



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

Das polnische Mediensystem – eine Analyse zur Entwicklung der polnischen Medienlandschaft und der dynamischen Veränderung der Pressefreiheit im Hinblick auf das politische System.

vorgelegt von

Mona Klarkowska

Studiengang Medien und Information

erster Prüfer: Prof. Dr. Johannes Ludwig
zweiter Prüfer: Prof. Dr. M.A. Ralph Schmidt

Hamburg, 10. September 2014

Abstract

Die Bachelorarbeit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg bietet eine Analyse des Mediensystems in Polen. Die Entwicklung der Pressefreiheit in Polen wird in den öffentlich-rechtlichen und privat-rechtlichen Bereichen der Presse, des Hörfunks und des Fernsehens dargestellt.

In der Bachelorarbeit wird das Verhältnis zwischen Gesellschaft, Politik und Medien analysiert. Anhand der Entwicklungsphase von 1989 nach dem Umbruch von der polnischen Volksrepublik zur demokratischen polnischen Republik wird dargestellt, welche Veränderung in den Medien stattfanden. Die Medien durchliefen einen rasanten Prozess der Monopolisierung des Medienmarktes durch westliche Unternehmen. Ein Prozess auf den der polnische Markt nicht vorbereitet war und zu wesentlichen Problemen im öffentlich-rechtlichen Sektor des Rundfunks durch starke Privatunternehmen führte. Auch die Einführung deutscher Presseangebote stieß auf Schwierigkeiten mit der Organisation des angegriffenen polnischen Pressemarktes und dessen Journalisten. Neben der Kommerzialisierung des Medienmarktes in Polen spielt der Einfluss der Politik eine entscheidende Rolle in den Medien. Die Situation in den polnischen Medien wird durch relevante Literatur und Gespräche mit polnischen Medienexperten und Journalisten veranschaulicht. Ein relevanter Faktor, der die dynamische Entwicklung der polnischen Medien in den letzten 25 Jahren darstellt, ist die politisch beeinflusste Steigerung der Pressefreiheit. Auf Grund von Dokumentationen der Organisation „Reporter ohne Grenzen“ und Wahrnehmungen polnischer Journalisten kann eine Besserung und Entwicklung des Zustandes der Pressefreiheit festgestellt werden.

Vorwort

Das gesellschaftliche Verhältnis zwischen Deutschland und Polen ist nach wie vor angespannt. Es wird als solches über Generation hinweg weitergetragen. Besonders die polnische Gesellschaft ist durch die Jahre des Zweiten Weltkrieges stark geprägt, was die Toleranz der deutschen Nation gegenüber betrifft. Die polnische Nation empfindet ein Gefühl der Wut und Enttäuschung im Hinblick auf die Einwohner Deutschlands. Es sei, als wäre es für viele Polen in der jüngsten Vergangenheit gewesen, als das deutsche Kriegsschiff „Schleswig-Holstein“ am 1. September 1939 die polnische Ostseestadt bombardierte.

Der geographischen Nähe und der europäischen Verbundenheit zum Trotz, verhindert die soziale Distanz das Zusammenkommen der Einwohner beider Staaten. Politisch scheinen die Beziehungen nach einer Einheit zu streben, doch das Zusammenleben von Immigranten in beiden Ländern wird von Vorurteilen dominiert. Der Stereotyp des wohlhabenden, gebildeten Deutschen, schüchtert oftmals den aus einfachen Verhältnissen stammenden Polen ein. Ich spreche in diesem Fall aus eigener Erfahrung, die ich schon als Kind machen konnte. Es scheint mir Eindrücken zufolge als hätte sich in den letzten zehn Jahren nicht viel geändert. In Polen schlägt die unbewusste Eifersucht dem Deutschen gegenüber in falschen Patriotismus (vielmals Nationalismus) über. Dementgegen demonstrieren unzählige Deutsche in ihrem Heimatland deren Überlegenheit polnischen Bürgern gegenüber.

Nach dem Statistischen Bundesamt repräsentiert Polen, weit vor anderen Europäischen Staaten, die höchste Einwandererzahl in Deutschland – fast 200.000 im Jahr 2013 (vgl. STATISTA 2013). Spätestens an diesem Punkt dürfen die kulturellen, religiösen und politischen Differenzen beider Gesellschaften bei ihrem Zusammenkommen nicht übersehen werden. Durch die mehr als hundertjährige Teilung und teilweise sogar vollständige Eliminierung Polens von dem Europäischen Kontinent, bildete sich hier ein markanteres Nationalbewusstsein (welches bis heute sehr stark anhält) als in Deutschland. Durch das fehlende Land und die bestehende Nation formte sich vor 1945 ein besonders starkes ethisch-kulturelles Nationalbewusstsein in der polnischen Gesellschaft. Ein Grund hierfür war der Wunsch nach der Abgrenzung von der Fremdherrschaft und die Fiktion, eine kulturell homogene Gesellschaft vor dem Zweiten Weltkrieg zu bilden. Im Vergleich dazu erfolgte in Deutschland in der gleichen Zeit eine gänzlich andersseitige Formatierung der Gesellschaft. Der Nationalsozialismus könnte als Grund für ein fehlendes einheitliches Bild der Gesellschaft in Deutschland Ende des 19. Jahrhunderts gelten. Eine religiöse, kulturelle und

politische Fragmentierung führte auch nach 1871 zu einem fehlenden Nationalgefühl der Deutschen (vgl. GABER 2007, S.169).

Diese bedeutsamen sozialen Unterschiede, die sich über den Lauf der Jahre in beiden Nachbarländern bildeten, führen zu erheblichen Differenzen im Funktionieren beider Staaten.

Als Staatsbürgerin beider Länder fungiere ich gewissermaßen in der Rolle des diplomatischen „Einigungsorgans“, stets um eine Verständigung zwischen Bürgern beider Länder im alltäglichen Leben bemüht. Nachdem ich die ersten elf Jahre meines Lebens in Hamburg verbrachte, entschieden sich meine Eltern zurück in ihr Heimatland Polen zu ziehen. Mein Leben änderte sich in großem Maße, jedoch nehme ich diese Entscheidung bis heute als sehr positive Erfahrung wahr. Ich nutze dies vor allem um ein gegenseitiges Verständnis beider Nationen zu schaffen. Das Leben in der polnischen Gesellschaft war, und ist nach wie vor, besonders durch ein starkes Traditionsbewusstsein geprägt. Hand in Hand geht damit die starke Verbundenheit der Menschen zu der katholischen Kirche. Als Atheistin und als elfjähriges Kind war es nicht besonders einfach, sich zu integrieren. Vor allem war es recht schwierig zu verstehen, dass alle meiner Freunde jeden Sonntag mit ihren Eltern an der kirchlichen Messe teilnahmen. Interessant war ebenfalls das Verhalten der Eltern im Hinblick auf die Erziehung ihrer Kinder zu sehen. Diese würden später die neue Generation prägen. Die Eltern meiner Freunde übertrugen genau die gleichen Werte, die sie von ihren Eltern übernommen haben, weiter an ihre Kinder. Dadurch werden in den meisten Fällen weiterhin diese (recht konservativen) Werte von meiner Generation in die nächste übertragen. Es scheint, als ob es bis zum heutigen Tag, keinen prägenden gesellschaftlichen Umbruch in Polen gäbe. Ob dies negativ oder positiv erscheint ist höchst subjektiv, jedoch verhindert es, meiner Meinung nach, die Möglichkeit Offenheit zu schaffen. Die fehlende Offenheit gegenüber dem Neuen war sehr deutlich im Hinblick auf die Feindlichkeit gegenüber den Deutschen und Deutschland zu bemerken. Mehrmals wurde ich von polnischen Schülern mit Hitler-Assoziationen in Verbindung gebracht. Selbst deutsch als Sprache war das meist verachtete Fach der Schüler (ganz anders Englisch oder Französisch). Ein unkontrollierbarer polnischer Nationalismus kam über die Jahre zum Vorschein, der weder von Lehrern noch Eltern korrigiert wurde. Vielleicht, weil er von ihnen übernommen wurde? Homophobie, Rassismus, Antisemitismus und Intoleranz sind ebenfalls aktuelle Themen mit denen Polen stark zu kämpfen hat. Ich hatte den Eindruck, dass die polnische Gesellschaft durch die starke Verbundenheit zu traditionellen Werten, auf der Stelle steht. Nur wenige meiner Freunde verließen das Land, gar die Stadt in der sie mit mir zusammen vor dreizehn Jahren aufwuchsen. Dies liegt nicht unbedingt an der materiellen Situation, sondern vielmehr an dem

fehlenden Drang nach einem Novum, nach dem Erkunden von Europa, oder der Welt zu verspüren. Mit achtzehn Jahren entschied ich mich, im Gegensatz zu meinen Freunden, das Land zu verlassen und zurück nach Deutschland zu kehren um dort mein Studium zu beginnen. Zu diesem Zeitpunkt sah ich keine großen Vorteile mein Studium an einer polnischen Universität zu absolvieren.

Genauso wie die Nachteile sehe ich jedoch ebenfalls die großen Möglichkeiten, die Polen als Staat und als Nation hat. Wie ich bereits erwähnte, versuche ich stets in einer unparteiischen „Schiedsrichterfunktion“ zwischen beiden Länder aufzutreten und möchte an dieser Stelle die Möglichkeit, sämtliche positiven Seiten der polnischen Nation anzumerken, nicht missen. Polen ist ein Land, das sich vor allem ökonomisch hervorragend entwickelt und eine wichtige Rolle in der Europäischen Gemeinschaft spielt. Und genau anders herum ist die EU ist für Polen der wichtigste Handelspartner, den sie weltweit haben. Die polnische Land- und Lebensmittelwirtschaft ist immer noch das entscheidende Vorzeigeprodukte des Landes (vgl. FRANZMEYER; WEISE 1996, S. 162).

Die hervorragend ausgebildeten jungen Menschen bilden ein weiteres bedeutendes Element im Land. Schon in der Schulzeit gehört die Bildung für jungen Polen zu einem wichtigen Baustein im Leben. Mittlerweile studiert jeder zweite Abiturient an einer Universität. Studienangebote mit technischem Fokus liegen im Trend und Universitäten können sich kaum vor dem Andrang der Studieninteressenten retten. Für die Technische Universität in Warschau gab es schon 2011 1718 Interessenten auf 50 Plätze in der Studienrichtung Ökonomie/Management (vgl. TANSKA 2012). Der große Andrang wird unter anderem daran liegen, dass ein Studium in Polen nach wie vor kostenfrei bleibt.

Insbesondere Krakau und die Hauptstadt Warschau stehen im Fokus des internationalen Geschehens. Zwei sehr verschiedene Städte, mit verschiedenen Prioritäten. Krakau setzt vor allem auf sein beachtliches kulturelles Erbe, wo hingegen Warschau zu Weltmetropole avanciert, die heutzutage mit Leichtigkeit mit vielen Europäischen Großstädten verglichen werden kann. 2009/2010 hatte ich die Möglichkeit ein Jahr an der Universität Warschau zu studieren. Ich erlebte die Stadt als unglaublich Aufgeschlossen und weltoffen. Ganz anders als die Dreistadt (Gdańsk, Sopot, Gdynia) im Norden in der ich aufwuchs. Viele internationale Konzerne und Firmen haben heutzutage einen Firmenzweig in Warschau und kreieren somit gewissermaßen die Offenheit, die schnelle westlich orientierte Entwicklung und die positive Veränderung der Stadt.

Unter Berücksichtigung meiner Vergangenheit, der Nähe zu Polen und der wissenschaftlichen Verbundenheit mit dem Thema Medien, fiel es mir nicht schwer mich für das Thema meiner

Bachelorarbeit zu entscheiden. Als Repräsentantin der polnischen Nation ist es mir wichtig in dem Gebiet der Medien so viel Expertise wie möglich anzueignen. Das Schreiben der Bachelorarbeit über das polnische Mediensystem ist ein günstiger Zeitpunkt um eine ausgeprägte Analyse der Funktionsweise der Medien durchzuführen.

Nach der Einführung möchte ich zunächst die rechtlichen Grundlagen, auf denen sich das polnische Mediensystem stützt, vorstellen. Regulationen des öffentlich-rechtlichen Sektors, der rechtliche Schutz der Presse und der Journalisten, sowie die bestehenden (veralteten) rechtlichen Grundlagen, welche die polnische Medienlandschaft normieren, sind Themenbereiche, mit denen ich mich beschäftigen möchte. Einen interessanten Einblick in die Kontroverse zwischen Rechtslage und Realität bieten Gespräche, die ich in Warschau mit dem Vorsitzenden des Journalistenverbands der Republik Polen – Jerzy Domański, führte. Einen besonderen Fokus möchte ich darüber hinaus auf die Entwicklung der Pressefreiheit setzen. Hierzu stütze ich mich auf Aussagen von Medienexperten, mit denen ich im Juni 2014 sprechen konnte. Zur genauen statistischen Erfassung der Daten bezüglich der Pressefreiheit nutzte ich die spezifische Dokumentation der internationalen Organisation „Reporter ohne Grenzen“. Im Weiteren Teil der Arbeit folgt die Analyse und Charakteristik der drei Hauptsäulen im polnischen Mediensystem: die polnische Presselandschaft, die Hörfunkanstalten in Polen und der polnische Fernsehmarkt. Ich konzentriere mich darauf, neben der Charakteristik, die Entwicklung der Pressefreiheit in allen Sektoren zu analysieren. Entsprechende polnische Literatur und die Erfassung von Online-Medien, erlaubt mir eine genaue Recherche aller Sektoren. Darüber hinaus stütze ich meine Arbeit auf Aussagen von polnischen Medienvertretern und Professoren, welche direkt an der Quelle agieren. Kompetente und vor allem ehrliche Aussagen über die Sachlage und Realität der Verfassung der Medien in Polen sind ausschlaggebend für diese Arbeit.

