

Der Preis der Freiheit

Ein Gespräch mit Dr. Wolfgang Vyslozil, dem ehemaligen Geschäftsführer der Austria Presse Agentur eG

Die Weltwirtschaft ist in der Krise und mit ihr Verlage und Nachrichtenagenturen. Anzeigeneinnahmen brechen weg und die Presse schlittert in eine Krise, die in den USA existenzbedrohende Ausmaße angenommen hat.

„An dem Tag, als der Verlag Condé Nast sein deutsches Prestige-Magazin ‚Vanity Fair‘ einstellte, waren die Aktien der ‚New York Times‘ auf einem neuen Tiefstand“, schreibt Konrad Liska am 20. Februar 2009 im Spiegel: „Ein Anteilsschein der renommiertesten Tageszeitung der Welt kostete am Mittwoch 13 Cents weniger als die Sonntagsausgabe des Blatts, die für vier US-Dollar verkauft wird.“

Wie lange können sich Medienunternehmen Qualitätsjournalismus und Unabhängigkeit noch leisten? Warum ist die Mehrzahl der vom Staat unabhängigen Nachrichtenagenturen weltweit genossenschaftlich organisiert? Hat Österreichs Nachrichtenagentur APA je einen Rechtsformwandel überlegt? Über diese Fragen spricht Andrea Karner mit Wolfgang Vyslozil, der die österreichische Nachrichtenagentur APA 26 Jahre lang geleitet hat.

GG: Herr Vyslozil, die Medienlandschaft ist in der Krise. Schätzen Sie die Entwicklung in den USA als Bedrohung für die unabhängigen Nachrichtenagenturen ein?

WV: Aufgrund der Medienkrise ist die AP (Associated Press) in den USA in Probleme geraten und es gibt eine Debatte über ihre Rechtsform. Sie ist eine der ältesten Nachrichtenagenturen weltweit. Wie die meisten unabhängigen Nachrichtenagenturen ist sie genossenschaftlich organisiert und befindet sich im Besitz der Zeitungen des Landes.

GG: Gibt es da Ausnahmen?

WV: Ja, nur zwei. So ist Reuters ein börsennotiertes Unternehmen und die holländische ANP befindet sich mehrheitlich im Eigentum von Finanzinvestoren.

GG: Wie steht es mit der Unabhängigkeit staatlicher Agenturen?

WV: Wir sollten zunächst bedenken, dass sich 85 Prozent aller Nachrichtenagenturen

weltweit in staatlichem Eigentum befinden und dass nur 15 Prozent als unabhängige Agenturen zu qualifizieren sind. Dazu zählen etwa Reuters, die AP, die dpa, oder eben auch die APA. Bei den staatlichen Agenturen gibt es einige wenige mit beachtlicher journalistischer Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit, wie etwa die CTK in Prag, die MTI in Budapest, oder die HINA in Zagreb. Viele aber befinden sich am Gängelband ihrer Regierungen und manche müssen überhaupt als Propagandaagenturen eingestuft werden. Dazu zählen etwa die Agenturen Nordkoreas, des Irans, Weißrusslands, Libyens, Burmas, oder Kubas.

GG: Sie waren zu Beginn ihrer Karriere in der APA von der Genossenschaft nicht sonderlich begeistert. Warum?

WV: Als ich 1982 die Geschäftsführung der APA übernommen habe, war sie in einer schweren existenziellen Krise. In den 40 Jahren, von 1947 bis 1987 hat sie mit vier Ausnahmen nur Verluste geschrieben. Als Vertreter der „Presse“ war ich schon ein paar Jahre im Aufsichtsrat. Ich habe damals schon nicht verstanden, warum eine Genossenschaft nicht Gewinne erwirtschaften sollte. In den Diskussionen mit dem Genossenschaftsverband ist es damals immer wieder um das berühmte Nicht-Mitgliedergeschäft und den legendären § 1 Genossenschaftsgesetz gegangen.

GG: Wirtschaftlicher Erfolg und Genossenschaft, ist das ein Widerspruch für eine Nachrichtenagentur?

WV: Als ich in den Vorstand der APA gekommen bin gab es für mich nur eins: Ein ganz klares Bekenntnis zu Gewinn. Aber wann immer ich mich mit genossenschaftlicher Literatur auseinandergesetzt habe, kam heraus: Gewinn ist pfui. Erst als ich ca. 20 Jahre später auf die Publikationen von Professor Theresia Theurl (Universität) gestoßen bin, habe ich endlich die theoretische Bestätigung für meinen Ansatz gefunden.

