächlich mit der Digitalisierung im Zusammenhang, sondern das Abschmelzen der Erlösoptionen aus der Werbefinanzierung, das bereits in den Achtzigerjahren bei den Verlagen der regionalen Zeitungen begonnen habe und das sich jetzt – durch die Digitalisierung beschleunigt – fortsetze, sei dabei ein wichtiger Aspekt.

Es gebe dazu sehr wenige unmittelbare Steuerungsmöglichkeiten seitens des Senats, unter anderem auch deswegen, da die Presse nicht durch staatliche Subventionsmodelle in ihrer wirtschaftlichen Freiheit eingeschränkt oder gar in Abhängigkeiten staatlicher Zuschüsse gebracht werden dürfe.

Eine ihrer Möglichkeiten sei, zu versuchen, weitere Beschränkungen von Erlösoptionen aus den Werbemärkten zu verhindern. Sie würden außerdem die Bestrebungen der Verlage unterstützen, in der digitalen Transformation neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und die Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hinsichtlich der digitalen Rahmenbedingungen zu schulen. So fokussierten sich die entsprechenden Studiengänge an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW), an der Hamburg Media School (HMS) und an weiteren privaten Hochschulen der Stadt auf die Frage, wie sich der Journalismus durch die digitalen Angebote verändere. Darüber hinaus sei die Akademie für Publizistik in Hamburg ansässig, eine bundesweit relevante Fort- und Weiterbildungseinrichtung der deutschen Regionalzeitungsverlage, die neben begleitenden Volontärkursen auch Fortbildungsangebote für Redakteurinnen und Redakteure, die bereits seit Langem diesen Beruf ausübten, anbiete. Die großen Hamburger Verlage und der NDR organisierten Fortbildungen über ihre eigenen Akademiestrukturen. Weiter habe sich die Verlagsgruppe der NOZ („Neue Osnabrücker Zeitung“) entschieden, ihre neue digitale Redaktion in Hamburg aufzubauen.

Insgesamt, stellten die Senatsvertreterinnen und -vertreter fest, sei die Situation der Medienbranche keine einfache. Der Senat unterstütze die ansässigen Verlage – beispielsweise mit einer regionalen Arbeitsgruppe zum IT-Gipfel sowie den Angeboten des Clusters nextMedia.hamburg –, mit den Informations- und Transformationsprozessen umzugehen.

Aus Sicht der SPD-Abgeordneten sei die Anhörung eine gute und informative gewesen, die viele Aspekte für weitere Diskussionen geliefert habe. Die Experten hätten die derzeitige Situation der Verlagshäuser, einschließlich Rückblick und – so weit möglich – Ausblick, aus ihrer Sicht dargestellt. Leider hätten die zahlreich angefragten Verlagsvertreterinnen und -vertreter, die die strategischen Entscheidungen in den Verlagen verantworteten, der Einladung zu der Anhörung nicht nachkommen können. Sie würden sich daher weiter bemühen, mit diesen an anderer Stelle ins Gespräch zu kommen, um zu erfahren, wie aus deren Sicht die Zukunft des Journalismus aussähe beziehungsweise welche Gestaltungsansätze sie diesbezüglich verfolgten.

Die Anhörung habe unter anderem deutlich gemacht, dass die Medienlandschaft in Hamburg vielfältig, gut aufgestellt und gerüstet sei, die Herausforderungen des digitalen Wandels dieser Branche zu meistern.

Sie baten den Senat über allgemeine Rahmenbedingungen und übergeordnete Strategien zur Stärkung der Medienbranche am Standort sowie über die Inhalte des in Hamburg stattfindenden Mediendialogs – hinsichtlich zukünftig wirtschaftlich tragfähiger Geschäftsmodelle – zu berichten.