Abschließend möchte ich auf die Wachstumsmöglichkeiten der polnischen Medien eingehen. Nach der fundamentalen Analyse des Mediensystems wird die Möglichkeit bestehen, eine Prognose und Zusammenfassung aufzustellen. Darüber hinaus wird ein Ausblick in die Zukunft und die wünschenswerte Entwicklung polnischer Medien erfolgen.

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Einführung in das polnische Mediensystem | 7 |
| 2 | Rechtliche Grundlagen des polnischen Mediensystems | 12 |
| 2.1 | Geschichte der Pressefreiheit und der Rechtsordnung in den polnischen Medien | 12 |
| 2.2 | Die geltende Rechtslage des modernen polnischen Mediensystems | 14 |
| 3 | Medienkonzerne in Polen – die Verteilung der Medienmacht | 18 |
| 4 | Die polnische Presselandschaft | 20 |
| 4.1 | Der polnische Pressemarkt – ein Überblick | 21 |
| 4.1.1 | Tageszeitungen | 21 |
| 4.1.2 | Wochenmagazine | 26 |
| 4.2 | Journalismus in Polen | 29 |
| 4.3 | Entwicklung der Pressefreiheit in Polen | 32 |
| 5 | Der Hörfunk in Polen | 36 |
| 5.1 | Öffentlich-rechtliche Hörfunkanstalten in Polen | 37 |
| 5.2 | Private Hörfunkanstalten in Polen | 41 |
| 6 | Der polnische Fernsehmarkt | 46 |
| 6.1 | Öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten und die Eingrenzung der Pressefreiheit im Fernsehjournalismus | 49 |
| 6.2 | Private Fernsehanstalten | 53 |
| 7 | Zusammenfassung | 55 |
| | Literaturverzeichnis | 59 |

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abb. 1: Erste Ausgabe des „Tygodnik Solidarność“ vom 03.04.1981 | 9 |
| Abb. 2: Verkaufszahlen und Auflage der Tageszeitungen in Polen Juni 2014 | 21 |
| Abb. 3: Verkaufszahlen und Auflage der Tageszeitungen in Polen Januar 2013 | 22 |
| Abb. 4: Verkaufszahlen und Auflage der Wochenmagazine in Polen Mai 2014 | 26 |
| Abb. 5: Rangliste der Pressefreiheit 2014, ausgewählte Länder | 33 |
| Abb. 6: Titelbild der „Wprost“ Nr. 26, 23-29. Juni 2014 | 35 |
| Abb. 7: Finanzen der öffentlich-rechtlichen Hörfunksender in Polen und Deutschland | 41 |
| Abb. 8: Marktanteil der privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunksender in Polen | 42 |
| Abb. 9: Zuhörerdaten von „Radio Maryja“ nach Alter, Wohnort und Bildung | 45 |
| Abb. 10: Marktanteile der größten polnischen TV-Sender | 47 |

1 Einführung in das polnische Mediensystem

Das Jahr 1989 ist ein wichtiger Bestandteil der modernen polnischen Geschichte. Anfang dieses Jahres entwickelten sich durch die Regierungskritische „Solidarność“ (deutsch Solidarität) Bewegung zahlreiche Protestwellen im Land. Allein im Januar wurden 49 Streiks mit 15 Tausend Partizipanten registriert. In den folgenden Monaten hielten verschiedene Formen der Protestbewegungen an. Streiks, Petitionen und Arbeitsverweigerungen in einer Anzahl von rund 2200 wurden im folgenden Februar des Jahres 1989 registriert. Die Menschen protestierten für ein höheres Einkommen und waren ein Teil der Arbeiterbewegung. Im gleichen Monat begannen die Gespräche am „Runden Tisch“ in Warschau, welche in die polnische Geschichte eingingen. Sie symbolisierten den Übergang von der kommunistischen Volksrepublik Polen (seit 1944) in die demokratische Republik Polen (ab 1989). Die Partizipanten der Gespräche des „Runden Tisches“, welche vom 6. Februar bis zum 5. April 1989 stattfanden, waren in ein Oppositionelles- und ein Regierungslager gespalten. Auf der einen Seite standen die Führungskräfte der Volksrepublik Polen und auf der anderen waren die Arbeiterpartei „Solidarność“ und Vertreter der katholischen Kirche. Die Gespräche in Warschau hatten vor allem politische Reformen als Vorhaben. Sie resultierten schließlich in der Durchführung den ersten freien Wahlen in der Polnischen Republik im Juni 1989. In der zweimonatigen Zeit der Gespräche zwischen Regierung und Opposition in Warschau, spielten die polnischen Medien und die Pressefreiheit eine wichtige Rolle. Zu dieser Zeit wurde die polnische Medienlandschaft von der Polnischen Vereinigten Arbeiter Partei (PVAP) des kommunistischen Regimes reguliert. Die Medien räumten nach Wunsch der Regierung besonders viel Platz in der Berichterstattung für die Verhandlungen des „Runden Tisches“ ein. Von der Art und Weise auf welche die Berichterstattung Auseinandersetzungen zwischen Regierung und Opposition erfasste, hing zum größten Teil von der Wahrnehmung der Rezipienten ab. Die Regierung nutzte die Medien als populistisches Mittel der Kommunikation zwischen Partei und Bürger. Vorwiegend geschah dies um Unruhen, die im ganzen Land herrschten, zu schlichten. Doch dieses Ziel der polnischen Regierung wurde nie erreicht. Grund hierfür war unter anderem das geringe Interesse der Bürger an den politischen Verhandlungen. Die Bürger Polens nahmen an, dass sie auf das Ergebnis der Verhandlungen ohnehin keinen Einfluss nehmen konnten. Eine ebenso wenig positive Auswirkung auf die Meinung der Bürger hatte die politische Propaganda-Affäre und die Unterdrückung der Pressefreiheit in den Medien. Im April 1989 bereitete das polnische Innenministerium eine Analyse der Situation in den polnischen

Medien im Umfeld von Journalisten, Hörfunk- und Fernsehanstalten für General Jaruzelski auf. Die Beamten des Innenministeriums suchten folglich nach den Ursachen für zahlreiche fahrlässige Fehltritte von Journalisten. Diese führten der Regierung erhebliche Propaganda Schäden zu, was in der Desorientierung der Rezipienten resultierte. Der größte politische Schaden, welcher in der Analyse des Innenministeriums festgestellt wurde, war hingegen die im Umfeld der Journalisten herrschende Stimmung des Pessimismus, Zweifels und der Frustration. Journalisten wurden angeschuldigt die politisch-administrativen Ereignisse und Entscheidungen viel zu sorgfältig und kleinlich zu analysieren und zu untersuchen (vgl. IPN). Zu diesem Zeitpunkt herrschte in Polen im Prinzip keine Pressefreiheit im heutigen Verständnis des Begriffs. Der Journalismus, die Presse und der Rundfunk gelten in Deutschland als „vierte Gewalt“ und als unantastbar seit der Einführung des Grundgesetzes im Jahr 1949. Eine ähnliche Situation präsentiert sich im Polen der Zweitausender Jahre. In der polnischen Verfassung von 1997 gilt Artikel 14., der explizit die Pressefreiheit schützt und garantiert. Weiterhin medial relevant ist Artikel 54. Absatz 1., der die Meinungs- und Informationsfreiheit festlegt. Absatz 2., setzt darüber hinaus fest, dass eine Präventivzensur in den Medien und der Presse nicht stattfinden darf (vgl. KONSTYTUCJA RZECZPOSPOLITEJ POLSKI 1997).

Anders präsentierte sich jedoch die Situation in den Achtziger Jahren, in denen Gesetze von der Regierung nicht beachtet wurden, oder noch gar nicht rechtlich normiert waren. Schon als 1980 sich die „Solidarność“ Bewegung begann zu organisieren, war eines der wichtigsten Vorhaben die Gewährleistung einer freien Medienlandschaft. Vor 1980 wurde das Mediensystem vorwiegend von staatlichen Organen gestaltet. Ein wichtiges Element waren ebenfalls durchgeführte Praktiken und Regeln, die aus der Führungsweise der kommunistischen Parteien hervorgingen (vgl. CHRUŚCIAK 2007, S. 8). „Solidarność“ plädierte später für eine unzensurierte Presse und deren unabhängige Präsenz in der polnischen Medienlandschaft. Diese wurde bis dahin als propagandistisches Mittel der PVAP genutzt und von dieser kontrolliert. Die lokalen und zentralen Zeitungen wurden von den Machthabern dafür genutzt, sich in einem möglichst guten Licht darzustellen und die Arbeiterbewegung von der Berichterstattung auszugrenzen. Schon bald forderte die Gewerkschaft im Protest die Herausgabe einer eigenen landesweiten Wochenzeitung. Nach drei Monaten Verhandlungszeit gab schließlich das Politbüro der PVAP die Forderung nach einer unabhängigen Wochenzeitung – „Tygodnik Solidarność“ (dt. Wochenzeitschrift Solidarität) der Arbeitergewerkschaft frei. Das Blatt wurde, im Gegensatz zu den von der Regierung kontrollierten Medien, zum unabhängigen Informationsblatt für die polnischen Bürger. Die

Redaktion bereitete Analysen politischer und kultureller Phänomene auf und informierte über wichtige Ereignisse und Entwicklungen (vgl. VETTER 2014 S. 148).



Abb. 1: Erste Ausgabe des „Tygodnik Solidarność“ vom 03.04.1981 (Quelle: <http://www.wszechnica.solidarnosc.org.pl>)

Die erste Ausgabe im DIN A2 Format (Abbildung 1) erschien am 3. April 1981 mit einer Auflage von 500.000 Exemplaren. Heutzutage wird das Wochenblatt nach wie vor herausgegeben und ist vorwiegend an die Arbeitergemeinschaft gerichtet. Es dient der Information über Wirtschaft und der aktuellen Geschehnisse. Die aktuelle Auflage beträgt 20.000 Exemplare pro Ausgabe (vgl. SOLIDARNOŚĆ). In der Zeit des Kriegszustandes zwischen 1981 und 1983 wurde die Produktion des Oppositionsblattes vorübergehend nach der 37. Ausgabe eingestellt (vgl. TYGODNIK SOLIDARNOŚĆ).

Nach den Verhandlungen des „Runden Tisches“ in Warschau und den ersten freien Parlamentswahlen am 4. Juni 1989 erfolgte in Polen die Zeit der politischen und strukturellen Veränderung. In dieser Zeit formte sich in Polen langsam ein demokratisches System, geprägt durch Veränderungen, welche ein solches System charakterisieren (vgl. SONCZYK 1999, S.5). Die „Solidarność“ Bewegung stellte einen wichtigen Baustein in der Formierung dieser Demokratie dar. Neben den ersten freien Wahlen, kam es unter anderen zu medialen Veränderungen im Land:

„Der Opposition wurde zugestanden, den „Tygodnik Solidarność“ als Wochenzeitung der „Solidarität“ wieder herauszugeben. Weiterhin verständigte man sich darauf, einer unabhängigen Gruppe von Verlegern die Möglichkeit zu geben, eine Tageszeitung auf den Markt zu bringen. Andererseits vermochte es die Opposition nicht, das Monopol der PVAP in Fernsehen und Hörfunk wirklich aufzubrechen. Sie erhielt lediglich Sendezeiten von 30 Minuten im Fernsehen und 60 Minuten im Hörfunk.“ (VETTER 2014, S. 241)

Mit dem Umbruch im Jahr 1989 formierte sich in Polen in den Neunziger Jahren eine neue Medienlandschaft. Im Rahmen dieses Prozesses entstanden grundsätzliche Änderungen, die bis heute fortfahren. Die polnischen Massenmedien unterlagen neuen Regelungen, die sich aus der Entstehung einer neuen sozialen Struktur – von Kommunismus zu Demokratie – entfalteten. Diese Veränderungen entstanden nicht nur aus politisch-kulturellen Gründen, sondern ebenfalls aus der Umwandlung der Gesellschaft. Eine große Rolle in diesem Prozess spielten die wachsenden Ansprüche und Erwartungen der Rezipienten. Ohne Zweifel waren Medien keine Informationsquelle mehr, die nur von einer geringen Gruppe von Fachleuten, welche die Medien als eine Quelle wissenschaftlicher und sozialer Untersuchungen betrachteten, genutzt wurde. Ferner fungierten Medien nicht mehr lediglich als Mittel, welches vorwiegend von politischen Vertretern und Parteien zu propagandistischen Zwecken und Wahlkampagnen genutzt wurde (vgl. SONCZYK 1999, S. 5).

Vielmehr wurde für neue Gesichter in den polnischen Medien Platz gemacht. In den Fernseh- und Hörfunkanstalten dominierten nun junge Journalisten, darunter einer der bekanntesten polnischen Journalisten heutzutage – Tomasz Lis. 1990 begann er als 24-Jähriger Absolvent des Studienganges Journalistik an der Warschauer Universität im Programm des Ersten Polnischen Fernsehens seine Karriere. Diese entwickelte sich über Jahre und führte schließlich zu seiner eigenen Politsendung im polnischen Fernsehen (vgl. TVP).

Journalisten, die zur Zeit der polnischen Volksrepublik in den Medien arbeiteten, wurden in der neuen medialen Realität nicht mehr als journalistische Vorbilder angesehen (vgl. KUCHARSKI 2014).

