

Informationskonzerne und gesellschaftlicher Wandel in Westeuropa*

Dr. Jörg Becker, geb. 1946 in Bielefeld, Studium der Germanistik und Politikwissenschaften in Marburg, Tübingen und Bern, ist seit 1981 Privatdozent für Politische Wissenschaften an der Universität Marburg, Autor des Buches „Massenmedien im Nord-Süd-Konflikt“, Frankfurt (Campus Verlag) 1985.

Seit einer Reihe von Jahren werden Debatten über das Pro und Contra der sogenannten Neuen Medien geführt. Dieser Begriff umfaßt sehr unterschiedliche Dinge. Während eine negative Abgrenzung zu den „alten“ Medien, also Buch, Presse, Radio, Fernsehen und Film, noch verhältnismäßig einfach ist, fällt eine präzise positive Definition erheblich schwerer. Dieser Sammelbegriff erstreckt sich zum Beispiel auf neue Übertragungswege, also Satelliten und Netztechniken, die alte Inhalte besser, schneller und in größerem Umfang transportieren können. Er umfaßt aber auch neuartige Dienstleistungen wie zum Beispiel Bildschirmtext, wo mit einem normalen Telefonnetz Datenbanken angezapft werden können. Das Ergebnis einer solchen Datenbank-suche kann dann auf dem Bildschirm des Fernsehgerätes abgebildet werden.

Das Sammelsurium dieser Techniken und Dienstleistungen ist auf den ersten Blick kaum noch durchschaubar. Es verwirrt deswegen, weil seit langem bekannte Medien und Techniken auf einmal andersartig genutzt werden können. So ist das Telefon nicht mehr nur für ein Telefonat zu benutzen, sondern eben auch, um mit einer Datenbank Kontakt aufzunehmen; das Fernsehgerät bringt nicht nur Spielfilme, sondern kann auch als elektro-

* Der Beitrag wurde auch als Vortrag gehalten anlässlich der Europäischen Konferenz „Neue Technologien und Medienkonzentration“ der Internationalen Grafischen Föderation (IGF) und der Internationalen Journalisten Föderation (IJF), Internationales Arbeitsamt, Geneve, Schweiz, 10. - 11. November 1986.

nisches Warenhaus benutzt werden; eine sich drehende Plattenscheibe kann nicht nur Jazz spielen, sondern auch die zwanzig Bände eines Lexikons speichern. Gemeinsam ist dieser Vermengung von neuen Techniken und Dienstleistungen, daß sie Daten und Informationen zu Kommunikation zusammenfügen.

Es sind im wesentlichen drei technische Neuerungen, die dieses Zusammenfügen von alten Techniken mit neuen Anwendungen möglich gemacht haben. Erstens ermöglicht die Digitalisierung der Informationsübertragung einen elektronischen Transport von menschlicher Stimme, Daten und Bildern; zweitens verfügen heute moderne Großrechner über fast unbegrenzte Speichermöglichkeiten und drittens erlauben neue Fernmeldenetze fast ortsunabhängige Übertragungsmöglichkeiten über den ganzen Globus. Da sich diese Techniken natürlich nicht in einem politisch luftleeren Raum entwickeln, sondern gesellschaftlich gestaltet werden, ist es angebracht von Technologien, und nicht nur von Techniken, zu sprechen. Die sogenannten Neuen Medien können und sollten sehr viel zutreffender als Informations- und Kommunikationstechnologien (I&K) bezeichnet werden.

Diese technischen Neuerungen sind nicht plötzlich vom Himmel gefallen. Vielmehr geben sie den Transnationalen Konzernen (TNKs) die Möglichkeit an die Hand, auf ökonomische Strukturbrüche zu reagieren, wie sie seit Anfang der siebziger Jahre immer intensiver zu beobachten sind, etwa die Überalterung der Produktionsanlagen, die Nichtauslastung der industriellen Kapazitäten, die stockende und sinkende Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen und übersättigte Märkte. In einer solchen Umbruchphase „kommen“ die I&K-Technologien „wie gerufen“. Waren Informationsprozesse schon immer notwendige Helfer bei der Eroberung neuer Märkte, so sind diese heute außerdem selbst zu neuen Märkten geworden. Können Informationen in großen Computeranlagen gesammelt, gespeichert, veredelt, verändert, zurückgehalten und weitergeleitet werden, dann können sie wie jede andere ökonomische Ware auf dem Markt verkauft werden. Dann auch werden aus Medien- allmählich Informationskonzerne, und dann geht es ihnen nicht mehr nur um die politische Beeinflussung von öffentlichem Bewußtsein¹, sondern um die Veränderung von Infrastrukturen zu ihren Gunsten. Die technisch möglich gewordene Vermarktungsfähigkeit der Ware „Information“, der Verschmelzungscharakter von alten Techniken mit neuen Anwendungen und die mit globalen Informationsnetzen nun möglich gewordene Erschließung größerer Märkte, dies sind die treibenden ökonomischen Motive für TNKs und dort besonders für die Informationskonzerne. TNKs reagieren also nicht, wie Markttheoretiker nicht müde werden zu behaupten, auf Nachfrage oder Nachfragepotential. Vielmehr vollzieht sich angesichts der durch Technik nun ausdehnbareren größeren Märkte ein oligopolistisches Hauen und Stechen der TNKs untereinander um langfristige Zukunftsmärkte. Bei diesem