Ein bereits hinsichtlich der Rahmenbedingungen der deutschen Presselandschaft erwähnter und – sowohl von den Verbänden der deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverleger als auch vom Verband der lokalen Presse – immer wieder hervorgehobener zentraler Punkt, führten die Senatsvertreterinnen und -vertreter aus, sei die Forderung an die Politik, keine weiteren Einschränkungen der Werbung in Zeitungen und Zeitschriften zu beschließen. Neben dem Werbeverbot für Tabakwaren, das die Branche vor einigen Jahren schwer getroffen habe, nannten sie beispielhaft eine zwischenzeitlich geführte Diskussion im Sinne des Verbraucherschutzes, Anzeigen für vergleichbare Finanzprodukte nur in solchen Zeitungen oder Zeitschriften zuzulassen, die auch über einen Wirtschaftsteil verfügten. Dieses Gesetzesvorhaben sei allerdings nicht durchsetzbar gewesen, mache aber deutlich, dass den Printmedien durch solche Regelungen wichtige Kunden und somit Einnahmen genommen würden.

Ein weiterer Aspekt, der auch im Rahmen der Anhörung erörtert worden sei, stelle die mögliche Konkurrenzsituation zwischen den Printmedien und den kostenfrei verfügbaren digitalen Informationsangeboten der öffentlich-rechtlichen Anstalten dar, die auch vor Kurzem im Rahmen der Selbstbefassung zum Telemedienauftrag in diesem Ausschuss ausführlich diskutiert worden sei. Die Sachverständigen hätten in der Anhö-

rung zum Ausdruck gebracht, dass dies aus ihrer Sicht nicht das Kernthema sei. Dieser Einschätzung schließe sich der Senat an; auf der Ebene der Verbände werde diese Thematik allerdings zurzeit stark problematisiert. Ihr Augenmerk sei, so die Senatsvertreterinnen und -vertreter, darauf zu achten, dass die Möglichkeiten der kostenfreien Angebote nicht so weit ausgedehnt würden, dass ein entsprechendes verlegerisches Geschäftsmodell nicht mehr umsetzbar sein würde. Sie glaubten, dass der, auf Ebene der Länder erarbeitete, Kompromissvorschlag die Möglichkeit biete, beiden Seiten gerecht zu werden.

Der dritte Punkt, der auch regelmäßig innerhalb des Mediendialogs diskutiert werde, sei die Sicherstellung der Auffindbarkeit verlegerisch produzierter Informationen im digitalen Netz einschließlich ihrer Erkennbarkeit als solche und der entsprechenden Möglichkeit, Erlöse zu erzielen. Als Einstieg in eine mögliche regulatorischen Umsetzung erwarteten sie im Laufe des Jahres entsprechende Vorschläge, die dann in der Länder-Arbeitsgruppe, in der Hamburg den Vorsitz innehatte, diskutiert werden würden.

Als vierten wichtigen Punkt nannten die Senatsvertreterinnen und -vertreter, die gesetzlichen Grundlagen für mögliche Kooperationsmodelle verschiedener Verlage schaffen zu wollen. Bisher beinhalte das Kartellrecht im Rahmen der sogenannten Pressefusionskontrolle rigide Vorschriften zu möglichen Zusammenschlüssen oder Kooperationsmodellen bisher unabhängiger Verlagsangebote sowie der möglichen Übernahme eines defizitären Verlags der Umgebung. Hier sähen sie dringenden Handlungsbedarf, um Verlagen beispielsweise durch Kooperationen wirtschaftliches Handeln zu ermöglichen und so gegebenenfalls ihren Fortbestand zu sichern.

Die CDU-Abgeordneten bezeichneten ihrerseits die Anhörung als interessant und erkenntnisreich.

Sie betonten die Notwendigkeit einer Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hinsichtlich der Relevanz für die im Wettbewerb stehenden Unternehmen. Sie interessierte die konkrete Position des Senats zu diesem Thema.