Die lokale Presse begann sich ebenfalls schnell zu entwickeln. Es entstanden neue regionale Blätter, die den Bürgern die Möglichkeit boten an der Lokalpolitik teilzuhaben und politische Entscheidungen transparenter zu gestalten. Die Gesellschaft konnte nun, dank der Präsenz von Politikern und der Regierung in den Medien in einer Kontrollfunktion auftreten.

Hörfunk und Fernsehen dienten nun vermehrt als Informationsquelle für die Gesellschaft. Das politische, soziale und kulturelle Interesse schien in der polnischen Gesellschaft zu steigen. Die polnischen Medien prägten ihre Nation nach 1989 nachhaltig. Sie veränderten nicht nur den Lebensstil, sondern stellten vielmehr gesellschaftliche Standards und Normen auf. Sie nahmen Einfluss auf das Arbeitswesen, darauf wie Menschen ihre freie Zeit verbrachten, das

soziale und politische Leben und das Bildungssystem der neuen Generation. Die Medien diktierten womöglich sogar das Tempo und die Art und Weise auf welche sich die Gesellschaft entwickelte (vgl. SONCZYK 1999, S. 6).

Obwohl heutzutage sich die polnischen Medien zu einem starken gesellschaftlichen Instrument entwickelt haben und insbesondere die Presse in der Rolle eines meinungsbildenden Organs fungiert, ist die Qualität der polnischen Medien trotz ihrer schnellen Entwicklung weiterhin von westlichen (unter anderen deutschen) Standards entfernt. Die journalistische Arbeit wird nicht gefördert, noch von der Gesellschaft als ein wichtiger Bestandteil eines demokratischen Staates gesehen. Reguliert durch ein archaisches Presserecht aus dem Jahr 1968, hat die polnische Presselandschaft keine Möglichkeit an einer Entwicklung teilzunehmen und sich westlichen Standards anzupassen. Wichtige Themen wie Pressefreiheit, Zensur, ein geregeltes Einkommen sowie die Rechte von Journalisten kommen zu kurz und sind nicht mit den vorhandenen Regelungen in den westlichen Nachbarländern vergleichbar. Es wacht kein unabhängiges Organ über den polnischen Medien und es wird in absehbarer Zeit wahrscheinlich auch nicht zu einer Entstehung eines solchen kommen. Zwar existieren Journalisten-Verbände, doch können diese nicht mit der Funktionsweise eines Deutschen Journalisten-Verbandes verglichen werden.

Polen ist ein Land, in dem sich die Medienlandschaft nach 1989 gänzlich gewendet hat, jedoch mit dem raschen Wandel womöglich augenblicklich nicht zurecht kommt. Westliche Standards werden krampfhaft aufgenommen und vor allem stark in der Presselandschaft umgesetzt. Der polnische Medienmarkt wird seit den Neunziger Jahren von deutschen Medienhäusern dominiert. Die polnischen Verlage verloren zu dieser Zeit schnell an Bedeutung. Sie wurden durch Konzerne wie Axel Springer, Burda Media, Bauer und die Verlagsgruppe Passau ersetzt. Eine fortlaufende mediale Entwicklung, die verzweifelt auf neue rechtliche Regulierungen wartet. (vgl. DOMAŃSKI 2014)

2 Rechtliche Grundlagen des polnischen Mediensystems

Im Folgenden werden die Entwicklungen der polnischen Gesetzgebung und der Pressefreiheit im Hinblick auf die Medien erläutert. Zunächst erfolgt eine Darstellung der rechtlich relevanten Ereignisse seit den Achtziger Jahren, anschließend wird die aktuelle Rechtslage der polnischen Medien beleuchtet. Die Entfaltung der Pressefreiheit spielt eine bedeutende Rolle während der Gesetzesänderungen und Erneuerungen von 1980 bis hin zur ersten Verfassung unter einer demokratischen Staatsordnung von 1997.

2.1 Geschichte der Pressefreiheit und der Rechtsordnung in den polnischen Medien

Der institutionelle Wandel in Polen ab 1989 war einer der meist bedeutenden in der modernen Geschichte des Landes. Im polnischen Parlament entstand der Senat und die Institution des polnischen Präsidenten wurde eingeführt. Darüber hinaus entwickelte sich der Nationale Justizrat (Krajowa Rada Sądownictwa), welcher sich aus einer Gemeinschaft mehrerer justizieller Organe zusammensetzt und unabhängig von der Regierung existiert. Diese Organe wachen über dem rechtmäßigen Funktionieren des polnischen Justiz-Systems, unter anderem auch über die Arbeit der polnischen Richter (vgl. KRS). Schon vor 1989 fanden wichtige Veränderungen des institutionellen Systems statt. Zum einen waren dies die Berufung des Obersten Verwaltungsgerichtes im Jahr 1980 und die gesetzliche Veränderung der Funktionsbereiche der Obersten Kontrollkammer. Wichtige neue staatliche Organe kamen ebenso 1982 hinzu. Darunter der Verfassungsgerichtshof der Republik Polen (Äquivalent in Deutschland ist das Bundesverfassungsgericht, das schon 1951 gegründet wurde) und das Staatstribunal. Ein weiteres neues Organ war der Menschenrechtsbeauftragte in 1987, der als ein konstitutionelles, unabhängiges Organ fungiert und über der Einhaltung von Bürgerrechten wacht (vgl. RPO).

Im Hinblick auf die polnische Medienlandschaft fanden schon früh nach den Verhandlungen des „Runden Tisches“ im Sommer 1989 wichtige Veränderungen statt. Diese Veränderungen garantierten freie Medien und die freie Äußerung von Meinungen in Wort und Schrift. Der Umfang der Zensur wurde minimiert – vor allem wurden die Regelungen, die zu einer Verweigerung einer Publikation führen konnten, begrenzt. Eine Chance für Verlage unabhängig zu arbeiten. Auch die Vorabkontrolle von Texten wurde begrenzt und der Zugang zu ausländischer Presse erhöht. Das Ende der PVAP im Jahr 1990 symbolisierte den Anfang eines nicht nur politischen Pluralismus, sondern auch eines medialen. Am 11. April 1990 trat

eine Erneuerung des Pressegesetzes in Kraft, die nun eine gänzliche Abschaffung der Zensur garantierte. Das neue Presserecht enthielt die Regelung, dass die Presse:

„(...) die Freiheit von Aussagen nutzt und das Recht der Bürger zu ihrer zuverlässigen Information über das öffentliche Leben, sowie der Kontrolle und gesellschaftlicher Kritik, verwirklicht.“ (CHRUŚCIAK 2007, S. 66)

Weiterhin ist die Presse:

„(...) zur rechtmäßigen Darstellung der besprochenen Geschehnisse verpflichtet.“ (CHRUŚCIAK 2007, S. 66)

Eine der wichtigsten Institutionen, welche während der strukturellen Veränderungen selbst keinerlei Erneuerungen unterzogen wurde, war die Polnische Presseagentur (Nachrichtenagentur), die ein zentrales Organ der staatlichen Verwaltung blieb. Es wurden wichtige organisatorische Veränderungen, wie ein Mitarbeiterwechsel vorgenommen. Die Idee dahinter war es, die Agentur und die Arbeitsmethodik von Journalisten zu modernisieren. Primär sollte von dem Modell der staatlichen Presseagentur zurückgewichen und eine öffentliche, unabhängige Nachrichtenagentur geschaffen werden (vgl. CHRUŚCIAK 2007, S. 66).

Die wichtigste Erneuerung im Jahr 1992 im Hinblick auf die Medien war die Berufung des Nationalen Hörfunk- und Fernsehates (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji). Dieser sollte dafür sorgen, dass Grundgesetze wie die Pressefreiheit und die Informationsfreiheit eingehalten werden. Es war ein äußerst wichtiger Schritt für die polnischen Medien in Richtung einer demokratischen Gesellschaft. Es entstand ein gänzlich von der Regierung unabhängiges neues Organ. Dieses hatte nun an erster Stelle die Aufgabe ein pluralistisches System für die elektronischen Medien zu gestalten. Darüber hinaus war der Nationale Rundfunkrat eine wichtige Institution, welche die Grundrechte der Menschen garantierte und dafür sorgte, dass eine freie Verbreitung von Informationen in Wort und Schrift verbreitet werden konnte. Die Veränderungen des institutionellen Systems brachten vorwiegend neue staatliche Organe zum Vorschein. Anfangs führte dies zu der Schwierigkeit, die neuen Organe im polnischen Verwaltungsapparat einzuordnen und ihren strukturellen Charakter festzustellen. Dieses Problem erfolgte gleicherweise bei der Klassifikation des Nationalen Hörfunk- und Fernsehates, der die Kompetenzen administrativen Charakters erhielt, gleichzeitig jedoch nicht in die Zusammensetzung der Verwaltungsstruktur des Staates miteinbezogen wurde. Der Gesetzgebungsprozess, der zur Stabilisierung der Verhältnisse führen sollte, dauerte im Falle des Hörfunk- und Fernsehates ganze zwei Amtszeiten des

Parlaments plus zusätzliche drei Jahre. Der Meilenstein dieses Prozesses sollte schließlich die Einführung des ersten Polnischen Grundgesetzes (Konstytucja) unter einer demokratischen Regierung im Jahr 1997 sein (vgl. CHRUSCIAK 2007, S. 9 ff.).

2.2 Die geltende Rechtslage des modernen polnischen Mediensystems

Das polnische Parlament bereitete über zwei Jahre hinweg Gesetzesprojekte bezüglich der normativen Funktionsweise des Nationalen Hörfunk- und Fernsehates auf. Deren Wirkung trat schließlich 1992 in Kraft und gilt bis heute. Das Gesetz, das die spezifizierten Regelungen des Hörfunk- und Fernsehates beinhaltet, ist das Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992. Dieses Gesetz beinhaltet Regelungen der Zusammensetzung des Rates – fünf Mitglieder, aus welchen zwei durch den Sejm (die polnische Volksvertretung), einer durch den Senat der Republik Polen und zwei durch den Präsidenten berufen werden. Weiterhin wird im Gesetz die Kadenzzeit der Mitglieder von sechs Jahren und weitere Regelungen zu der internen Struktur bestimmt. Die Verordnungen und Beschlüsse, die durch den Nationalen Hörfunk- und Fernsehrat verordnet werden, müssen mit einer 2/3-Mehrheit der Stimmen beschlossen werden. Darüber hinaus erstellt der Rat für den Sejm und Senat des polnischen Parlaments jedes Jahr einen Bericht über seine Tätigkeiten. Er bereitet aktuelle Informationen und Problemlagen im polnischen Rundfunk auf. Dieser Bericht kann im Nachhinein von Sejm und Senat durch einen Beschluss angenommen oder abgewiesen werden. Im Falle einer Abweisung kann die Amtszeit der Mitglieder innerhalb von vierzehn Tagen enden, soweit dieser Beschluss durch den Präsidenten bewilligt wird (vgl. KRRIT STATUS PRAWNY). Der Nationale Hörfunk- und Fernsehrat wacht über dem Recht der Meinungsfreiheit und dem Recht zur Information der Bürger. Der Rundfunkrat ist ein konstitutionelles Organ und findet somit seine rechtlichen Regelungen in der polnischen Verfassung (im polnischen Grundgesetz) vom 2. April 1997. Diese beinhaltet im IX Kapitel – „Organe der staatlichen Kontrolle und des Grundrechtsschutzes“, die Regelungen über die Tätigkeiten, Rechte und Pflichten des Rundfunkrates:

„Art. 213. 1. Der Nationale Hörfunk- und Fernsehrat wacht über dem Recht des freien Wortes, dem Recht der Information und dem öffentlichen Interesse im Rundfunk.

2. Der Nationale Hörfunk- und Fernsehrat verabschiedet Verordnungen und fasst Beschlüsse in individuellen Fällen.

Art. 214. 1. Die Mitglieder des Nationalen Hörfunk- und Fernsehates werden vom Sejm, Senat und den Präsidenten der Polnischen Republik berufen.

2. Ein Mitglied des Nationalen Hörfunk- und Fernsehates kann nicht einer politischen Partei, oder einer Gewerkschaft zugehören, oder eine öffentliche Tätigkeit, die nicht gänzlich mit der Funktion als Mitglied vereinbart werden kann, ausüben.

Art. 215. Die Regeln und die Verfahrensweise des Nationalen Rundfunkrates, ihre Organisation und ihre detaillierten Regelungen über die Berufung der Mitglieder, bestimmt das Gesetz.“ (KRRIT Art. 213, 214, 215 zitiert nach KRRIT STATUS PRAWNY)

Wie in dem Artikel 213.2. zu lesen ist, verfügt der Nationale Hörfunk- und Fernsehrat über eine normative Kompetenz, welche zu einer der wichtigsten des Organs gehört. Der Hörfunk- und Fernsehrat hat die Möglichkeit (die anfangs auf Skepsis und Kritik stieß) rechtmäßige Verordnungen und Beschlüsse zu erlassen. Die Rechtsverordnungen, die durch den Rundfunkrat erlassen werden, sind laut Verfassung als geltendes Recht anzusehen. Rezipienten dieser Verordnungen können natürliche sowie juristische Personen sein. Die gesetzmäßigen Verordnungen können nicht einmal durch die Exekutive – die polnische Regierung, aufgehoben werden. Nur Verordnungen, die eigenwillig durch den Vorsitzenden des Rates beschlossen wurden, können durch ein Organ der Exekutive – den Ministerrat (Rada Ministrów – neben dem Präsidenten das zweite Organ der Exekutive) aufgehoben werden. Der Nationale Rundfunkrat garantiert mit diesem unmittelbaren Einfluss in die Gesetzgebung die Gewährleistung von Menschenrechten, Bürgerrechten und der Pressefreiheit. Die Kompetenzen des Hörfunk- und Fernsehrates dürfen für Zwecke außerhalb seiner Kompetenzen nicht überschritten werden (vgl. CHRUSCIAK 2007, S. 248 ff.).