¹ Dieses ist noch der vorherrschende Tenor in der sonst ausgezeichneten Analyse von Armand Mattelait, *Multinationales et systemes de communication*, Paris Ed Anthropos 1976

mörderischen Verdrängungswettbewerb sind kurzfristige Preispolitiken nur taktische Mannöver im Kampf um Langfristmärkte, und nicht die einzelne Produktqualität, sondern die erfolgreiche Kooperation eines TNK mit einer Regierung entscheidet über den Eintritt in einen neuen Markt.²

Kapitalverflechtungen, Konzentrationsprozesse, Kartellabsprachen oder Marktaufteilungen sind die für diesen Wandlungsprozeß charakteristischen Erscheinungen. In ihrer Größe, ihrer Qualität und ihrem Grad von Internationalisierung sind die gegenwärtigen Konzentrationsprozesse in der Informationsindustrie ungleich gewichtiger als die Welle der Pressekonzentrationen in den sechziger Jahren. Der Informationssektor ist bei diesen Konzentrationsprozessen deswegen einer der dynamischsten, weil nur über ihn die Infrastrukturen der zukünftigen „Informationsgesellschaft“ beherrscht werden können. Der oligopolistische Konkurrenzkampf um diese informationellen Infrastrukturen ist historisch nur mit dem Kampf um die Vorherrschaft im Transportwesen (Eisenbahn, Schifffahrtskanäle) Ende des letzten Jahrhunderts vergleichbar. In einer Analyse über die Besitzverhältnisse in der italienischen Industrie schrieb die „Financial Times“ zu Anfang des Jahres: „Der breite private Sektor, Industrie- und Finanzunternehmen, wird in Italien nur von einer kleinen Anzahl von Familien und Einzelpersonen kontrolliert... Das vergangene Jahr brachte jedoch einige bedeutsame Veränderungen in den Besitzverhältnissen mit sich, und außergewöhnliche Zuwächse an der Mailänder Börse haben den Weg für einen italienischen Kapitalismus neuen Stils geebnet, bei dem die alten Oligarchien allmählich anfangen, zusammenzubrechen“.³

Sieht man sich die miteinander kompliziert verschachtelten Besitzverhältnisse in der italienischen Industrie näher an, dann fällt auf, daß der Informations- und Kommunikationssektor vollständig in diese Strukturen integriert ist. Das gilt für die Verlagsindustrie genauso wie für die wichtigsten Tageszeitungen oder die Bürokommunikation. Die Konzentrationstendenzen in der Informationsindustrie haben vielfältige Konsequenzen für Politik, Ökonomie und soziale Beziehungen. Ich will mich im folgenden den sechs wichtigsten Konsequenzen zuwenden.

Internationalisierung

Die Internationalisierung der Informationsindustrie ist sicherlich eine der sichtbarsten Folgen von Konzentrationstendenzen. Man kann diese Konzernstrategie exemplarisch an der Entwicklung des Bertelsmann-Konzerns verfolgen.⁴ Die Sättigung des bundesdeutschen Marktes, die dort sich abflachenden Wachstumskurven und die Marktregulierungen des Bundeskartell-

2 Ausführlich dazu vgl. William H. Melody: The Information Society; Implications for economic institutions and market theory, in: Journal of Economic Issues. Vol. XIX. 2/1985, S. 523-539.

3 David Barchard, Profits return after the hard times, in: Financial Times. 7. 4.1986, S. VI.

4 Ausführlich dazu vgl. Jörg Becker, Der Bertelsmann-Konzern, in: Dieter Prokop (Hg.): Medienforschung. Band 1: Konzerne, Macher, Kontrolleure, Frankfurt, Fischer 1985, S. 48-82.

amtes zwangen den Bertelsmann-Konzern zu einer doppelten Wachstumsstrategie; einmal über den Weg neuer Technologien, und einmal über Markterweiterung im Ausland. Wenn auch Bertelsmanns Auslandsengagement bereits auf die frühen sechziger Jahre zurück geht, so geschah der strukturell entscheidende Durchbruch erst in den letzten Jahren. Mit der Übernahme der beiden großen amerikanischen Verlagshäuser Bantam (1977) und Doubleday (1986) und der Mehrheitsbeteiligung an RCA/Ariola Records (1986) einerseits, der vertraglich abgesicherten Zusammenarbeit mit der Zeitungs- und Bankenfamilie Santos in Kolumbien (1983) und der völligen Übernahme des Verlages Plaza y Janes (1977) und der Druckerei Printer in Spanien andererseits, kann der Konzern ein ausgesprochen lukratives „Dreiecksgeschäft“ betreiben. Der US-interne Markt hat dabei eine doppelte Funktion: Zum einen ist dieser Binnenmarkt so groß, daß die Verwertung von Lizenzen im Buch-, Schallplatten-, Video- und Fernsehgeschäft bereits profitabel ist. Zum anderen eignet sich der amerikanische Markt wie kein anderer dafür, Maßstäbe für internationale Bestseller im massenmedialen Geschäft zu liefern. Die dort erworbenen Lizenzen können also dann einer zusätzlichen Profitvermehrung in der Bundesrepublik, Spanien und Lateinamerika zugeführt werden. In diese Strategie der Mehrfachauswertung von Lizenzen im internationalen Maßstab paßt es, wenn rund 40 Prozent aller in den lateinamerikanischen oder iberischen Buchclubs des Bertelsmann-Konzerns angebotenen Buchtitel anglophonen Ursprungs sind. Und es paßt ebenfalls in den Rahmen einer solchen Internationalisierungsstrategie, wenn sich der Bertelsmann-Konzern gegenwärtig sowohl in Spanien als auch in Kolumbien aktiv an den Plänen zur Einführung privater Kabel-Fernsehstationen beteiligt.