Die CDU-Abgeordneten sprachen sodann eine geplante EU-Verordnung an, die zum Ziel habe, die Anwendung von Tracking und Cookies im Netz erheblich einzuschränken, was wiederum Einfluss sowohl auf die Werbewirtschaft als auch auf die Geschäftsmodelle privater Medienunternehmen haben würde. Sie baten die Senatsvertreterinnen und -vertreter, hierzu Ausführungen zu machen.

Weiter erkundigten sie sich, welche Pläne der Senat zur Entwicklung der Medienkompetenz von Jugendlichen habe, um diese unter anderem für die Kriterien für Qualitätsjournalismus zu sensibilisieren. Dies auch vor dem Hintergrund, in der Zukunft Konsumenten für journalistische Erzeugnisse zu haben, die Qualität zu schätzen wüssten und auf dieser Grundlage bereit wären, entsprechend dafür zu bezahlen.

Zur Reform des Telemedienauftrages hätten sie ja bereits in der letzten Ausschusssitzung im Rahmen der genannten Selbstbefassung ausführlich berichtet, so die Senatsvertreterinnen und -vertreter. Die Diskussionen seien zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen, ein Kompromiss zwischen den sechzehn Bundesländern habe sich abgezeichnet, aber dann habe ein Bundesland eine andere Formulierung gefordert. Nach langer Diskussion bestehe nunmehr Einigkeit, die Sieben-Tage-Frist für Eigen- und Auftragsproduktionen künftig wegfallen zu lassen, sodass eine längere Verfügbarkeit über die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Anstalten möglich werde. Dies werde dann mit einer entsprechend höheren Vergütung der Urheber und Produzenten einhergehen müssen, da für diese Zeit eine anderweitige Verwertung beziehungsweise ein Verkauf ausgeschlossen sei.

Weiter solle den öffentlich-rechtlichen Sendern ermöglicht werden,

- ihre Produktionen bereits vor der Ausstrahlung im Fernsehen zeigen zu können, um so dem veränderten Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten, beispielsweise mehrere Folgen direkt hintereinander schauen zu wollen, Rechnung zu tragen;
- eigenständig audiovisuelle Inhalte in Auftrag zu geben;

- sogenannte Drittplattformen wie Facebook oder YouTube zur Verbreitung ihrer Programme und zu Veröffentlichungen zu nutzen.

Geprüft werde außerdem, ob

- das Verbot, angekaufte Spielfilme und Serienepisoden möglicherweise auch auf Abruf anzubieten, gelockert werden könne, ohne allerdings in andere Geschäftsmodelle einzugreifen;
- die Spiele der Fußballbundesliga nicht nur 24 Stunden, sondern sieben Tage zum Abruf vorgehalten werden könnten.

Auch die Definition „presseähnliche Angebote“ werde derzeit noch diskutiert. Diese gehöre zu dem angesprochenen Konflikt, dass möglicherweise Angebote der Verlage durch kostenfreie öffentlich-rechtliche Angebote verdrängt werden könnten. Voraussichtlich werde eine Einigung mit den erforderlichen Präzisierungen den derzeitigen Status quo beibehalten, aber eine Definition beinhalten, die beiden Seiten entsprechende Klarheit verschaffe und die Möglichkeiten und Grenzen für Veröffentlichungen vorgebe.

Der Senat unterstütze die genannten Punkte und strebe dabei ein Austarieren zwischen der Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und dem Schutz der Inhalte privatwirtschaftlich aufgestellter Geschäftsmodelle an. Sie vertraten auch die Meinung, dass die Verbreitung öffentlich-rechtlichen Angebote nicht ausschließlich über das lineare Fernsehen oder den linearen Rundfunk beschränkt werden dürfe, da diese dann in spätestens zwanzig bis dreißig Jahren aus dem Medienmix ausgeschlossen wären. Sie hätten sich innerhalb der laufenden Diskussion dafür eingesetzt, dass digitale Angebot der öffentlich-rechtlichen Anstalten perspektivisch mithilfe einer budgetären Steuerung zu begrenzen.