Am 16. Juli 2004 trat das Telekommunikationsgesetz in Kraft. Dieses ist das grundlegende nationale Gesetz, das die rechtlichen Rahmenbedingungen des Telekommunikationsmarktes in Polen festlegt. Es regelt sehr ausführlich die Rechte und Pflichten von Rezipienten und Unternehmern der Telekommunikationsbranche, die Regulierung der Märkte, sowie den Verbraucher- und Datenschutz im Hinblick auf die Privatsphäre. Darüber hinaus reguliert es die Rechte und Pflichten im Hinblick auf die nationale Sicherheit und die öffentliche Ordnung (vgl. KRRIT GŁÓWNE AKTY PRAWNE).

Ein weiteres Gesetz, welches am 25. April 2005 in Kraft trat, ist das Gesetz über die Rundfunkgebühren. Dieses setzt voraus, dass Gebühren im Sinne der Verwirklichung der öffentlichen Sendung des Rundfunks eingenommen werden. Artikel 2 des Gesetzes legt fest, dass für die Nutzung von Radio- und Fernsehgeräten Gebühren eingenommen werden. Folglich wird in Artikel 3 die Höhe der Gebühren festgesetzt. Diese betragen zunächst monatlich 5,95 PLN (1,40 €) für ein Radio. Weiterhin für einen Fernseher oder für ein Radio- und Fernsehgerät zusammen 18,68 PLN (4,50 Euro) im Monat (vgl. KRRIT USTAWA O OPLATACH ABONAMENTOWYCH 2005).

Das jüngste Gesetz, das in Polen im Bezug auf die Medien eingeführt wurde, ist das Gesetz zur Einführung des Digitalfernsehens vom 30. Juni 2011. Dieses Gesetz regelt die Einführung des digitalen Fernsehens in Polen und die Rechte und Pflichten von Anbietern und Sendern, über die ein solches Format nun zugänglich ist. Das Gesetz soll einen fließenden Übergang von dem analogen Fernsehen in das digitale Angebot gewähren. Es betrifft die öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt „Polnisches Fernsehen AG“ („Telewizja Polska SA“), darin die landesweiten Sender „TVP1“, „TVP2“ und ihre regionalen Sender, sowie die Privatanstalten „Polsat“ (an der die Axel Springer AG Anteile besitzt), „TVN“, „Polskie Media“ und „Puls“ Fernsehen. Das Gesetz fordert von den Fernsehanstalten unter anderem die Verbreitung von Informationskampagnen für ihre Rezipienten zu der Umstellung von dem analogen zu dem digitalen Fernsehsystem.

(vgl. KRRIT USTAWA O WDROŻENIU NADZIEMNIEJ TELEWIZJI CYFROWEJ 2011).

Eines der wichtigsten und gleichzeitig ältesten geltenden Mediengesetze ist das polnische Presserecht vom 26. Januar 1984. Weder in den Zeiten der Polnischen Volksrepublik noch in denen des Kriegsrechtes bestand ein einheitliches komplexes Gesetz, das die Rechte von Journalisten und Medien regulierte. Lediglich Verordnungen oder Bestimmungen ohne offiziellen und gesetzlichen Charakter, arrangierten in der Nachkriegszeit die journalistische Arbeit und die Massenmedien. Erst in den Achtziger Jahren wurden gesetzliche Schritte vorgenommen um den Medienbereich normativ und einheitlich zu regulieren. In den Jahren 1981-1982 entstanden zunächst zwei Gesetzesvorschläge, die von Seiten der „Solidarität“ Bewegung und des Ministeriums für Gerechtigkeit eingeleitet wurden. Schließlich nahm das Parlament diese 1984 als Presserecht an. Bis heute unterlief das Recht fünf Mal einer Erneuerung und Änderung, zuletzt im Jahr 1996. Es ist eines der wichtigsten und ausführlichsten Gesetzesakte des polnischen Mediensystems (vgl. SONCZYK 1999 S. 25). Trotzdem stößt das Gesetz vor allem in Journalistenkreisen auf viel Kritik und der Wunsch nach einer Modernisierung scheint groß.

Das Pressegesetz regulierte noch zu Beginn, kurz nach seiner Entstehung in dem Artikel 8 wer einen Verlag gründen und führen darf. Darunter fielen explizit: Juristische und Natürliche Personen, staatliche Organe, Staatsbetriebe, politische Organisationen, Gewerkschaften, Genossenschaften, soziale Organisationen, die Kirche und andere Glaubensverbände. Um einen Presstitel herauszubringen mussten zusätzliche Anlagen erbracht werden. Es musste ein Titel, der Sitz mit genauer Adresse, die Daten des Chefredakteurs, eine Programmlinie, die Themenrichtung des geplanten Titels, die Erscheinungsfrequenz, der Seitenumfang, das

Format, die Reichweite der Verbreitung und sogar die geplante Auflage angegeben werden. Nach dem „modernen“ Presserecht darf geradezu jeder polnische Bürger, der Verleger sein möchte, dies im Rahmen der geltenden Gesetzgebung tun. Darüber hinaus darf keinerlei Präventionskontrolle der herausgegebenen Presse erfolgen. Ein Verleger eines Magazins oder einer Zeitung ist dazu verpflichtet diese Tätigkeit in einem zuständigen Landesgericht anzumelden. Trotzdem verzichten viele, vor allem kleine Verlage auf diese Anmeldung. Im wichtigen zweiten Kapitel des Pressegesetzes, regelt der Gesetzgeber die Rechte und Pflichten von Journalisten. Artikel 10 stellt fest:

„die Aufgabe der Journalisten ist der Dienst für die Gesellschaft und den Staat. Der Journalisten hat die Pflicht rechtmäßig nach den Regeln der Ethik und dem gesellschaftlichen Zusammenleben im Rahmen der rechtlichen Grenzen zu agieren.“ (SONCZYK 1999, S. 30)

Darüber hinaus werden Journalisten daraufhin gewiesen den Redaktionsstatus und jegliche interne redaktionellen Bestimmungen zu befolgen. Weiterhin stets eine Sorgfalt und Redlichkeit bei der journalistischen Arbeit mit Pressematerial einzuhalten, die Quellenangabe zu beachten und das leibliche Wohl von Informationsquellen zu schützen (besonders in Fällen von Kritikäußerung) (vgl. SONCZYK 1999, S. 31).

Das sechste Kapitel des Pressegesetzes enthält einzelne Anmerkungen über die Pflichten von Redaktionen, die diese gegenüber staatlicher Regierungsorgane haben. Dies betrifft den Fall in welchem staatliche Behörden Informationen, die alle Bürger betreffen, publizieren möchten. Eine Redaktion muss solche Informationen veröffentlichen und darf keine Vergütung für eine solche Leistung verlangen. Eine solche amtliche Meldung wird von dem Pressesprecher der Regierung an die Redaktion geschickt, mit dem Kommunikat, dass diese Veröffentlichung Pflicht sei. Die gleiche Regelung betrifft ebenfalls die Lokalpresse. Dieses Regierungsmaterial muss zu dem von der Regierung bestimmten Zeitpunkt gedruckt werden. Die Inhalte dürfen von der Redaktion nicht verändert werden und sogar Anmerkungen oder Widersprüche zu diesen Inhalten können nicht veröffentlicht werden. Im 6. Artikel des Pressegesetzes geht der Gesetzgeber auf die Kritikfunktion der Presse ein:

„Der Presse darf die Sammlung von kritischen Materialien nicht erschwert werden oder in einer anderen Form die Kritik unterdrückt werden.“ (PRESSEGESETZ 1984 Art. 6, Pkt. 4)

Außerdem droht das Gesetz im Fall einer Erpressung von Journalisten zur Veröffentlichung oder der Enthaltung von der Veröffentlichung bestimmter Materialien oder Texte mit einer dreijährigen Freiheitsstrafe. Weiterhin droht demjenigen eine Freiheitsstrafe, der die Pressekritik versucht zu verbieten oder zu unterdrücken. Diese Gesetze haben einen positiven

Einfluss auf die polnische Presselandschaft und den Schutz und die freie Meinungsäußerung von Journalisten. Vor allem jedoch auf den Schutz der Pressefreiheit in Polen (vgl. PRESSEGESETZ).

3 Medienkonzerne in Polen – die Verteilung der Medienmacht

Im Jahr 2013 zählt der polnische Medienmarkt zu einem der größten in Europa. Mit einer Anzahl von rund 600 Fernseh- und Hörfunkprogrammen ist der polnische Markt, nach dem der Niederlanden und Deutschlands, Europas drittgrößter. Zahlreiche Rundfunkprogramme werden von 39 Millionen Rezipienten über Antenne, Kabel, und Satellit empfangen. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Faktoren gewähren eine schnelle Entwicklung des Medienmarktes in Polen (vgl. LÄNDER ANALYSEN 126, S.2). Zum einen ist dies ab 1989 der Wunsch nach einer Modernisierung der Medien und der Anpassung an westliche Standards. Zum anderen sind es wirtschaftliche Faktoren, die es dem polnischen Medienmarkt erlauben sich schnell und konstant zu entwickeln. Seit dem Beitritt Polens in die Europäische Union im Jahr 2004 erlebte das Land einen wirtschaftlichen Aufstieg, wie es kaum ein anderes Land in Europa schaffte. Und auch zukünftig erwartet die Weltwirtschaftsbank ein jährliches Wachstum von 3 Prozent und eine Verdoppelung der Wirtschaftsleistung bis 2030 (vgl. ASTHEIMER 2014). Dessen ungeachtet bleibt Polen wirtschaftlich stets abhängig von Deutschland oder sieht das Nachbarland vielmehr als seinen wichtigsten Handelspartner. Dies spiegelt auch der polnische Medienmarkt wider. Zahlreiche führende deutsche Medienhäuser und Verlage begannen in den neunziger Jahren ihre Expansion nach Polen. Ob sie damals schon ahnten, welchen Erfolg sie damit eine Dekade später aufweisen werden, ist ungewiss. Bestätigt wurden jedoch die Hoffnungen nach einem gelungen Expansionsstart. Deutsche Publikationen werden in Polen gut angenommen und finden die passenden Rezipienten für ihre Produkte.

Um jedoch den polnischen Medienmarkt und seine Funktionsweise besser verstehen zu können, bedarf es einer Erläuterung über die Spaltung dieses Marktes. Der polnische Medienmarkt ist in eine linksliberale und eine konservative Medienmacht geteilt. Die linksliberale Seite wird von der führenden polnischen Tageszeitung „Gazeta Wyborcza“ (dt. Wahlzeitung) und dem privaten Fernsehsender „TVN“ dominiert. Auf der konservativen Seite stehen die national-katholische Tageszeitung „Nasz Dziennik“ (dt. Unsere Tageszeitung), die konservative Wochenzeitung „Gazeta Polska“ (dt. Polnische Zeitung) und das katholische

Radio „Radio Maryja“ sowie der katholische Fernsehsender „Telewizja Trwam“. Vor allem im konservativen Teil des Marktes lässt sich ein deutlicher Rückgang der Leserschaft der polnischen Presse aufweisen. Rezipienten der konservativen Presse sind vorwiegend Wähler der nationalkonservativen Partei „PiS“ – „Prawo i Sprawiedliwość“ (dt. Recht und Gerechtigkeit). Gestärkt wird der konservative Mediensektor und die „PiS“ Partei durch den neuen Informationskanal „TV Republika“, der 2013 in den Markt einstieg. Der Hauptteil des polnischen Pressemarktes gehört der sogenannten „großen Vier“, der von deutschen Medienkonzernen angeführt wird. Darunter die Bauer Media Group, Polskapresse – Verlagsgruppe Passau, Axel Springer Polska und Agora, welche als einzige Verlagsgruppe eine inländische ist. Den größten Anteil im Bereich der Tageszeitungen hält der Axel Springer Konzern. Dahinter folgen Polskapresse auf Platz zwei und die polnische Agora Gruppe auf dem dritten Platz. Eine andere Situation, die aber nach wie vor von deutschen Konzernen dominiert wird, präsentiert sich im Zeitschriftenmarkt. Hier führt Bauer mit über 50 Prozent Marktanteil das Ranking an, gefolgt von Burda und Axel Springer (vgl. LÄNDER ANALYSEN 126, S.4).

Im Hinblick auf den polnischen Radiomarkt dominieren hier zwei große private Hörfunksender. Seit Jahren kämpfen um die 24,3 Millionen Radio Rezipienten und die Dominanz auf dem polnischen Hörfunkmarkt in Polen, die beiden Sender „RMF FM“ (dt. Radio, Musik, Fakten FM) und „Radio ZET“. Dennoch bleibt der landesweite Sender „RMF FM“ mit 25 Prozent Höreranteil im ersten Quartal von 2013 der beliebteste Sender in Polen. „Radio ZET“ erlangt im Vergleich lediglich 15 Prozent, was auf eine sinkende Popularität des Senders unter den Rezipienten und wenig erfolgreiche Marketingstrategien zurückzuführen ist. Hinter den großen privatrechtlichen Sendern folgt nach Anteilen am Hörermarkt mit 10,1 Prozent der öffentlich-rechtliche Sender „Polskie Radio“ (dt. Polnisches Radio), der ebenfalls landesweit ausgestrahlt wird. 2013 befindet sich Polen in der Phase des Übergangs vom analogen zum digitalen Fernsehen. Der Fernsehmarkt muss nun umdenken und sich neuen Herausforderungen stellen. Desgleichen wächst stetig der Zugriff auf das mobile Internet und die Anfrage nach mobilen Angeboten von Konsummedien ist groß. Auch im Fernsehmarkt beherrschen drei große Anstalten den polnischen Markt (vgl. LÄNDER ANALYSEN 126, S. 5). Der polnische Medienmarkt ist ein dynamisches Gerüst, der auf polnischen Medienkonzernen aufgebaut wurde und nun von deutschen Großunternehmen stabilisiert wird.