Solche Internationalisierungsstrategien haben viel mit dem Kampf um neue Märkte, wenig jedoch mit politischer Ideologie zu tun, und konservative Konzernbesitzer wie Axel Springer oder Rupert Murdoch, die ihre Privatmeinung allen Konzernprodukten aufdrücken wollen, scheinen mir eine anachronistische Ausnahme zu sein. Typischer für Markterweiterungsstrategien über alle ideologischen Grenzen hinweg sind die Verhandlungen der sozialistischen Präsidenten François Mitterand und Felipe Gonzalez mit Italiens privatem Fernsehkonzern von Silvio Berlusconi oder der Fernsehprogrammaustausch zwischen INTERVISION in Moskau mit Ted Turners Broadcasting System, sicherlich dem aggressivsten privaten Fernsehnetz in den USA. Und wie der kürzlich erfolgte Einstieg des brasilianischen Fernsehkonzerns TV Globo in den italienischen Fernsehmarkt zeigt, sind Internationalisierungsstrategien nicht länger mehr ein Vorrecht der europäischen Informationskonzerne.⁵

Gerade im Bereich massenmedialer Unterhaltung dürfte kulturelle Vereinheitlichung die schwerwiegendste Folge solcher Internationalisierungsprozesse sein. Das Grünbuch „Fernsehen ohne Grenzen“ (1984) und die dazu gehörige

⁵ Ausführlich dazu vgl. Jörg Meyer-Stamer, Entwicklung durch Fernsehen. Alte und Neue Medien in Brasilien, in: Blätter des iz3w, August 1985; ders., An der Schwelle zur Medienmacht. Fernsehen in Mexiko und Brasilien, in: Media Perspektiven, 10/1986, S. 673-680.

Direktive der EG-Kommission vom 29. 4. 1986 fördern einen solchen kulturellen Vereinheitlichungsprozess in Europa und entziehen den Mitgliedsstaaten der EG kulturpolitischen Handlungsraum. Mit Recht verwies der DGB darauf, daß in der EG „ein kulturpolitischer Binnenmarkt [. . .] ein Unding und durch den EWG-Vertrag nicht abgedeckt“⁶ sei. Für die föderalistische Bundesrepublik wäre die Verwirklichung der EG-Direktive zudem verfassungswidrig, da die Kulturhoheit der Länder wohl den wichtigsten nationalen Regelungsvorbehalt gegen wildwüchsigen „free flow of information“ aus dem Ausland darstellt. Aus dem gleichen Grund wäre auch eine Zustimmung des Bundesrates zur Einheitlichen Europäischen Akte ein rechtlich fragwürdiges Unterfangen.

Kommerzialisierung und Privatisierung

Die Kommerzialisierung und Privatisierung des Informationssektors ist ebenso sichtbar wie sie durchgreifend und überall geschieht. Sie kann sich dort besonders gut durchsetzen, wo neue Techniken die traditionell gewachsene Dualität von Rundfunk/öffentlich und Presse/privat einfach umgehen, also bei Videofilmen oder Datenbanken. Konzentrierte sich zum Beispiel die öffentliche Diskussion jahrelang auf die Frage der privaten und/oder öffentlich-rechtlichen Kontrolle von Kabelfernsehen, Pay-TV und Satellitenfernsehen, so trat die „Videorevolution“ im Windschatten dieser großen Diskussionen ihren kaum bemerkten Siegeszug an. Gab es zum Beispiel in der Bundesrepublik 1980 erst 374000 Videorekorder, so hatte sich ein Jahr später die Zahl der Abspielgeräte bereits verdoppelt. Durch die auf diesem privaten Markt verkauften massenwirksamen Spielfilme dürften das Seh- und Nutzungsverhalten, die Verhaltensdispositionen und die Konsumgewohnheiten von Film- und Fernsehzuschauern ein erneutes Mal in Richtung auf eine Kommerzkultur hin konditioniert worden sein - zum Nachteil von Fernsehprogrammen unter öffentlich-rechtlicher Verantwortung.