Mit der Frage der Cookies und Tracking-Cookies beschäftigten sie sich seit Jahren, berichteten die Senatsvertreterinnen und -vertreter. Diese seien bereits im Jahr 2011 Thema des Mediendialogs im Zusammenhang mit der letzten ePrivacy-Richtlinie gewesen. Als Ergebnis sei derzeit eine Online-Beschwerdeplattform für Nutzerinnen und Nutzer eingerichtet worden, auf der diese den möglicherweise illegalen Umgang mit ihren Daten melden könnten. Dieses Thema sei mittlerweile nicht mehr so im Fokus, da es seit einiger Zeit die Pop-Up-Fenster mit dem Hinweis auf die Verwendung von Cookies der Bitte um das Einverständnis dazu gebe.

Ein weitaus größeres Problem stellten derzeit die Adblocker dar, die digitale Werbung herausfilterten und diese erst dann zur Veröffentlichung freigäben, wenn die Firmen ihren Zahlungsforderungen nachkämen. Mehrere Gerichte hätten entschieden – darüber seien sie sehr verwundert –, dass dieses Geschäftsmodell ein legales sei. Derzeit werde diskutiert, mithilfe gesetzlicher Maßnahmen hier etwas zu verändern.

Die Medienerziehung von Schülerinnen und Schülern seien im Paragraf 5 des Hamburgischen Schulgesetzes und entsprechend in den Bildungs- und Lehrplänen verankert, berichteten die Senatsvertreterinnen und -vertreter.

Die Entwicklung von Medienkompetenzen habe in der öffentlichen Wahrnehmung in den letzten Jahren weitgehend auf den Umgang mit digitalen Endgeräten wie Computern und Smartphones sowie auf Informationen zu den Gefahren der digitalen Medien wie beispielsweise Cybermobbing abgezielt. Der heutige Umgang der Jugendlichen mit digitalen Endgeräten zum Lernen, zum Recherchieren und zum Kommunizieren untereinander erfordere nunmehr eine sehr viele umfassendere Förderung unterschiedlicher Medienkompetenzen. Der Senat habe Hamburg Ende 2016 der Strategie der Kultusministerkonferenz „Bildung in der digitalen Welt“ zugestimmt, die ein Kompetenzmodell mit dem Wissen und den Fähigkeiten beinhalte, von denen man glaube, dass sie für die weiteren Lebenswege junger Menschen erforderlich seien. Dazu zählten im Hinblick auf den Umgang mit Medien, diese verstehen, analysieren, reflektieren und bewerten zu können. Der Auftrag an alle Bundesländer sei, diese Kompetenzen für ein Leben in einer digitalen Welt in alle Unterrichtsfächer zu integrieren.

Zu der Frage nach entsprechenden Programmen der Schulen führten sie beispielhaft das Internet-ABC für die dritten und vierten Klassen, den Medienpass für die Sekun-

darstufe I sowie das Projekt „Schüler machen Zeitung“ oder den Schülerzeitungswettbewerb an. Weiter unterstütze der Senat eine Vielzahl von Veranstaltungen, Festivals und Workshops zu den unterschiedlichsten Themen zum Umgang mit den Medien finanziell.

Auch die FDP-Abgeordneten bezeichneten es als gut und richtig, sich grundsätzlich mit der Zukunft des Prinzjournalismus zu beschäftigen. Der konkrete Auslöser sei der geplante Personalabbau in einer Hamburger Zeitungsredaktion gewesen. Sie lobten die Expertenanhörung, die sowohl den konkreten Fall als auch die Gesamtsituation des Journalismus in Hamburg beleuchtet habe und so eine gute Grundlage für die zukünftige Arbeit der Fraktionen zu diesem Themengebiet darstelle.