GG: Was sagt Theurl?

WV: Sie sagt in ihrem „Member Value“-Konzept: Mitgliedschaft muss sich rechnen

und sie betrachtet den Förderauftrag in dreigeteilter Form. Erstens: Die Dienstleistung muss stimmen. Das ist die Basis. Zweitens: Gewinne werden für Investitionen und Akquisitionen verwendet. Drittens das klare Bekenntnis: Gewinne werden auch ausgeschüttet.

GG: Und das ist die Erfolgsgeschichte der APA?

WV: Ich bin zutiefst davon überzeugt: Wenn es eine wesentliche Wurzel für den Erfolg der APA im letzten Vierteljahrhundert gegeben hat, dann war es dieses klare Bekenntnis zum Gewinn. Als ich 1992, vielleicht war es auch 1993, den Grundsatzbeschluss herbeigeführt habe, dass die APA Gewinne ausschüttet, hatte ich Theurl noch nicht gelesen. Jedenfalls gab es damals im Vorstand einen ziemlich heftigen Disput mit Gerhard Weis, später ORF-Generalintendant, und Peter Rabl, Chefredakteur des Kurier, die gesagt haben: „Das machen wir nicht, wozu das Bisschen an Gewinnen ausschütten?“ Und ich habe gesagt: „Wir führen die APA so, als würde sie eine Kapitalgesellschaft sein, auch wenn es zur Zeit nur eine geringe Dividende ist, die wir ausschütten können.“ Inzwischen sind es längst durchaus nennenswerte Beträge geworden, die wir ausschütten.

GG: Sie haben mit der Tradition gebrochen?

WV: Ja, in vielerlei Hinsicht. So hat es das Bewusstsein, dass die APA-Mitglieder unsere Eigentümer sind, davor unter den Mitarbeitern gar nicht gegeben. Und gerade diese kollektive Eigentümerschaft der österreichischen Medien zwingt die APA zu Objektivität und Ausgewogenheit. Sie ist neben dem Gewinn die zweite starke Säule, die Unabhängigkeit gewährleistet. Für eine so breit gestreute und letztlich auch politisch inhomogene Eigentümergruppe, wie es die Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen eines Landes sind, stellt in letzter Konsequenz die Unparteilichkeit und Zuverlässigkeit der Agentur-Nachrichten gleichsam das kleinste gemeinsame Vielfache dar. Das ist der Dienstleistungsnutzen, den der Eigentümer in der Genossenschaft erkennen muss.

GG: Den Sprung ins Internet-Zeitalter haben Sie mit dem APA-Online Manager geschafft. Das elektronische Medienarchiv steht Ihren Eigentümern, den österreichischen Medienmachern, und Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft zur Verfügung, die nach Stichworten Texte, Bilder, Grafiken und Videofiles in Sekundenschnelle abrufen können. Wie ist das Angebot bei Ihren Eigentümern angekommen?

WV: Es war zunächst ein gewisses Kunststück, eine Nische zu finden, zu der die Eigentümer dann letztlich ja gesagt haben. Ein Jahr lang habe ich zum Beispiel mit einem sehr angesehenen Verleger und Vorstandsmitglied gerungen, der das Medienarchiv selber machen wollte, bis die Zustimmung kam. Das Problem mit dem Archiv kannte ich aus meiner Zeit bei der „Presse“. Ein qualitativ hochwertiges Archiv kostet viel Geld, bringt aber auch einen Qualitätssprung für die Zeitung. Meine Idee war, in der APA so ein Archiv aufzubauen und dann die Kosten auf unsere 16 Mitglieder, nämlich die Zeitungen (ohne Krone) und den ORF aufzuteilen. Das war die klassische Genossenschaftsidee. Der Fördergedanke hat funktioniert, war konkret in Zahlen darstellbar und hat der APA die Chance eröffnet, in andere Märkte einzutreten. Diskussionen über das Nichtmitgliedergeschäft sind dann kaum mehr aufgekomen.

Heute bieten wir ein praktikables, hochwertiges Produkt zu einem wirklich fairen Preis, auch im Vergleich mit den anderen europäischen Agenturen.