Die Privatisierung des Informationssektors bedient sich nicht nur der neuen Techniken, für die es keine historisch gewachsene öffentliche Kontrolle gibt, sondern auch und gerade der bislang nur wenig beachteten Lokalmärkte. So hat zum Beispiel die im Frankfurter Rhein-Main-Gebiet kostenlos verteilte Anzeigenzeitung „Blitz-Tip“ seit langem eine größere Auflage als die „Frankfurter Rundschau“, die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und die „Frankfurter Neue Presse“ zusammen genommen. Diese Zeitung bereitet gerade ihren Einstieg in den privaten Rundfunkmarkt vor. Der Vorstoß des Informationssektors in lokale Märkte hat weniger etwas mit Demokratisierung und der Dezentralisierung von Macht zu tun, dagegen sehr viel mehr mit der kapitalistischen Erschließung von ökonomischen Nischen. Die Kommunikationswissenschaftlerin Leena Paldän aus Finnland merkt in einer Arbeit über lokalen Rundfunk mit Recht an, daß die alten Zwillingspaare Monopol/öffent-

⁶ Deutscher Gewerkschaftsbund, Stellungnahme zum Grtmbuch der EG-Kommission „Fernsehen ohne Grenzen“, in: Media Perspektiven. 12/1985, S. 901.

lich und Kommerz/privat in der alternativen Radiobewegung durch das Paar Monopol/lokal ersetzt wurden, so als ob es im lokalen Bereich keine Kommerzinteressen des Marktes gäbe, so als ob das Lokale per se politischer als das übergeordnete Nationale sei.⁷

Die Konzernstrategien zur Privatisierung und Kommerzialisierung des Informationssektors sind von Land zu Land und Medium zu Medium sehr unterschiedlich. Eine Art Markteröffnungsstrategie wird oft dem Sport und der Sexualität zugeordnet. Während zum Beispiel Sex-Anzeigen in Frankreich gegenwärtig dem privaten Bildschirmtextsystem zum flächendeckenden Durchbruch verhelfen sollen, erfüllen Olympische Spiele oder Fußballweltmeisterschaften nur allzu oft die Funktion, einer jeweils neuen Fernsehgerätegeneration den Markt zu öffnen.

Neuartig an der Kommerzialisierung des Informationssektors ist der direkte Einstieg von Banken, sei es das Engagement der Volks- und Raiffeisenbank beim Kabelfernsehen in Ludwigshafen oder die Beteiligung von Luxemburger Banken, der Dresdner und der Deutschen Bank am Satellitenfernsehprogramm SAT-1. Die Kommerzialisierung des Informationssektors wird vor allem das Prinzip der Kreuz-Subsidiarität aufbrechen, also das Gebührenprinzip, nach dem weniger kostengünstigere Dienstleistungen durch profitablere subventioniert werden. Man kann das zum Beispiel in Kanada sehen, wo die Deregulierung im Telefonwesen bereits dazu geführt hat, daß teure private Telefonanschlüsse im lokalen Bereich zugunsten von billigen Fernanschlüssen für TNKs aufgegeben werden mußten.⁸ Eine sehr ähnliche Auswirkung wird die jüngste Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes über die Zulassung von privatem Rundfunk haben. Da in diesem Urteil vom 4.11.86 an den „privaten Rundfunk nicht gleich hohe Anforderungen zu stellen (sind) wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk“, werden die Werbeeinnahmen langfristig in die billig produzierten und massenattraktiven Programme kommerzieller Rundfunkveranstalter abfließen und den öffentlich-rechtlichen Anstalten nicht mehr als Subventionsmasse für die Produktion von teureren Informationsprogrammen mit kleineren Zuschauerzahlen zur Verfügung stehen.

Vermischung

In einem Gutachten über Wettbewerbsprobleme bei der Verbreitung der sogenannten Neuen Medien in der Bundesrepublik von 1982 heißt es: „Die Neuen Medien könnten bei geeigneter Rahmensetzung eine Zunahme des

7 Leena Paldán, When the Radio was Liberated - in the Finnish Style. Vortrag auf der VII. Xordic Conference of Mass Communication Research. Fugiso, Dänemark, 18.-21. 8.1985 (unv. masch. Ms.); vgl. auch Karol Jakubowicz, Deregulation and Commercialization of Broadcasting in Western Europe: Why and why now? Some Preliminary Remarks. Vortrag auf der 15. Conference of the International Association of Mass Communication Research. New Delhi, Indien, 25. - 30. 8.1986 (unv. masch. Ms.).

8 Robert Pike und Vincent Mosco, Canadian consumers and telephone pricing. From luxury to necessity and back again?, in: Telecommunications Policy. March 1986, S. 17-32.

9 Zit. nach Frankfurter Allgemeine Zeitung. 5.11.1986, S. 2.

publizistischen Wettbewerbs nur ermöglichen, wenn marktbeherrschende Zeitungsverleger vom Zugang ausgeschlossen werden.“¹⁰ Diese Forderung stammt keineswegs aus der tagespolitischen Pamphletliteratur, sondern ist das Ergebnis traditionell argumentierender Ökonomie im Bericht der Monopolkommission an die Bundesregierung. Genau das Gegenteil dieser Forderung gehört seit langem zu den Strategien der Informationskonzerne, nämlich die Vermischung sowohl von Besitzverhältnissen als auch von unterschiedlichen Medien, Dienstleistungen und Gütern.