Als besonderes positiv bezeichneten sie die Haltung der bei der Anhörung anwesenden Hamburger Verlagsvertreter, die sich der laufenden Veränderungen bewusst seien und sich der Herausforderung stellten, aktiv Wege zu entwickeln, um sich auch unter veränderten Bedingungen am Markt zu behaupten zu können. Die Medienbranche entwickle sich rasant, der Ausgang sei offen. Als besonders spannend sei aus ihrer Sicht die Zukunft der „Filter“ im Medienbereich, von denen es mittlerweile eine erhebliche Anzahl gebe. Diese Möglichkeit mache den Medienbereich demokratischer und spiegele letztlich die Veränderungen innerhalb der Gesellschaft wider, in der es für junge Menschen beispielsweise völlig unerheblich sei, ob der Anbieter eines „Filters“ als Journalist zu bezeichnen sei oder nicht.

Die FDP-Abgeordneten sprachen die vom Ersten Bürgermeister ins Gespräch gebrachte Anhebung des Mindestlohns auf 12 Euro pro Stunde an, die in der Medienbranche durchweg abgelehnt werde, und fragten, ob sich der Senat damit weiter und mit welchem Ergebnis auseinandergesetzt habe.

Vor der Einführung des Mindestlohns habe es intensive Gespräche mit Verlegern gegeben, antworteten die Senatsvertreterinnen und -vertreter. In erster Linie sei es darum gegangen, auch Zeitungszustellerinnen und -zustellern ein adäquates Einkommen und somit eine von Sozialleistungen unabhängige Altersversorgung zu sichern. Dies habe weniger in Hamburg, sondern eher im Umland und in den dünn besiedelten Gebieten Ostdeutschlands ein Problem dargestellt, das mithilfe von Anpassungs- und Übergangsmaßnahmen gelöst worden sei. Eine Weiterentwicklung des Mindestlohnes sähen sie auch für die Verlagsbranche als machbar an, betonten aber auch, dass die diskutierte Anhebung des Mindestlohns auf 12 Euro bisher keine Senatsmeinung darstelle.

Die AfD-Abgeordneten erkundigten sich bei den Senatsvertreterinnen und -vertreter, welche Folgerungen diese aus der interessanten Anhörung schlössen. Ihrer Meinung nach stellten staatliche Aktivitäten in Bezug auf Medien, die über Wettbewerbspolitik oder Ausbildung hinausgingen, einen Eingriff in die Meinungsfreiheit und die demokratischen Strukturen dar. Sie hätten nach den Ausführungen den Eindruck gewonnen, dass der Senat sich eher um das Wohl der öffentlich-rechtlichen Anstalten als um die privaten Anbieter kümmere. Sie warnten davor, regulierend in die Werbestrategien der Privatsender und der digitalen Anbieter – beispielsweise der Adblocker – einzugreifen, da dies für privatwirtschaftlich arbeitende Anbieter erhebliche Folgen haben könnte.

Die Senatsvertreterinnen und -vertreter widersprachen der Annahme, sie kümmerten sich stärker um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als um die privaten Anbieter. Sie beschäftigten sich mit dem öffentlich-rechtlichen System, da sie Staatsverträge entwerfen, unterzeichnen und eine positive Ermächtigung für die Erfüllung der bestehenden Vorgaben der beteiligten Anstalten gäben. Bei der privatwirtschaftlich organisierten Presse hingegen handele es sich vielfach um die Durchsetzung der gesetzlichen Vorgaben. Darüber hinaus gehe es ihnen darum, künftig weitere gesetzliche Beschränkungen der Erlösoptionen verlegerischer Geschäftsmodellen zu verhindern.

Zu der Problematik der Adblocker machten sie deutlich, dass gerade dieses Geschäftsmodell Werbeeinnahmen und somit die Erlöse privater Anbieter gefährde, da Werbebeiträge nur dann „durchgelassen“ würden, wenn das Unternehmen dafür zahle. Sie hielten es für notwendig, hier regulatorisch einzugreifen, was allerdings nur durch eine Gesetzgebung des Bundes geschehen könne.