4 Die polnische Presselandschaft

Die polnische Presselandschaft verfügt über ein zweigeteiltes Institutionssystem der Medien. Zum einen sind dies Institutionen, mit denen der Konsument unmittelbaren Kontakt hat. Institutionen, die für den Rezipienten ein Medium definieren. Dies sind zum Beispiel Redaktion oder Herausgeber medialer Presseerzeugnisse, wie einer gedruckten Zeitung oder eines Magazins. Weiterhin sind diese Institutionen Fernseh- oder Radiosender, die mit einem Produkt, wie einer Sendung, oder Nachrichten zu ihren Rezipienten gelangen. Es kann sich hierbei sowohl um öffentliche, als auch private Angebote handeln – der Verbraucher entscheidet welche Medien er konsumieren möchte, welche er als geeignet und nicht geeignet ansieht und für welche er sein Geld ausgeben möchte. Zum anderen besteht der institutionelle Zweig des Pressesystems aus den Informations- und Distributionsunternehmen, mit denen der durchschnittliche Verbraucher wenig, bis gar nichts zu tun hat. Solche Institutionen sind zum einen Presseagenturen und zum anderen die Vertriebspartner von Verlagen und Pressehäusern, die für die Distribution der Presseerzeugnisse zuständig sind. Beides sind dies Institutionen, von deren Funktionsweise der Konsument nicht viel im täglichen Leben mitbekommt, dadurch aber nicht unwichtiger sind, als diese mit denen die Rezipienten direkten Kontakt haben. Um eine einwandfreie Arbeit der Presse garantieren zu können, ist jedoch primär ein funktionales System, von dem sie geleitet wird, ausschlaggebend. Die Abstimmung beider Institutionen aufeinander ist der Schlüssel zum Erfolg eines Pressesystems. Das Verhalten eines Elementes hat immer Einfluss auf das Verhalten des ganzen Systems. Schwer vorstellbar wäre jedoch im Falle einer Fehlfunktion eines Elementes, dass eines Tages keine Zeitungen mehr erscheinen, oder die Ausstrahlung von Nachrichten im Fernsehen nicht mehr stattfindet. Trotz dieses funktionierenden Systems, ist sowohl in Polen, als auch in Deutschland die Liquidation mehrerer Priesstitel in den letzten Jahren zu beobachten. Die Liquidation einer Zeitung, könnte auf eine Fehlfunktion oder ein schlecht aufeinander abgestimmtes elementares System zurückzuführen sein. Auf die korrekte Funktionsweise eines Pressesystems wirken darüber hinaus externe Faktoren ein. Gesellschaftliche, politische und rechtliche Umstände eines Staates haben großen Einfluss auf ein solches System. Ein Beispiel hierfür ist die Polnische Republik. Der Einfluss, der polnischen Volksrepublik vor 1989 verwirklichte seine Ideologien nicht nur in der Politik, sondern ebenso im Mediensystem. Mittlerweile ist die Unabhängigkeit der Presse per Gesetz festgelegt und darf nicht mehr durch politische Einflüsse reguliert werden. Dies betrifft vor allem die gedruckte Presse, die fast vollständig im privaten Besitz ist. Aktuell stützt sich in

Polen die Presselandschaft auf dem Markt der Konsumenten und der Werbegeber. Der Erfolg eines Blattes hängt nicht nur von einer zufriedenen Leserschaft, sondern viel mehr von den Finanzierungsmöglichkeiten eines Produktes ab. Es ist ein Kampf zwischen dem Erlagen von Werbeangeboten, Lesern und dem Bekämpfen der Konkurrenz (vgl. SONCZYK 1999, S. 13 ff.).

4.1 Der polnische Pressemarkt – ein Überblick

Mit einer Anzahl von 15 überregionalen Tageszeitungen, 22 regionalen Tageszeitungen und über 300 Wochenmagazinen (vgl. INSTITUT FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK), ist es schwer den ganzen polnischen Pressemarkt zu analysieren. Im Folgenden werden die gesellschaftlich relevanten Angebote des polnischen Pressemarktes analysiert.

4.1.1 Tageszeitungen

| Juni 14 | Gesamtverkauf | Print-Verkauf | E-Edition Verkauf | Auflage |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|----------------|
| Fakt | 314.203 | 313.959 | 244 | 434.434 |
| Gazeta Wyborcza | 167.287 | 165.298 | 1.989 | 245.753 |
| Super Express | 147.806 | 147.806 | 0 | 255.832 |
| Rzeczpospolita | 56.117 | 48.826 | 7.291 | 71.648 |
| Dziennik Gazeta Prawna | 46.691 | 37.362 | 9.329 | 63.256 |

Abb. 2: Verkaufszahlen und Auflage der Tageszeitungen in Polen Juni 2014
(Quelle: TELESKOP)

| Jan 13 | Gesamtverkauf | Print-Verkauf | E-Edition Verkauf | Auflage |
|-------------------------------|---------------|---------------|-------------------|---------|
| Fakt | 361.621 | 361.523 | 98 | 481.577 |
| Gazeta Wyborcza | 217.903 | 215.830 | 2.073 | 318.315 |
| Super Express | 159.278 | 159.278 | 0 | 262.676 |
| Dziennik Gazeta Prawna | 64.941 | 57.441 | 7.500 | 118.689 |
| Rzeczpospolita | 62.565 | 57.999 | 4.566 | 92.947 |

Abb. 3: Verkaufszahlen und Auflage der Tageszeitungen in Polen Januar 2013
(Quelle: TELESKOP)

Die Tageszeitung „Gazeta Wyborcza“

Mit den Verhandlungen des „Runden Tisches“ entstand die erste Ausgabe der bis heute führenden polnischen Tageszeitung – „Gazeta Wyborcza“ (dt. Wahlzeitung). Adam Michnik, der nach wie vor Chefredakteur des meinungsbildenden Blattes ist, nahm unmittelbar an den politischen Verhandlungen im Jahr 1989 teil. Zu dieser Zeit war er Mitglied der KOR (Komitee zur Verteidigung der Arbeiter), welche als intellektuelle Opposition der polnischen Regierung gegenüberstand. An den Verhandlungen des „Runden Tisches“ nahm er 1989 in der Rolle des Beraters von Lech Wałęsa teil und machte sich einen Namen als Dissident der Zeit des polnischen Umbruchs. Im Alter von 66 Jahren leitet Adam Michnik, der ebenfalls Essays im „Spiegel“ veröffentlichte, das historische Blatt bis heute (vgl. PUHL; NEEF 2013). Im Jahr 2014 verkündet die Wahlzeitung stolz auf ihrer Webseite:

„Gazeta Wyborcza“ ist die am liebsten gekaufte und gelesene meinungsbildende Zeitung in Polen. „Wyborcza“ ist für seine Leser eine solide Quelle des Wissens und eine wichtige Ebene der öffentlichen Debatte. Sie wird geschätzt und für die Qualität seines Journalismus, seine Innovation und für das gesellschaftliche Engagement und die Unterstützung der wichtigsten nationalen und regionalen Aktionen ausgezeichnet. Sie informiert, kommentiert, regt zur Diskussion an. Sie verändert sich schnell, so wie sich auch unser Leben und der Medienmarkt heute schnell verändert. Sie hat ihre treue Leserschaft und ihre verbissenen Gegner. Denn „uns ist es nicht gleichgültig““. (WYBORCZA 1)

„Gazeta Wyborcza“ hat laut eigenen Angaben einen Journalisten-Stab von 44 Angestellten, von denen viele anfangs aus dem Warschauer Untergrund kamen. Seinen Sitz hat die Zeitung, wie der Großteil der Medien, in Warschau. Die Tageszeitung wird in drei Druckereien, die auf das Land verteilt sind, gedruckt. Verlegt wird „Gazeta Wyborcza“ von der polnischen Verlagsgruppe Agora SA. Die Zeitung hat 22 regionale Ausgaben, wie zum Beispiel „Gazeta Wyborcza Trójmiasto“ für die Dreistadt im Norden des Landes. „Gazeta Wyborcza“ hat einen

Umfang von 24 bis zu 44 Seiten (je nach Erscheinungstag gibt es verschiedene Zusätze) und kostet von 2,50 PLN bis zu 2,90 PLN (0,60 Euro bis 0,70 Euro). Sie bietet neben der Printausgabe ein Online-Portal wyborcza.pl, eine mobile Tablet-App und eine E-Ausgabe (E-Paper) (vgl. WYBORCZA 2).

Trotz der historischen Relevanz, ist die „Wahlzeitung“ kein objektives Medium, sagt Jerzy Domański – Chefredakteur der Wochenzeitung „Przegląd“ und Vorsitzender des Journalistenverbandes der Republik Polen:

„Adam Michnik setzt Trends in der Zeitung und drängt seine Ansichten und Meinungen auf und „Gazeta Wyborcza“ schreibt darüber.“ (DOMAŃSKI 2014)

„Gazeta Wyborcza“ hat einen bedeutenden politischen Einfluss auf die Wahlen im Land. Sie steht hinter der liberal-konservativen „PO“ – „Platforma Obywatelska“ (dt. Bürgerplattform) Partei und zieht daraus ihre politischen Vorteile. Die Anzeigen der Zeitung sind ausschließlich mit Promotionen von staatlich-finanzierten Unternehmen der „PO“ Partei gefüllt. Auch der Vorsitzende der Polnischen Zentralbank – Marek Belka, hat einen Vertrag mit der Zeitung bezüglich ihrer Anzeigen. Die Leserschaft der Zeitung setzt sich aus anspruchsvollen Lesern zusammen, die jedoch lediglich eine Bestätigung ihrer eigenen Ansichten in gedruckter Form erwarten (vgl. DOMAŃSKI 2014).

Wie in den Abbildungen 2 und 3 zu sehen ist, sind die Verkaufs- und Auflagezahlen der „Gazeta Wyborcza“ gesunken. Lediglich die Anzahl der verkauften elektronischen Ausgaben konnte im Zeitraum vom Januar 2013 bis zum Juni 2014 um einige Exemplare (2.037) wachsen. Im Vergleich dazu, verkaufte laut der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) die Frankfurter Allgemeine Zeitung eine Anzahl von 15.772 E-Paper Exemplaren täglich im vierten Quartal 2013 (vgl. SCHRÖDER 2014). „Gazeta Wyborcza“ kämpft immer mehr mit den sinkenden Verkaufszahlen, und mit einem hohem inhaltlichen Qualitätsverlust der journalistischen Inhalte.

Die Tageszeitung „Fakt“

Axel Springer reagierte schnell auf den wachsenden Markt und die rasche Digitalisierung der Medienerzeugnisse in Osteuropa nach 1989 und traf die Entscheidung auch den polnischen Pressemarkt zu erobern. Bevor Axel Springer in Polen den Medienmarkt besetzen konnte, galt es zunächst die potenzielle Konkurrenz in Augenschein zu nehmen. Das deutsche Unternehmen konnte feststellen, dass In Polen nur 60 Prozent der Bürger eine Tageszeitung

lesen. Im Gegensatz zu Deutschland bleiben polnische Leser darüber hinaus nicht unbedingt einer Zeitung treu. Sie betrachten gerne das große Presseangebot und wechseln häufig ihre bevorzugten Zeitungen. Der signifikante Konkurrent für Axel Springer in Polen (im Bereich der Boulevardpresse) war, und ist immer noch, „Super Express“. Schon fünf Jahre nach dem Umbruch begann Axel Springer sein Monopol in Polen aufzubauen. 1994 gründete das Unternehmen die Tochtergesellschaft Axel Springer Polska. Zunächst startet Axel Springer im Jahr 2001 in den Magazinmarkt mit dem Wochenmagazin „Newsweek Polska“ mit der Lizenz der Newsweek Inc.. Bis heute hat das Magazin, welches sich mit den Themen Gesellschaft und Politik auseinandersetzt, eine hohe Leserquote und verkauft sich erfolgreich auf dem polnischen Markt. Was jedoch zum Umbruch in Polen führte, war 2003 die Herausgabe des Boulevard Magazins „Fakt“, welches als Äquivalent zu der deutschen „Bild Zeitung“ gegründet wurde. Axel Springer setzt auch in Polen auf optische Reize, große Schrift und Skandale. Um möglichst schnell an seine potentielle Leserschaft und Werbekunden zu gelangen trat Axel Springer mit „Fakt“ durch eine herausragend aggressive Strategie in den Markt ein. Das Blatt wurde zunächst für einen Zloty, was 0,25 Cent entspricht, verkauft. Der Konkurrent „Super Express“ reagierte panisch, verklagte Axel Springer ohne Erfolg wegen Verkauf unter Produktionskosten und senkte seinen Verkaufspreis von 1,60 Zloty ebenfalls auf 1,00 Zloty (vgl. SCHMID 2013, S.281 ff.).