Derartige Vermischungsstrategien lassen sich am Beispiel des Springer-Konzerns verdeutlichen: Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Buchverlage, Kabel- und Satellitenfernsehen, Bildschirmtext, Filmverleih und privater Rundfunk gehen hier eine enge Verbindung ein. Solche Zugriffe auf die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien können von der Basis eines Zeitungsverlages ausgehen, können sich aber auch auf der Basis eines Buchverlages entwickeln. Exemplarisch hierfür mag der Bertelsmann-Konzern stehen, dessen Produkte gegenwärtig zunehmend immateriell werden. Hatte dieser Konzern einst als pietistischer Buchverlag angefangen, so lebt er heute immer weniger vom Verkauf anfaßbarer Produkte, sondern mehr und mehr vom Verkauf von Ideen, Lizenzen, Copyrights, Konzepten, Dienstleistungen, Software, Beratungsangeboten und Vertriebswegen, und dieses quer durch die gesamte Medienbranche. Das kombinierte Beispiel von Olivetti und der Cofide-Holding von Carlo De Benedetti zeigt aber auch, daß der Einstieg in die I&K-Technologien von der Basis eines Lebensmittel-Büromaschinenkonzerns ausgehen kann. Mit einem solchen Gemischtwarenkonzern im Rücken verfolgt De Benedetti ebenfalls eine Art „Dreiecksgeschäft“ zusammen mit dem Fernmeldekonzern AT & T in den USA und dem Konzern Toshiba in Japan. Zum Imperium des De Benedetti gehören inzwischen der große Mailänder Verlag Mondadori, das Wochenmagazin „L'Espresso“ und seit kurzem entscheidende Anteile am Grundkapital des französischen Großverlages Presse de la Cite. Als führende europäische Firma für Bürokommunikation wird der Zwilling Olivetti/De Benedetti exemplarisch demonstrieren, wie unternehmensinterne Büro-rationalisierung mit der Rationalisierung nach außen gerichteter massenmedialer Aktivitäten verknüpft werden kann.

Das Phänomen der Vermischung erweist sich aber nicht nur als strukturelles Merkmal von Unternehmensverflechtungen; es zeigt sich außerdem auf der Ebene der konkreten Arbeitsbedingungen von Journalisten und Druckern. Der Einzug von Bildschirmarbeitsplätzen und das dadurch möglich gewordene elektronische Layout machen es immer schwieriger, zwischen dem Arbeitsgebiet des Journalisten und dem des Druckers exakte Schnittstellen festzulegen. Und genau aus dieser Schwierigkeit heraus konnte der Verleger Rupert Murdoch mit seiner neuen Druckerei in den Docklands profitieren, indem er die Arbeitsplatzinteressen verschiedener Gewerkschaften gegenein-

10 Monopolkommission, Hauptgutachten 1982/83 Ökonomische Kriterien für die Rechtsanwendung, Baden-Baden Nomos Verlag 1984, S 23

ander ausspielte. Doch selbst die Gewerkschaften untereinander tun sich mit diesem Vermischungsprozess sehr schwer. So etwa konnten sich in Norwegen seit 1979 zwei ausschließlich mit Gewerkschaftern besetzte Kommissionen nicht darauf einigen, wo genau bei der Zeitungsherstellung die Schnittstelle Drucker aufhört, wo die des Journalisten beginnt.

Die Folgen solcher Vermischungsprozesse sind vielfältig. Auf der Ebene der alltäglichen Arbeitsbedingungen erzwingen sie eine Kooperation der Journalisten- und Druckergewerkschaften. Auf der Ebene von Unternehmensstrategien liegt dem Vermischungsprozeß das Prinzip der Vielfachverwertung in den unterschiedlichsten Medien und Anwendungsbereichen zugrunde, mit der Folge, daß die publizistische Vielfalt abnimmt und ökonomisch und publizistisch Doppel- und Mehrfachmonopole aufgebaut werden. Als Mitarbeiter des Bundeskartellamtes vor einigen Jahren während der Frankfurter Buchmesse beim Bertelsmann-Konzern erschienen, um Transparenz in die verschlungenen Wege der Mehrfachverwertung von Lizenzen zu bringen, mußten sie recht bald frustriert aufstecken. Diese Anekdote ist mehr als bezeichnend: Das gegenwärtige Kartellrecht kann weder die traditionellen Medienverflechtungen aufhalten, noch erst recht die Verflechtungen, bei denen es um die unsichtbare ökonomische Ware „Information“ geht.

