

Presserat, Verleger- und Journalistenverbände warnen vor Titelsterben durch Datenschutznovelle

Gesetzentwurf verhindert die Gewinnung neuer Leser – nicht aber den beklagten Datenmissbrauch

Berlin/Bonn, 20. März 2009 – Für die bevorstehenden Beratungen des Datenschutzgesetzes im Innenausschuss des Bundestages weist der Deutsche Presserat gemeinsam mit den Journalisten- und Verlegerverbänden auf die katastrophalen Folgen des Gesetzentwurfs für die Presse hin. Die Verlage seien auf die briefliche Ansprache vorinteressierter Leser und Abonnenten teilweise existenziell angewiesen. Nicht wenige Verlage würden gerade auf dem Weg volladressierter Werbung den Abonnementsrückgang auffangen. Auf keine andere Weise seien potentiellen Abonnenten das Produkt und die Vorteile eines Abonnements besser anschaulich zu machen. Jeder Angeschriebene habe bereits nach geltendem Recht die Möglichkeit, weitere Post zu untersagen. Die Beschwerden der Verbraucher bewegten sich allerdings im Promillebereich.

Nach dem Gesetzentwurf könne der Verlag ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung nur die eigenen Leser anschreiben. Auf diese Weise gewinne man aber keine neuen Leser. „Während für andere Branchen Rettungsschirme aufgespannt werden, würde den Verlagen der Boden unter den Füßen weggezogen“, heißt es in einem Schreiben des Presserates an die Politik. Aufgrund der Wirtschaftskrise kämpften manche Verlage mit Anzeigenrückgängen von bis zu 40 Prozent. Der Wettbewerb um Leser, Hörer, Zuschauer, Nutzer wird immer stärker. Verluste bei den Abonnenten würden die Existenz der Presse zusätzlich bedrohen. In der Folge werde ein Titelsterben zu einem irreparablen Schaden für die Pressevielfalt in Deutschland führen. Die Journalistengewerkschaften betonten, dass die negativen Auswirkungen auf die redaktionellen Arbeitsplätze und die Auftragslage freier Journalisten nicht hinnehmbar seien. Es könne nicht im Sinne eines notwendigen

Datenschutzes sein, durch überzogene Bestimmungen qualifizierte Arbeitsplätze in den Verlagen zu vernichten.

Der kriminelle Missbrauch des Datenschutzes lässt sich aus Sicht von Presserat, Verlegern und Gewerkschaften nicht durch das Verbot der Abonnementwerbung verhindern. Mit dem Gesetzentwurf würden die Verlage und damit die ganze deutsche Presse in Geiselhaft für die Gesetzesverstöße Dritter genommen.

Kontakt:

Lutz Tillmans, Deutscher Presserat: Tel.: 0228/98572-0, E-Mail: info@presserat.de

Hendrik Zörner, DJV: Tel.: 030/72627920, E-Mail: zoe@djv.de

Ulrike Maercks-Franzen, dju, Tel.: 030/69562322, E-Mail: ulrike.maercks-franzen@verdi.de

Hans-Joachim Fuhrmann, BDZV, Tel.: 030/726298-0, E-Mail: fuhrmann@bdzv.de

Dirk Platte, VDZ, Tel.: 030/726298-130, E-Mail: d.platte@vdz.de