Grundsätzlich beschäftige sich der Senat intensiv mit der Frage der Rahmenbedingungen für journalistische Produktionen insgesamt, und die Hamburger Verlagsbranche spiele dabei aufgrund ihrer Größe und wirtschaftlichen Relevanz eine wesentliche Rolle. Die klassischen Verlagserzeugnisse der Printmedien hätten dabei die besondere Schwierigkeit, dass Werbeerlöse mehr und mehr wegfielen, da die digitalen Medien für die Werbeindustrie wesentlich bessere Möglichkeiten biete, indem Werbung beispielsweise adressatengerecht platziert werden könne. Somit müssten die Erlöse bei den Printerzeugnissen zunehmend durch die gelieferten Inhalte generiert werden und dazu müssten neue Wege gefunden werden.

Die Abgeordneten der Fraktion DIE LINKE riefen in Erinnerung, dass der regionale Printjournalismus noch vor zehn Jahren wesentlich besser aufgestellt gewesen sei. So hätten sowohl die Zeitung „Die Welt“, die „Bild“-Zeitung als auch die „Hamburger Morgenpost“ eigenständige Redaktionen in Hamburg geführt, die es so jetzt nicht mehr gebe, was de facto eine deutliche Schwächung bedeute. Dies führe unter anderem dazu – so sei es in der Anhörung auch benannt worden –, dass sowohl eine nachhaltige, kritische Begleitung der Hamburger Politik durch Journalistinnen und Journalisten entsprechend weniger stattfinde als auch die Recherchetiefe nachlasse, was ein Problem darstelle und letztlich der Demokratie insgesamt schade.

Weiter sei nach Ansicht der Abgeordneten der Fraktion DIE LINKE zu beobachten, dass sich die journalistische Berichterstattung an immer weniger, aber entsprechend machtvollen Stellen bündele, dem die Informationsmöglichkeiten des Internet nur bedingt entgegensteuern könnten. Daher widersprachen sie der Aussage, die Demokratie würde profitieren und wachsen, wenn sich der Staat hier heraushalte, sondern hier werde deutlich, dass das Gegenteil der Fall sei. Die Auseinandersetzung darüber, wie Journalismus zukünftig zu organisieren sei, sei folglich eine sehr wichtige. Dazu gehöre auch die politische Frage nach der Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die allerdings auf Bundesebene geregelt werden müsse.

Ein weiteres wichtiges Thema seien die gesellschaftlichen Umbrüche, die mit der Digitalisierung einhergingen. So seien die Verdienstmöglichkeiten in der Medienbranche dramatisch gesunken, die Auswirkungen auf Arbeitsplätze erheblich. In der Anhörung sei zum Beispiel berichtet worden, dass freie Journalistinnen und Journalisten von den nunmehr gezahlten Zeilenhonoraren nicht mehr existieren könnten. Somit sei die Digitalisierung nicht nur als ein individuelles Thema oder das einzelner Firmen, sondern als eine gesellschaftliche und politische Herausforderung zu sehen.

Abschließend bezeichneten die Abgeordneten der Fraktion DIE LINKE es als richtig, dass Werbung für Tabakwaren verboten worden sei und für Alkohol sollte dies ebenso geschehen. Sie hielten die Haltung des Senats, sich gegen weitere Werbeverbote zu stellen, nur um die Erlössituation der Verlagsbranche zu stützen, für falsch. Die Verlage versuchten dabei, ihre individuellen Interessen durchzusetzen, weil sie sich in einer materiell schwierigen Situation befänden. Der Verbraucher- und Gesundheitsschutz müsse hier aber gegenüber den Verlagsinteressen Vorrang genießen.

IV. Ausschussempfehlung

Der Ausschuss für Wirtschaft, Innovation und Medien empfiehlt der Bürgerschaft, von seinen Beratungen Kenntnis zu nehmen.

Dr. Joachim Seeler, Berichterstattung