Vermachtung

Das Wissen Macht sei, hatte Francis Bacon zwar behauptet, doch war seine Devise historisch so lange unzutreffend, wie die Teilhabe an Macht eben nicht durch Erziehung, sondern durch Klassenzugehörigkeit bestimmt war. Daß Wissen gegenwärtig zum Machtfaktor wird, also ein Vermachtungsprozeß von Information stattfindet, hängt ganz wesentlich mit der technischen Kapazität von integrierten Datenverarbeitungsanlagen zusammen. Erst wenn es, wie seit einiger Zeit, möglich ist, auch große Informationsmengen systematisch zu speichern, kann sich die Ressource Information zur Ware herausbilden. Zahlreiche Studien belegen bereits heute, daß an der Teilhabe bzw. Nicht-Teilhabe an der Ware Information das Auseinanderdriften von „information rich“ und „information poor“ festgemacht werden kann. Diese Studien legen die Vermutung nahe, daß in Zukunft zusätzlich zur „klassischen“ Konfliktkonstellation entlang der Klassenzugehörigkeit und der internationalen Hierarchisierung mit Konflikten im Informationssektor zu rechnen ist. Die Konsequenzen zeigen sich heute bereits als „Zweidrittelgesellschaft“ oder „Neue Armut“ innerhalb der Industrieländer, sie zeigen sich international bei den rund 20 ärmsten Ländern der Erde, die von einigen Experten zynischerweise bereits als „nicht entwickelbar“ eingestuft werden.

Was Vermachtung im Informationssektor sehr konkret heißt, läßt sich an den Kartellverfahren gegen den größten Fernmeldekonzern AT & T und den größten Computerkonzern IBM sehen. Das mit einem Vergleich zwischen IBM und der Europäischen Kommission in Brüssel abgeschlossene Verfahren und die staatsanwaltlichen Entscheidungen gegen AT & T 1982 in den USA liefen

beide darauf hinaus, den Machtbereich der jeweiligen Konzerne zu konsolidieren und ihn auszuweiten. Nachdem sich in den vergangenen Monaten in der Gruppe Eurotel durch das Zusammengehen der europäischen ITT-Töchter mit der französischen Compagnie Generale d' Electricite (CGE) der nach AT & T weltweit zweigrößte Telefonkonzern herausgebildet hat¹¹, setzt AT & T zu einer Erpressung Westeuropas an. Als Ende Oktober bekannt wurde, daß eine weitere Fusion in Frankreich, nämlich die zwischen der defizitären Compagnie Generale de Construction Telephonique (CGCT) und der Siemens AG anstatt von AT & T bevorstehe, gab es unverhüllte Drohungen aus den USA. Der amerikanische Handelsminister Malcolm Baldrige kündigte an, daß AT & T seine telekommunikativen Verbindungen mit der EG notfalls einstellen könnte, falls die Fusion zwischen CGCT und AT & T nicht zustande käme.¹² Diese beschriebenen Konflikte sind ein geradezu paradigmatisches Beispiel dafür, daß es im Informationssektor gegenwärtig um ein oligopolistisches Hauen und Stechen der TNKs untereinander geht; über den Erfolg solcher Konflikte entscheidet die kombinierte Macht von Regierung und TNK, keinesfalls jedoch die Produktqualität auf einem konkurrierenden, „freien“ Markt.

Verflachung

Der amerikanische Ausdruck „middle of the road“ beschreibt besser als das deutsche Wort „Verflachung“ eine weitere, notwendige Konsequenz aus der Konzentration in der Informationsindustrie. Je größer die von transnationalen Konzernen zu bedienenden Zuschauer- und Zuhörermärkte werden, desto mehr muß das einzelne Medienprodukt einem fiktiven Durchschnittsgeschmack angepaßt werden, um die aus kommerziellen Gründen betriebswirtschaftlich notwendige Reichweite zu erreichen. Es geht hier also nicht um ein weinerliches Klagen über Niveauverlust und den „schlechten Geschmack der Massen“, sondern um ökonomische Funktionen von Markterweiterung. Die Ausdehnung der Märkte zwingt zur „middle of the road“-Strategie. Im Fernsehbereich läßt sich das am billigsten und erfolgreichsten mit einer Mischung aus Unterhaltungs-Shows, international bekannten Stars aus der Unterhaltungsbranche und amerikanischen TV-Serien erreichen - eine Strategie, die sowohl Silvio Berlusconi als auch Rupert Murdoch verfolgen. Im Verlags- und Pressewesen zeigt sich diese Tendenz in der Verflachung der Zeitungsinhalte der „Times“ und der „Sun“ nach Übernahme durch Murdoch; bei Bertelsmann zeigt sich diese Tendenz in der strukturellen Unfähigkeit, qualitativ hochstehende Verlage auf Dauer zu finanzieren (hier sei an das Ende der Verlagshäuser Pro Schüle, Autoren-Edition oder Steinhausen erinnert). Solche „middle of the road“-Strategien müssen nicht notwendigerweise, wie bei Murdoch, politisch rechtslastig verlaufen, sie können durchaus auch scheinbar unpolitisch verwirklicht werden.

11 Ausführlich dazu vgl. Karl Eberl, Telekommunikationsmarkt in Bewegung: CGE übernimmt ITT-Telecom-Töchter, in: Informationen über multinationale Konzerne, 3/1986, S. 3-6.

12 Vgl. Telekommunikationsmarkt, USA drohen Europäern, in: Wirtschaftswoche. 31. 10. 1986, S. 8; USA drohen Siemens und Bonner Regierung, in: Frankfurter Rundschau. 6.11.1986, S. 7.