„Fakt“ kam mit seiner Erscheinung im Jahr 2003 auf einen unvorbereiteten Pressemarkt. Anfangs war das Blatt sogar politisch orientiert. Später, zehn Jahre nach seiner Erscheinung, wandelte es sich in eine höchst Boulevard-Fokussierte Tageszeitung. Die Herausgeber von „Fakt“ zwangen durch ihre Dumpingpreise nicht nur die Konkurrenz zum Umdenken ihrer Strategie, die Einführung führte sogar zu einer Fluktuation von Journalisten zu „Fakt“. Diese kamen in Scharen zum Erfolgsblatt des deutschen Verlagshauses, da diese doppelt so hohe Löhne wie alle anderen Zeitungen boten. Kurz darauf wurden jedoch auch die journalistischen Kräfte unerschwinglich. Sie wurden zum Zeitpunkt, als sich das Blatt auf dem polnischen Markt behaupten konnte, kurzerhand entlassen. Polnische Qualitäts-Journalisten halten nur wenig von „Fakt“. Sie machen Axel Springer und die deutschen Konzerne, die nach 1989 auf den Markt eindringen, für den Zerfall des polnischen Pressemarktes verantwortlich (vgl. DOMAŃSKI 2014).

Die Tageszeitung „Dziennik Gazeta Prawna“

Nach dem enormen Erfolg und den hohen Verkaufszahlen der „Fakt“ Zeitung, traf Axel Springer 2006 die Entscheidung eine weitere Tageszeitung in Polen herauszubringen. In diesem Fall handelt es sich visuell und inhaltlich um eine Abbildung der deutschen „Welt Kompakt“. Die neue überregionale Zeitung „Dziennik“ (dt. Tageszeitung) verkauft sich wie der Vorgänger „Fakt“ mit Erfolg (Platz 3 der verkauften Tageszeitungen mit 259.000 Exemplaren) und hält somit zusammen mit „Fakt“ 44 Prozent des Marktes der überregionalen Tageszeitungen. „Dziennik“ sollte das Angebot von Axel Springer in Polen abrunden und war seit seinem Markteintritt an die gebildete Leserschaft gerichtet und damit als Konkurrent der „Gazeta Wyborcza“ in den Markt hereingegangen. Axel Springer plante junge, gebildete Menschen mit den Themen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und internationale Geschehnisse zu erreichen. Axel Springer wollte von Beginn an klar stellen, dass die Zeitung nicht von der Regierung beeinflusst wird und warb mit dem Slogan – „hinter uns steht kein Palast“, was an die links-orientierte „Gazeta Wyborcza“ und die konservative „Rzeczpospolita“ gerichtet war. Damit wollte Axel Springer vor allem liberale Leser, die sich weder links noch rechts orientieren, an sich heranholen (vgl. SCHMID 2013, S. 285 ff.).

Im September 2009 fusionierte „Dziennik“ der Axel Springer Polska Verlagsgruppe mit der „Gazeta Prawna“ (dt. Juristische Zeitung), die dem Wirtschaftsverlag Infor PL angehört und trägt nun den Namen „Dziennik Gazeta Prawna“ (dt. Tageszeitung Juristische Zeitung) (vgl. AXEL SPRINGER). Wie in den Abbildungen 2 und 3 zu sehen ist, macht das Blatt vor allem große Gewinne im Bereich der E-Paper Verkäufe. Dies ist im Vergleich zu den E-Paper Verkäufen von „Fakt“ vor allem auf die unterschiedlichen Rezipienten und deren verschiedene Ansprüche zurückzuführen.

Das kostenlose Presseangebot in Polen

Eine große Herausforderung für den polnischen Pressemarkt ist das Angebot der kostenlosen Presse. Viele Bürger verzichten auf den Kauf einer Tageszeitung und ersetzen dies durch den Griff zur kostenlosen Zeitung an der Metrostation oder der Bushaltestelle. Dies ist einer der Faktoren dafür, warum die Verkaufszahlen von Tageszeitungen in Polen sinken. Der Agora Verlag, der Herausgeber der „Gazeta Wyborcza“ ist, hat seine eigene Strategie entwickelt, in der er neben dem Haupttitel eine kostenlose Zeitung „metro“ auf den Markt brachte. Die Zeitung wird seit 2001 von Montag bis Donnerstag herausgegeben und ist vor allem an junge

Menschen, die in der Stadt leben, gerichtet (vgl. AGORA). Im Juni 2014 erreicht „metro“ eine Auflage von 206.308 Exemplaren (vgl. TELESKOP). Inhaltlich bietet die kostenlose „metro“ eine Auswahl an Pressemeldungen. Ein lukratives Geschäft, das seine Investitionen schnell durch seine Anzeigenmenge ausgleichen konnte. Schnell wurde klar, dass für die Herausgabe einer solchen Zeitung keine Journalisten nötig sind und lediglich ein kleines Team an Redakteuren Pressemeldungen weiterverarbeiten kann (vgl. ZBROŹEK). „Metro“ notierte dank seiner Anzeigen in der ersten Hälfte des Jahres 2012 einen Gewinn von rund 1,3 Millionen PLN (300.000 Euro), was über dem Durchschnitt des Pressemarktes liegt (vgl. RZECZPOSPOLITA 2012). Auch auf dem Markt der kostenlosen Presse bleibt ein Konkurrenzkampf nicht aus. Im Jahr 2005 veröffentlicht die Verlagsgruppe Polskapresse die kostenlose Zeitung „Nasze Miasto“ (dt. unsere Stadt). Sie verfolgen die gleiche Ideologie wie „metro“ und setzten vorrangig auf ein hohes Anzeigenvolumen (vgl. NASZE MIASTO).

„Nasze Miasto ist eine Zeitung, die leicht im Inhalt und modern in ihrer Form ist. (...) Sie ermuntert ihre Einwohner ihr Haus zu verlassen und ihre Zeit aktiv zu verbringen.“ (NASZE MIASTO)

Die Vorsitzende der kostenlosen Presse bei der Verlagsgruppe Polskapresse ist der Meinung, dass sich das kostenfreie Angebot auch in der Zukunft erfolgreich behaupten kann (vgl. RZECZPOSPOLITA 2012). Es ist ein Preis, den die Verbraucher und die Leserschaft mit der mangelnden Qualität der Inhalte und die Journalisten mit sinkenden Arbeitsangeboten zahlen müssen.

4.1.2 Wochenmagazine

| Mai 14 | Gesamtverkauf | Print-Verkauf | E-Edition Verkauf | Auflage |
|-----------------|----------------------|----------------------|--------------------------|----------------|
| Polityka | 124.923 | 115.983 | 8.940 | 177.008 |
| Newsweek | 120.786 | 115.491 | 5.295 | 184.846 |
| WPROST | 47.642 | 46.175 | 1.467 | 117.998 |

Abb. 4: Verkaufszahlen und Auflage der Wochenmagazine in Polen Mai 2014
(Quelle: TELESKOP)

Das Wochenmagazin „Polityka“

„Polityka“ (dt. Politik) zählt zu einem der modernen, westlich-orientierten Medien auf dem polnischen Pressemarkt. Wenn auch nicht direkt vergleichbar, ähnelt es dem deutschen Spiegel mit seiner links-liberalen Orientierung, den politisch relevanten Inhalten und dem investigativen Journalismus. Neben einem stets aktuellen Social Media Angebot veröffentlicht „Polityka“ ihre Artikel über ein E-Paper für Tablets und Smartphones. Die Geschichte der „Politik“ fing bereits 1957 an. Herausgegeben wurde „Polityka“ Ende der fünfziger Jahre durch Parteimitglieder der PVAP und fand ihre Redaktion im Kulturpalast in Warschau. Einer der bekanntesten Journalisten, Reporter und Autoren Polens, welcher bei der Wochenzeitung 1958 anfang, war Ryszard Kapuściński. 1961 folgte der Durchbruch – es gelang der Redaktion das Recht zur Publikation der Tagebücher von Adolf Eichmann zu erhalten. Neben der polnischen Wochenzeitung erhielt nur das „Life“ Magazin das Recht zum Drucken der Tagebücher. Die Verkaufszahlen stiegen innerhalb eines Jahres von einem guten Dutzend auf über 70.000 Exemplare. In den sechziger Jahren konnte „Polityka“ die intellektuelle Leserschaft der Ärzte, Anwälte, Lehrer, Professoren und Manager durch die Organisation von Veranstaltungen und Diskussionsrunden für sich gewinnen. Nach dem Umbruch konnte sich die Redaktion auch unter einer neuen Führung behaupten und fingt fast zehn Jahre später im Jahr 2008 mit der Expansion in den Medienmarkt an. Buch-, Musik- und Filmkollektionen wurden herausgegeben, Filme in Zusammenarbeit mit der BBC, Jazzkollektionen mit der Plattenfirma Blue Note und ein neues Projekt – „Polityka auf deutsch“ wird veröffentlicht. Ausgewählte Artikel der Wochenzeitung sind nun auf der Webseite von „Polityka“ in die deutsche Sprache übersetzt worden und stehen den deutschsprachigen Lesern zur Verfügung. Ein Jahr später eröffnet „Polityka“ zusammen mit der Warschauer Hochschule „Collegium Civitas“ eine weitere Hochschule, die ein Master-Studium der Philosophie des XX. Jahrhunderts anbietet. Weiterhin nimmt das erste europäische Angebot einer mehrsprachigen Online-Pressesammlung der wichtigsten Artikel, Kommentare, Reportagen und Analysen der Weltpresse – presseurop.eu seinen Anfang. Zuletzt veröffentlicht das politische Wochenblatt ein Analysezentrum – „Polityka Insight“, welches politisch-wirtschaftliche Analysen in polnischer und englischer Sprache aufbereitet (vgl. POLITYKA).

„Polityka“ prägt die Gesellschaft und gehört zusammen mit der Tageszeitung „Gazeta Wyborcza“ und der Konkurrenz, der Wochenzeitung „Newsweek Polska“, zu den elitären

Printmedien in Polen. Diese drei Titel verfügen über die Unterstützung ihrer Leserschaft (vgl. DOMAŃSKI 2014).

Das Wochenmagazin „Newsweek Polska“

Unter dem US-Amerikanischen Lizenzgeber Newsweek Inc. brachte das Unternehmen Axel Springer Polska 2001 das Wochenmagazin „Newsweek Polska“ heraus. Nichts wurde bei der großen Einführung des Magazins dem Zufall überlassen. Florian Fels, Verlagsleiter und Mitglied der Geschäftsführung von Axel Springer in Deutschland, betreut das Tochterunternehmen bei dem Verkaufsstart von „Newsweek Polska“ in Polen (vgl. PRINT.DE 2001). Schon ein Jahr nach seiner ersten Veröffentlichung feiert Axel Springer Erfolge mit dem Magazin. Eine durchschnittliche verkaufte Anzahl von 250.000 Exemplaren und die Auszeichnung als objektivstes Nachrichtenmagazin Polens bringen Axel Springer den nötigen Schub in den polnischen Markt (vgl. PRESSRELATIONS 2002). 2006 kam es im benachbarten Russland zum Eklat zwischen dem von Axel Springer herausgegebenen „Forbes“ Magazin und der russischen Milliardärin Jelena Baturina. Wegen Kritikäußerung an der politischen Vorgehensweise der Milliardärin, wurde die Herausgabe des betroffenen Titels gestoppt, was zur Empörung unter russischen Journalisten und dem Chefredakteur des dortigen „Forbes“ Magazins führte. Axel Springer Deutschland verzichtete auf jegliche Stellungnahme oder Klärung der Situation. Stattdessen musste das „Forbes“ Büro in New York mit einem verzweifelten Kommentar für die Veröffentlichung der Ausgabe eine diplomatische Lösung fordern. Die „Forbes“ Ausgabe wurde schließlich mit leichter Verspätung wider Willen der Oligarchien veröffentlicht und resultierte mit Drohungen und Bestechungsversuchen (vgl. HORNIG; SCHEPP; SCHIESSL 2006). Der Konflikt beeinflusste ebenfalls Axel Springer Polska und seine „Newsweek Polska“ sowie „Forbes Polska“ Redaktionen. Axel Springer wurde sich darüber hinaus im Klaren, dass nicht nur der Mutterverlag, sondern ebenfalls die Lizenzgeber großen Einfluss auf den Inhalt der polnischen (oder russischen) Ausgaben haben. Somit steht Axel Springer jederzeit in einem potentiellen Interessenskonflikt zwischen seinen Lizenzgebern, übernimmt trotzdem jegliche Risiken, was die Inhalte betrifft (vgl. SCHMID 2013, S. 291). Konkurrent im Bereich Magazine ist das Traditionsmagazin „Polityka“. Wie in Abbildung 4 zu sehen ist, erzeugen beide Blätter ähnliche Auflage- und Verkaufszahlen. Dies ist unter anderem auf eine vergleichbare Rezipientengruppe zurückzuführen.

Das Wochenmagazin „Wprost“

Wie auch die Konkurrenten „Polityka“ und „Newsweek Polska“ bietet das Wochenmagazin „Wprost“ (dt. Direkt) seinen Lesern eine Online-Ausgabe, sowie ein E-Paper. Im Gegensatz zu den beiden Konkurrenten erweist sich „Wprost“ durch moderne Erneuerungen. Das Wochenmagazin brachte eine Android und eine iPhone App auf den Markt. Mit ihrer hauseigenen Verlagsgruppe „Wprost“ bildet das Magazin eine unabhängige Redaktion für eines der wichtigsten meinungsbildenden Wochentitel in Polen. Laut des Institutes der Medienüberwachung war „Wprost“ im Jahr 2012 der am häufigsten von anderen Medien zitierte Titel im Land. Ein guter Indikator für die meinungsbildende Relevanz des Magazins auf dem polnischen Pressemarkt. Zunächst wurde „Wprost“ als gesellschaftlich-politisches Regionalmagazin im Umkreis von Poznan seit 1982 herausgebracht. Seit 1989 ist „Wprost“ ein landesweites Magazin mit einem Sitz in Warschau. Ein Ereignis, welches „Wprost“ publiziert und gerne von nationalen und internationalen Medien zitiert wird, ist die jeden Juni erscheinende Liste der einhundert reichsten Polen (vgl. WPROST).