GG: Die APA ist mit den neuen Geschäftsfeldern stark gewachsen. Haben Sie überlegt, die APA an den Kapitalmarkt zu bringen?

WV: Mit einem führenden Investmentbanker haben wir im Jahr 2006 den Umbau der APA in eine Kapitalgesellschaft ernsthaft geprüft. Wir haben unser Strategiekonzept präsentiert und Umsatzrentabilitäten dargestellt und die haben gesagt: „Spannend, hochinteressant, da ist Fantasie drinnen, das einzige, was nicht passt, ist die Umsatzrentabilität, die muss

überall zweistellig werden.“ Obwohl es damals in allen Geschäftsfeldern theoretisch möglich gewesen wäre, auf zumindest zehn Prozent Umsatzrentabilität zu kommen, hätte das hausintern ernste Konflikte ausgelöst und auch der Markt nicht verstanden. Die APA ist kein billiges Produkt. Wenn wir mit großen Kunden reden, ist der Preis immer wieder ein wichtiges Argument. Wir haben immer gesagt: Die APA macht Gewinne, aber im Unterschied zur Shareholder-driven-Company bleibt der größere Teil im Unternehmen und dient der Investition und der Weiterentwicklung des Unternehmens. Wenn wir die Genossenschaft aufgeben hätten, würden diese Kunden sagen: „O.k., wir akzeptieren euren Preis nicht, nur damit ein paar Verleger und der ORF abkassieren.“



Wolfgang Vysložil, ehemaliger Geschäftsführer APA – Austria Presse Agentur

Das zweite Argument gegen die Kapitalgesellschaft war die Eigentümerstruktur. Es hätte einen totalen Bruch in der Genossenschaft gegeben. Für die große Mehrzahl unserer Eigentümer ist weiterhin das Dienstleistungsangebot der APA primär von Interesse und nicht sosehr die Kapitalrendite.

GG: Osteuropa hat Sie nicht gereizt?

WV: Wir haben ab 1994 systematisch und mit Nachdruck versucht, irgendwie den Fuß in Richtung CEE zu kriegen. Als Nachrichtenagentur ein einen anderen Kulturraum hinein zu gehen ist ganz schwierig, weil sofort die nationale Identität berührt ist. Was bin ich heute froh, dass daraus nichts geworden ist und wir das Investment

letztendlich in der Schweiz platzieren konnten.

GG: Wie stehen Sie zur Genossenschaft heute?

WV: Ich habe seinerzeit das Buch „Barriers Down“ des ehemaligen AP-Chefs Kent Cooper, das er 1942 in den USA veröffentlicht hat, mit Begeisterung gelesen. Er propagiert darin das Konzept genossenschaftlicher, von Staat und Regierung unabhängiger Nachrichtenagenturen. In den Rezensionen, die damals in praktisch allen US-Zeitungen erschienen sind, wird das Buch als „breathtaking“, „inspiring“, „fascinating“ und „sensational“ beschrieben. Es hat die Meinungsbildung einer breiten amerikanischen Öffentlichkeit in enormen Maß beeinflusst. Es war eine „celebrated crusade“, also ein von der Öffentlichkeit gefeierter Kreuzzug gegen staatliche Agenturen, den Cooper für die genossenschaftliche AP geführt hat. Der durch das Buch in den USA ausgelöste breite öffentliche Diskurs hat letztendlich dazu geführt, dass der amerikanische Kongress im September 1944 einen Grundsatzbeschluss gefasst hat, in dem das weltweite Recht auf Nachrichtenaustausch zwischen Nachrichtenagenturen ohne Diskriminierung von Quellen und Gebühren programmatisch fixiert wurde. Das war die Grundlage für die 1946 erfolgte Umwandlung der bis dahin staatlichen österreichischen Nachrichtenagentur in die genossenschaftliche APA.

Unabhängige Nachrichtenagenturen sind ohne rechtlichen Rahmen nicht möglich. Als Genossenschaften benötigen sie aber auch ein solides wirtschaftliches Fundament. Zu diesem Zweck haben sie nicht nur gewinnorientiert geführt zu werden, sondern sie haben Gewinne zu erwirtschaften. Nur so kann die wirtschaftliche Unabhängigkeit sichergestellt werden, die ihrerseits wieder eine der wichtigsten Voraussetzungen für redaktionelle Unabhängigkeit ist.

GG: Herr Dr. Vysložil, vielen Dank für das interessante Gespräch.