In Westeuropa ist diese Tendenz, unabhängig von der Frage nach privatem oder öffentlich-rechtlichem Besitz, zugleich eine in Richtung auf Amerikanisierung. Bei Schaffung von neuen Übertragungskapazitäten für die Ausstrahlung von Filmen ist das westeuropäische Potential an Künstlern, an Kreativität, an Inhalten und Software, auch an ökonomischem Potential, einfach viel zu klein, um genügend Material für neue Übertragungswege produzieren zu können. Wie die enormen Filmeinkäufe des ZDF und von Leo Kirch in den letzten Jahren zeigten, gibt es ein solches Potential, zumal so billig, nur in den USA.

Niveauanstieg

Im Bereich der Spezial- und Fachkommunikation, bei Fachzeitschriften, spezialisierten Newslettern, Brancheninformationsdiensten und vor allem bei Datenbanken wird die Konzentration in der Informationsindustrie genau das Gegenteil produzieren wie bei den Massenmedien, nämlich eine Höherqualifikation und ein Niveauanstieg der Informationen. Auch dies hängt mit veränderten Marktgrößen zusammen. Die kombinierte Anwendung von individuell möglicher Datenbankrecherche mit der Produktion von Newslettern mit kleiner Auflage aber einer höchst homogenen Zielgruppe - erstellt durch computerisierte Selektionsverfahren vergleichbar einer „Rasterfahndung“ - erlauben den Aufbau kleiner, aber sehr zahlungskräftiger Märkte und Kunden. Datenbanken, und möglicherweise die Expertensysteme der Zukunft, werden einem kleinen Kundenkreis qualitativ hochstehendes Wissen namentlich für Planung, Entscheidung, Analyse und Risikoabschätzung zur Verfügung stellen, wie es bislang kaum bekannt ist. Die in Datenbanken stattfindenden Monopolisierungen von Wissen sind in ihren gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen kaum absehbar, mit kartellrechtlichen Überlegungen ist ihnen überhaupt nicht mehr beizukommen. Aus ökonomischer Sicht hat Westeuropa seinen oligopolistischen Kampf gegen die Vorherrschaft der amerikanischen Datenbanken bereits so gut wie verloren. Zu einer der stärksten Kräfte auf dem westeuropäischen Datenbankmarkt hat sich inzwischen der Datenbankbetreiber Data Star in der Schweiz entwickelt, ein Unternehmen der Radio Schweiz AG, das noch bis vor kurzem mit dem niederländischen Industriekonglomerat Thyssen-Bornemisza verflochten war. (Es sei hier nur am Rande vermerkt, daß Baron Hans Heinrich Thyssen-Bornemisza de Kaszon zu den zehn reichsten Männern der Erde gehört.)

Perspektiven für gewerkschaftliche Strategien

Es versteht sich von selbst, daß die sechs hier genannten Konsequenzen aus der Konzentration der Informationskonzerne sich gegenseitig bedingen und in den verschiedensten Mischformen anzutreffen sind. Deswegen war von den Konsequenzen solcher Konzentrationsprozesse in diesem Beitrag die Rede und nicht davon, detailliert die Verflechtungen zwischen Berlusconi und Bertelsmann oder zwischen Olivetti und Volkswagen aufzuzeigen. Diese Verbin-

dungen ändern sich dauernd, und eine solche Analyse würde ein starkes Gefühl der Ohnmacht zurücklassen. Ebenfalls blieb das Thema Arbeitslosigkeit als Folge von Konzentrationsprozessen ausgespart. Es wird zwar nicht verkannt, daß einer steigenden Umsatzzahl bei Bertelsmann ein Sinken der Belegschaft entspricht, daß die Einführung des Fotosatzes in Dänemark zwischen 1977 und 1985 rund 900 Drucker arbeitslos machte und daß der schwedische Elektronikkonzern Ericsson die Entlassung von weiteren rund 5000 Mitarbeitern plant. Doch wurde deswegen an dieser Stelle nicht weiter darauf eingegangen, weil nur allzu leicht übersehen wird, daß es doch gerade das Ziel der in vielen Konzernen eingesetzten Technologien ist, menschliche Arbeit zu ersetzen. Der Abbau von Arbeitsplätzen ist viel weniger eine bloße Folge, als vielmehr die von Anfang an geplante und im Sinne der Profitvermehrung notwendige Zielsetzung des Kapitals.

Bewußt auch wurde nicht von Medienkonzernen, nicht viel von Journalismus oder nicht viel von Zeitungen gesprochen, sondern von Informationskonzernen und Informations- und Kommunikationsindustrien. Gerade weil die Dynamik im Bereich der Massenmedien nur dann richtig verstanden werden kann, wenn man sie in eine Analyse der Veränderungen im Fernmelde- und Computerbereich einbezieht, muß von Informationsindustrien und den dort Beschäftigten in umfassenderem Ausmaß gesprochen werden. Der Wandel von einer IG Druck und Papier in eine Mediengewerkschaft ist daher historisch nicht nur seit langem fällig, sondern müßte wohl noch weiter gedacht werden in Richtung auf eine „Informationsgewerkschaft“. Dazu eine statistische Angabe: Zählt man beispielsweise den jährlichen Umsatz der Medienwirtschaft in der Bundesrepublik mit dem der elektronischen Industrie zusammen, addiert man also sinnvollerweise „Software“ und „hardware“¹³, Inhalte und Geräte, dann stehen diese beiden Industriebranchen mit einem Jahresumsatz von über 100 Milliarden DM nach der chemischen Industrie als zweitgrößter Industriesektor da, mit rund einer Million Beschäftigten.¹⁴ Aus solchen Überlegungen lassen sich im wesentlichen zwei Dinge folgern: Zum einen wird sichtbar, welches enorme Potential den Gewerkschaften beim Übergang in eine Informationsökonomie zur Verfügung steht; zum anderen wird aber auch drastisch deutlich, daß das traditionelle, der Arbeiterbewegung verbundene Rekrutierungsfeld für die Gewerkschaftsbewegung immer irrelevanter wird, mit all seinen damit verbundenen Problemen.