Zuletzt erregte „Wprost“ internationales Medieninteresse durch die Veröffentlichung eines Abhörskandals, in welchen polnische Politiker verwickelt waren. Daraufhin wurde die Redaktion von dem Nationalen Sicherheitsdienst durchsucht (vgl. ADAM 2014). Eine detaillierte Analyse dessen erfolgt im Kapitel „Entwicklung der Pressefreiheit in Polen“.

4.2 Journalismus in Polen

„Eine Demokratie kann nicht ohne die Kontrollfunktion der Medien funktionieren, trotz aller Einwände haben wir diese auch bis vor kurzem noch erfüllt. Wird dies heute weiterhin möglich sein? Ich habe ernste Zweifel daran.“ (CIEŚLIK 2014)

Es gibt viele Probleme in der modernen Welt des Journalismus, welche die rechtmäßige Arbeit von Journalisten beeinflussen. Probleme, die nicht nur in Polen auftreten, sondern vielmehr ein aktuelles Phänomen im weltweiten Journalismus sind. Nicht zuletzt ist die Veränderung der medialen Welt darauf zurückzuführen. Der klassische Journalismus ist vom Aussterben bedroht. Rezipienten erwarten schnelle News und Multimedia Angebote. Immer weniger Menschen erwarten von Journalisten lange Texte, die kaum auf einem portablen Gerät zu lesen sind. Ein weiteres Problem, auf das Journalisten verstärkt in Polen treffen, ist die Korruption und die fehlende Objektivität des Journalismus. Ein Beispiel hierfür ist die Berichterstattung der Presse über die dubiose Finanzierung der polnischen Firma Amber Gold, welche sich über die Jahre 2012 und 2013 zog. Die Firma bezahlte Redaktionen mit

ihren Anzeigen, im Gegenzug wurde auf negative Berichte verzichtet. Ein Kampf um das fehlende Geld in vielen Redaktionen zum Preis journalistischer Grundsätze und der Sorgfaltspflicht. In der Konsequenz scheint es, als seien Journalisten nicht nur der Macht des Konkurrenzkampfes verfallen, sondern vielmehr der Macht der Verlage für die sie schreiben (vgl. ZBROŹEK 2013). Besonders in den Zeiten des polnischen „Fakt“ Regimes, den Zeiten des billigen Boulevardjournalismus, werden Medien vor allem als lukratives Geschäft gesehen:

„Das Auslassen über die Mission der öffentlichen Verantwortung ist geradezu leichtsinnig und beschämend, was zählt ist der Verkauf, der Medienrummel, Zitate, die Attraktivität der Publikation, vor allem die Fähigkeit Emotionen hervorzurufen.“ (BACZYŃSKI 2014)

Eine Ideologie des Boulevardjournalismus, die nun viele Pressemärkte und Massenmedien, vor allem jedoch den Fernsehjournalismus, dominiert. Ziel dieser Form von Journalismus ist das Erzeugen von Skandalen und der öffentlichen Empörung (vgl. BACZYŃSKI 2014). Um einen Ausweg aus diesem Dilemma und zurück zum Qualitätsjournalismus in Polen zu finden, müssen bestimmte Rechte der Journalisten gewährt werden. Strukturierte Journalistenverbände, wie analog in Deutschland der Deutsche Journalisten Verband, fehlen in Polen. Von dem Engagement in die Tarifpolitik, dem geregelten Einkommen, der Weiterbildung im Beruf oder dem Urheberschutz der Inhalte, wie es die deutsche Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten fördert (vgl. DJV), ist im Nachbarland nicht die Rede.

Zwar existiert der Polnische Journalisten Verband (Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich), eine traditionsreiche Vereinigung mit ihrem langjährigen Sitz in Warschau. Der Verband setzt sich stets für demokratische Rechte von Journalisten ein. Jedoch verfügt dieser nicht über den staatlichen Einfluss durch Gremien, den der DJV in Deutschland erreichen konnte. Der Polnische Journalisten Verband weist eine Anzahl von rund 2700 Mitgliedern und, ähnlich wie der DJV, Landesverbände an 16 verschiedenen Standorten vor. Der Polnische Journalisten Verband setzt sich die Unterstützung des journalistischen Schaffens, die Sorge um die journalistische Ethik und den Schutz der Rechte von Journalisten als Hauptziel. Ähnlich wie der DJV bietet das polnische Äquivalent rechtliche Beratung für Journalisten an. Diese setzt sich aus einem Rechtsberater zusammen, der die Journalisten in Fragen wie Arbeitsrecht, Urheberrecht, Presserecht und gerichtlichen Prozeduren berät (vgl. SDP).

Eine weitere journalistische Vereinigung ist der Journalistenverband der Republik Polen (Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polski). Dieser teilt sich den gleichen Sitz mit dem Polnischen Journalisten Verband im „Haus der Journalisten“ in Warschau. Der Verband

ist eine gesellschaftliche und berufliche Organisation für Journalisten, der nach 1989 aus dem früheren Journalistenverband der Polnischen Volksrepublik entstand. Mitglieder können Journalisten aus dem Inland und Staaten der Europäischen Union, die ein gültiges Aufenthaltsrecht in Polen besitzen und seit mindestens zwei Jahren journalistische Tätigkeiten als Hauptverdienst ausüben, werden. Seit 2008 dürfen ebenfalls Journalisten, die ihren Arbeitsbereich im Internet ausüben, als Mitglieder angenommen werden. Auf der Webseite, bietet der Journalistenverband der Republik Polen die Veröffentlichungen seiner eigenen Redaktion: Aktualitäten, Analysen, Feuilletons, Kommentare, Interviews, Rezensionen, Meldungen. Neben dem Polnischen Journalisten Verband und dem Journalistenverband der Republik Polen, verbleiben zwei weitere Journalistenverbände in Polen. Dies sind der Katholische Journalisten Verband und der Władysław Stanisław Reymont-Journalisten Verband (vgl. DZIENNIKARZE RP). 2012 formierte sich darüber hinaus der Journalisten Verein. Seweryn Blumstajn, ein langjähriger Journalist der „Gazeta Wyborcza“, formierte den Verein aus der Not heraus. Er sagte dem Polnischen Nachrichtenagentur (Polska Agencja Prasowa), dass es nicht mehr möglich sei im Umfeld der Journalisten zusammen zu arbeiten:

„Unter den Journalisten sind die politischen Aufteilungen eigentlich tiefer als unter den Politikern selbst. Politiker müssen noch miteinander arbeiten, wir müssen es nicht. Die Menge des Drecks welcher gegenseitig aufeinander geworfen wird, ist nicht mehr zu ertragen. Die einzige Möglichkeit irgendwie zu existieren, ist sich getrennt zu formieren und später untereinander zu sprechen. Zusammen können wir nicht mehr länger leben. In diesem Sinne ist der Polnische Journalisten Verband eine völlige Fiktion.“ (PRESS 2012)

Die Idee des Journalisten Vereins, ist ein geschlossener Club, in den neue Mitglieder nur nach der Zustimmung von mindestens der Hälfte der bisherigen Mitglieder aufgenommen werden können (vgl. PRESS 2012).

Die polnische Landschaft der Journalisten ist ein verfeindetes Milieu, geprägt durch den Kampf um die besten Geschichten, die günstigsten Arbeitskräfte und das beste Geld. Um eine Lösung für dieses Problem zu finden, muss ein Konsens zwischen den Journalisten stattfinden. Darüber hinaus benötigen polnische Journalisten ein politisch unabhängiges, staatliches Aufsichtsorgan (vgl. DOMAŃSKI 2014).

Die Gehälter von Journalisten in Polen sind im Vergleich zu Deutschland sehr niedrig oder gar nicht vorhanden. In Polen kann nur noch die Rede von Einzelfällen sein, in denen Journalisten in Redaktionen eingestellt werden. Die Redaktionen haben durch die niedrigen Verkaufspreisen der Presse keine finanziellen Mittel für die Bezahlung von Journalisten. Was den Redaktionen jedoch übrig bleibt, ist die Einstellung wissenschaftlicher Arbeitskräfte, der sogenannten „Experten“. Diese übernehmen Stellungnahmen und Kommentare in gedruckten

Artikeln. Eine kostengünstige Alternative, jedoch sicherlich keine Alternative zum Qualitätsjournalismus. Ein ernstzunehmendes Dilemma, dem polnische Journalisten zunehmend bevorstehen, ist das auftragsbasierte Einkaufen von journalistischer Arbeit – das sogenannte „outsourcing“. Auf die Festeinstellung wird bei dieser Methode verzichtet. Freie Journalisten oder externe Auftragsfirmen mit Redakteuren werden in der Presse, als auch im Rundfunk, für Reportagen, Features oder Artikel auftragsbasiert „eingekauft“ (vgl. DOMAŃSKI 2014).

4.3 Entwicklung der Pressefreiheit in Polen

Die polnische Geschichte spielt eine wichtige Rolle im Hinblick auf die Entwicklung der Pressefreiheit. Zum einen ist dies bereits das Jahr 1989, in dem die ersten freien Wahlen nach der Beendigung der Volksrepublik Polen stattfanden und dadurch grundlegende Gesetze der Meinungs- und Informationsfreiheit novelliert worden. Die Nation erlebte einen wichtigen Umbruch und auch Journalisten galten nun als unantastbar. Zum anderen gilt 2007 als ein markantes Jahr für die polnische Pressefreiheit. Nach der Rangliste zur weltweiten Pressefreiheit der Organisation Reporter ohne Grenzen von 2006 schnitt Polen miserabel ab. Auf Rang 56. lag Polen in diesem Jahr auf dem letzten Platz der Staaten der Europäischen Union. Dies ist nicht zuletzt auf die Regierung der national-konservativen Partei „Prawo i Sprawiedliwość“ (dt. Recht und Gerechtigkeit) der Brüder Kaczyński zurückzuführen. Seitdem diese an der Macht seien (vgl. BERLINER ZEITUNG 2007):

„(...) mehren sich die strafrechtlichen Verfolgungen von Medienleuten.“ (BERLINER ZEITUNG 2007)

Eine kuriose Fotozensur fand unter der Regierung von Jaroslaw Kaczyński im Jahr 2006 statt. Das polnische Presseamt veröffentlichte eine neue Richtlinie, die das Fotografieren des Premiers betraf: Jaroslaw Kaczyński dürfe nicht mehr von Seiten seines Profils aufgenommen werden. Einige Stunden später erklärte der Premier die Regelung persönlich als ungültig. Eine Fotozensur werde nicht stattfinden. In Deutschland reagierte der Deutsche Journalisten Verband mit harscher Kritik auf die dubiose rechtliche Verordnung in Polen (vgl. SPIEGEL 2006). Seitdem 2007 Donald Tusk die Rolle des Premierministers übernahm und den national-konservativen Kaczyński ablöste, folgte eine positive Veränderung der Situation der Pressefreiheit in Polen. Schon 2009 notierte die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ einen Fortschritt. Von Rang 56. im Jahr 2007 stieg Polen in 2009 auf Platz 37. weltweit (vgl. REPORTER OHNE GRENZEN 2009). 2010 belegte Polen dann den 32. Platz (vgl.

REPORTER OHNE GRENZEN 2010) und 2014 steht Polen nun auf Platz 19. vor Großbritannien, Frankreich und den USA, wie in der Abbildung 5 dargestellt (vgl. REPORTER OHNE GRENZEN 2014).

| Platz | Land | Region | Veränderung |
|-------|----------------|---------------|-------------|
| 1. | Finnland | Europa | 0 |
| 2. | Niederlande | Europa | 0 |
| 14. | Deutschland | Europa | 3+ |
| 19. | Polen | Europa | 3+ |
| 33. | Großbritannien | Europa | 3- |
| 39. | Frankreich | Europa | 1- |
| 46. | USA | Amerika | 13- |
| 127. | Ukraine | Europa | 0 |
| 154. | Türkei | Europa | 1+ |
| 179. | Nordkorea | Asien/Pazifik | 0 |

Abb. 5: Rangliste der Pressefreiheit 2014, ausgewählte Länder (Quelle: Eigene Grafik (REPORTER OHNE GRENZEN 2014))

Ein Ereignis, das europaweit für Medieninteresse sorgte, war die „Wprost“ Affäre im Juni 2014. Eine Affäre zwischen Staatsmacht und Pressefreiheit. Zwischen der Regierung und den Journalisten. Im Juni veröffentlichte das Wochenmagazin „Wprost“ Inhalte von zweierlei Tonaufnahmen. Zum einen waren dies Gespräche, die während eines Geschäftsessens zwischen dem polnischen Innenminister – Bartłomiej Sienkiewicz und dem Vorsitzenden der Polnischen Zentralbank – Marek Belka stattfanden. Ein Kellner des Warschauer Restaurants sorgte für die Tonaufnahmen, welche schließlich in die „Wprost“ Redaktion gelangen. In dem Gespräch werden die Bedingungen festgelegt, zu welchen die Polnische Zentralbank der regierenden Partei helfen könnte die nächsten Wahlen zu gewinnen. Eine Lösung der Bank war es, Geld hinzudrucken und den aktuellen Finanzminister abzubrufen. Weiterhin wurde besprochen wie man einen Unternehmer, der nicht kooperieren möchte, behandeln kann. Zum anderen war es ein Gespräch im gleichen Restaurant zwischen dem ehemaligen Minister für Verkehr und dem ehemaligen Vize-Finanzminister – dem aktuellen Vize-Vorsitzenden des Polnischen Erdöl Bergbaus und Gasindustrie. In diesem ist zu hören wie Sławomir Nowak, Andrzej Parafianowicz darum bittet der Steuerprüfung in der Firma seiner Ehefrau den Kopf abzureißen. Unklar bleibt jedoch wann genau die Aufzeichnungen erfolgten und wer davon