Hinzu kommt eine weitere Perspektive: Die gegenwärtigen Veränderungen im Informationssektor sind gesamtgesellschaftlicher Art, sie kündigen industrielle Umbrüche infrastruktureller Art an. In dieser Situation reagieren die Informationskonzerne durchweg auf nur eine veränderte Variable, nämlich auf die Marktgröße, sei es international, lokal bislang nicht erschlossene Nischen oder Vielfachverwertung im Medien-Mix. Um die daraus folgenden

13 Ich gebrauche diese beiden Termini hier nicht im engen Sinn der Informatik.

14 Vgl. Eberhard Moths, Medien als einzel- und gesamtwirtschaftliches Phänomen, in: Media Perspektiven. 8/1978, S. 541-561.

publizistischen und ökonomischen Gefahren abzuwehren, setzten sich die Gewerkschaften für den Erhalt und Ausbau von innerer und äußerer Pressefreiheit ein. Das reicht bei dieser Art von industriellen Umbrüchen als Konzept nicht mehr aus. Nur wenn es den Gewerkschaften in Tarif- und Lohnverhandlungen erfolgreich gelingt, der Öffentlichkeit klar zu machen, daß die anstehenden Rationalisierungsentlassungen, Abqualifikationen und Flexibilisierungen nicht nur den eigenen Arbeitsplatz gefährden, sondern auch entscheidend dazu beitragen, die Informationsversorgung der allgemeinen Bevölkerung gravierend einzuengen und zu verschlechtern, können die hier beschriebenen Konsequenzen aufgehalten werden. Dazu ein Beispiel: Als Ende der siebziger Jahre in Australien ein amerikanisches Satellitensystem in Konkurrenz zum bereits existierenden australischen System eingeführt werden sollte, argumentierte die davon betroffene Australian Telecommunications Employees' Association (ATEA) nicht nur arbeitsmarktpolitisch. Sie verwies nicht nur auf die möglichen Arbeitsplatzverluste beim australischen Satellitenbetreiber, sondern vor allem auf den zu erwartenden Anstieg der Telefonkosten für die normalen Endverbraucher. Diese Kampagne war so erfolgreich, daß das amerikanische Satellitensystem in Australien nicht zum Zuge kam.¹⁵

Zum Schluß sollen noch einige international ausgerichtete Überlegungen vorgetragen werden. Eine offensive Wiederbelebung von Weltkonzernräten¹⁶ der in internationalen Informationskonzernen Tätigen erscheint ebenso wünschenswert wie dringend notwendig. Eine europäische Strategie müßte vor allem auf eine gesamteuropäische Perspektive ausgerichtet sein, und vielleicht fällt diese den Ost- und Westeuropäern leichter, wenn es nicht so sehr um ideologisch strittige Fragen des Journalismus, sondern um solche einer gemeinsamen informationstechnologischen Kooperation geht. Das hieße zum Beispiel auch eine Aufwertung des in Genf ansässigen Economic Council of Europe, der einzigen gesamteuropäischen UN-Behörde. Und ein letztes: Die notwendige Harmonisierung des Binnenmarktes der EG kann für die Gemeinschaft als Ganzes nur dann sinnvoll sein, wenn ihr gleichzeitig eine gemeinsame Abwehrpolitik gegenüber den USA entspricht. Wer nur den Binnenmarkt der EG harmonisiert und die vielfältigen Tarife, Zollvorschriften, Steuersätze, Industrienormen, Sprachen oder Rechtsverordnungen vereinheitlicht ohne parallel dazu eine kollektive Außenwirtschaftspolitik gegenüber den USA zu entwickeln, der zerstört die letzten Hindernisse für einen völligen Einbruch amerikanischen Kapitals in ganz Europa.

15 Vgl. ausführlich dazu Ian Reinecke, Information Technology in Australia: The trade Union response, in: Jörg Becker, Göran Hedebro und Leena Paldán (Hg.), *Communication and Domination*, Norwood, NJ: Ablex 1986, S. 215-221.

16 Vgl. Kurt P. Tudyka, Die Weltkonzernräte in der Krise. Die „kapitalorientierte“ Strategie der Gewerkschaften gegenüber multinationalen Konzernen am Ende?, in: *Informationen über multinationale Konzerne*, 1/1986, S. 18-21.