Gebrauch machen konnte, bis sie in die Redaktion gelangten. Die polnischen Staatsmächte schienen ratlos. „Wprost“ veröffentlichte das Material um den Staat zu beschützen (falls es vor der Übergabe des Materials zu Erpressungen kam) und nicht zum Schutz der polnischen Regierung. Der Premierminister Donald Tusk bat die Redaktion alle Materialien zu veröffentlichen. Ab diesem Zeitpunkt begannen Attacken auf die Redaktion des „Wprost“ Magazins. Neben Anschuldigungen des Putsches kam es am 18. Juni 2014 zur Durchsuchung der Warschauer Redaktion (vgl. LATKOWSKI 2014). Drei Agenten der „Agentur für Innere Sicherheit“, dem polnischen Inlandgeheimdienst (Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego), betraten im Juni die Redaktion und fordern alle Journalisten und Redakteure, die an der Abhöraffaire arbeiteten, in einen Raum. Darüber hinaus und vor allem, forderten sie die Herausgabe aller Tonträger, auf welchen die besagten Gespräche aufgezeichnet waren. Die Situation eskalierte. Nachrichtenteams polnischer Fernsehsender, die stetig von Journalisten der Redaktion auf dem Laufenden gehalten wurden, versammelten sich am Eingang des Gebäudes. Der Chefredakteur Sylwester Latkowski verweigert nach mehreren Drohungsversuchen, aggressiven Handgreiflichkeiten, der schließlich acht Agenten und später eines Staatsanwaltes, die Ausgabe der Materialien. Latkowski beruft sich auf Artikel 15 des Pressegesetzes (vgl. APELSKA; KWIATKOWSKI; NOWICKA 2014):

„2. Ein Journalist hat die Pflicht folgende Materialien geheim zu halten:

- 1) Personaldaten, die eine Identifikation des Autors des Pressematerials ermöglichen, eines Briefes an die Redaktion oder anderen Materials diesen Charakters, sowie andere Personen, welche Informationen gewähren, die veröffentlicht wurden oder zur Veröffentlichung freigegeben sind, insofern diese Personen sich das Recht zur Nichtveröffentlichung vorbehalten haben,*
- 2) jegliche Informationen, dessen Enthüllung die Interessen Dritter rechtlich antasten könnte.“ (PRESSEGESETZ 1984 Art. 15)*

In der auf die Durchsuchung folgenden Ausgabe von „Wprost“ schildert die Redaktion das Geschehen des 18. Juni detailliert und veröffentlicht alle Aufnahmen, die die Chefredaktion des Magazins erhielt.



Abb. 6: Titelbild der „Wprost“ Nr. 26, 23-29. Juni 2014 (Quelle: gazeta.pl)

Das Titelbild von „Wprost“, wie in Abbildung 6 zu sehen ist, symbolisiert die Rückkehr zur Zeit von „Solidarność“, in der Pressefreiheit noch kein Garant eines Staates war. Um die Pressefreiheit musste zunächst gekämpft werden. Im „Solidarność“ Schriftzug werden nun in der „Wprost“ Ausgabe die Worte „Freiheit des Wortes“ (gemeint ist die Presse- und Meinungsfreiheit) gemeinsam mit der polnischen Flagge und der Aufschrift „Angriff auf die Redaktion“ abgebildet. Der Angriff auf „Wprost“ war einer der ereignisreichsten in der modernen Geschichte der Pressefreiheit in Polen. Ein Angriff bei dem die polnische Presse mit den Journalisten der Staatsmacht gegenüberstanden. Schließlich setzte sich die Presse- und Informationsfreiheit durch. Die Informationsquelle konnte ebenfalls geschützt und geheim gehalten werden. Die „Wprost“ Affäre sorgte für die Vereinigung von Journalisten in Polen. Sie fühlten sich in der Pflicht ihre Arbeit und jegliche Grundsätze derer zu schützen:

„(...) wenn die Medien ihre per Gesetz festgelegte Rolle der „Watchdogs“ der Demokratie erfüllen sollen, müssen ihnen eine Autonomie gegenüber der Regierung des Staates und eine Unantastbarkeit garantiert werden.“ (BACZYŃSKI 2014)

Eindeutig ist, dass sich die Pressefreiheit in Polen seit 1989 verändert hat. Diese Veränderung erfolgte vorwiegend aus politischen Gründen. Die „Solidarność“ Bewegung mit dem einflussreichen Journalisten Adam Michnik an ihrer Seite, hatte großen Einfluss darauf, wie Medien in Polen heutzutage funktionieren. Die Arbeiterbewegung erkämpfte freie Medien und freie Journalisten, die unabhängig von der Staatsmacht agieren konnten. Von dem Regime und der Pressezensur der PVAP ist im westlich-orientierten Polen 2014 nichts mehr zu spüren. Selbst die Schwierigkeiten, welche die Kaczyński Regierung bis 2007 der

Pressefreiheit bereitete, scheinen nach der Übernahme der Regierung der „PO“ Partei nicht mehr aktuell. Trotzdem kommt es inmitten der polnischen Hauptstadt, in einem demokratischen Staat der Europäischen Union zu der Durchsuchung einer unabhängigen Redaktion. Es kommt zu Gewaltszenen, zu Einschreitungen gegenüber Journalisten und zur Durchsuchung einer Redaktion durch den inländischen Geheimdienst. Es scheint somit, als würde ein umfassender und unabhängiger Schutz von Journalisten, welcher eine Unantastbarkeit und Autonomie in Polen gewähren würde, fehlen. Im Vergleich zu Deutschland kann 2014 in Polen noch keine Rede von den Medien als einer „vierten Gewalt“ sein. Sie spielen keine ausreichende Rolle und haben nicht die ausreichende Macht um in dem staatlichen System der Republik Polen als wichtige Konkurrenz zur Politik und als Staatswächter zu gelten. Polen ist es jedoch ein Staat der sich stetig entwickelt und zu westlichen Vorbildern heraufschaut und somit eine Chance hat in der Zukunft mehr Anerkennung für die Medien und vor allem den öffentlichen Rundfunk und die Presse geltend zu machen. Nicht zuletzt sind positive Entwicklungen der zahlreiche vertretenen deutscher Medienkonzerne, die sich auf dem deutschen Markt behaupten konnten und die nötige Erfahrung haben, zu verdanken.

5 Der Hörfunk in Polen

„Hallo, hallo, Polnisches Radio Warschau, Wellenlänge 480.“ (STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 1)

waren die ersten Worte, die am 18. April 1926 im regulären polnischen Radio zu hören waren. Ein Jahr zuvor nahm der öffentlich-rechtliche Hörfunk zunächst als privates Unternehmen in Polen seinen Anfang. Erst Ende des Jahres 1945 wurde der Hörfunk in der Nachkriegszeit verstaatlicht und die Sendeanstalt „Polskie Radio SA“ (dt. Polnisches Radio Aktiengesellschaft) gegründet. „Polskie Radio“ ist die einzige öffentlich-rechtliche Hörfunkanstalt und verfügt über vier Programme – „Polskie Radio“ 1, 2, 3 und 4, über die von Warschau aus gesendet wird. Die vier Hörfunkprogramme werden landesweit ausgestrahlt. Am 29. Dezember 1992 verabschiedete das polnische Parlament ein neues Gesetz (das Hörfunk- und Fernsehgesetz), das den polnischen öffentlichen Rundfunk und das öffentliche Fernsehen in neunzehn unabhängige Gesellschaften aufteilte. Darunter fallen das öffentliche polnische Radio „Polskie Radio SA“, das öffentliche polnische Fernsehen – „Telewizja Polska SA“ (dt. Polnisches Fernsehen Aktiengesellschaft) und weitere siebzehn

regionale Gesellschaften des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 1).

Das Radio ist 2002 in Polen nach einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Demoskop, das populärste Massenmedium. Laut der Umfrage hören 99 Prozent aller polnischen Bürger Radio, wovon 69 Prozent dies täglich tun. Damit erfreut sich zu dieser Zeit das Radio in Polen noch vor dem Fernsehen der größten Popularität unter den landesweiten Medien (vgl. LÄNDER ANALYSEN 06).

5.1 Öffentlich-rechtliche Hörfunkanstalten in Polen

Die öffentlich-rechtlichen Medien stützen sich in Polen auf der normativen Grundlage des Hörfunk- und Fernsehgesetzes vom 29. Dezember 1992, der Verordnung des Präsidenten der Republik Polen vom 27. Juni 1934 und gemäß eigener struktureller (interner) Verordnungen. Öffentlich-rechtliche Anstalten funktionieren laut Artikel 26, Punkt 1 des Hörfunk- und Fernsehgesetzes als einzelne Aktiengesellschaften der polnischen Staatskasse. Die einzige landesweite Rundfunkanstalt ist die „Polskie Radio Aktiengesellschaft“. Diese beinhaltet vier landesweit ausgestrahlte Radiosender und einen fünften Sender, dessen Programm landesübergreifend im Ausland ausgestrahlt wird (vgl. SONCZYK 1999, S. 116).

„Polskie Radio SA“ das Erste Programm

Der älteste, meist bekannte und gehörte Hörfunksender der öffentlich-rechtlichen Anstalten ist das Erste Programm des Polnischen Radios („I Program Polskiego Radia“). Ohne eine konkret bestimmte Zielgruppe bietet das Erste Programm ein vielfältiges Angebot. Dies betrifft nicht nur die Musikauswahl, sondern ebenfalls die Themen und journalistische Darstellungsformen, die rund um die Uhr gesendet werden. Das Erste Programm charakterisiert sich vor allem durch die „offizielle“ Form seiner Sendungen. Der Sender übernimmt unter anderem Live-Berichterstattungen von Konferenzen des polnischen Pressesprechers, führt Gespräche mit Politikern und Regierungsmitgliedern sowie organisiert Debatten mit Staatsvertretern innerhalb der Redaktion. Die Hörer werden auf dem Laufenden über aktuelle Ereignisse informiert und werden durch Gesetzesänderungen- oder Erneuerungen geführt. Das Erste Programm übernimmt eine wichtige Rolle als meinungsbildender Sender im öffentlich-rechtlichen Hörfunk. Darüber hinaus versteht sich das Erste Programm als Bildungsorgan des Rundfunks. Einzelne Programme des Senders

dienen zur Information der Bürger und um der allgemeinen Bildung beizutragen. Besprochen werden Themen wie die exekutive und legislative Funktionalität eines demokratischen polnischen Staates oder rechtliche Sicherheiten über die jeder Bürger verfügt. Einen großen Teil nehmen ebenso bildende Informationen zum Thema Wirtschaft ein. Weiterhin hat das Erste Programm nach dem Rundfunkgesetz die Pflicht über das polnische Kulturerbe zu informieren. Verbreitet wird die nationale Kultur und Kunst vorwiegend durch die Sendung über die Werke polnischer Literatur und polnischer Volksmusik (vgl. SONCZYK 1999, S. 116 ff). Nicht zuletzt ist dies ein Grund dafür, dass vorwiegend ältere Bürger in Polen den Hauptteil der Rezipienten des Ersten Programms ausmachen.

„Polskie Radio SA“ das Zweite Programm

Das Zweite Programm des Polnischen Radios („II Program Polskiego Radia“) konzentriert sich in erster Linie auf kulturellen Inhalten. Neben klassischer Musik bietet der Sender Rezensionen und Kritiken von Literatur und publizistische Informationen zu kulturellen Themen. Ein wichtiger Teil ist die Übertragung von Konzerten klassischer Musik und wichtigen Ereignissen im Bereich der Kunst. In dem 1949 ins Leben gebrachten Sender, nehmen Ende der neunziger Jahre 70 Prozent der Sendezeit die Musik in Anspruch (61 Prozent davon klassische Musik), 14,5 Prozent werden für literarische Zwecke genutzt, publizistische und kulturelle Informationen übernehmen 12 Prozent, Kindersendungen 1,7 Prozent und literarischer Gesang nahm 1,4 Prozent in Anspruch. Auf Grund seiner kleinen Rezipientengruppe hat das Zweite Programm bis heute keinen großen Höreranteil im Rundfunkmarkt. Empirische Untersuchungen ergaben, dass der Großteil der Hörer Akademiker, die in Großstädten leben, ausmachen (vgl. SONCZYK 1999, S. 119 f.). Die Zielgruppe umfasst Interessenten von klassischer Musik, Jazz und Kultur. Rund zwei Prozent der polnischen Bürger hören das Zweite Programm des Polnischen Rundfunks (vgl. LÄNDER ANALYSEN 06).

„Polskie Radio SA“ das Dritte Programm

Das Dritte Programm des Polnischen Radios („III Program Polskiego Radia“) begann mit der Sendung seines Programms 1962 und wurde zunächst in nur drei der damaligen Woiwodschaften empfangen. Heute hat das Dritte Programm einen informativ-musikalischen Charakter. Anspruchsvolle Musik und journalistisch aufbereitete Informationen stehen im

Mittelpunkt des Programms. Die Informationen werden den Rezipienten dabei so transportiert, dass zu jedem Ereignis ebenfalls relevante Hintergründe im Bereich Politik, Wirtschaft, Kultur oder Sport geliefert werden. Meistens wird dies durch Interviews mit Experten vermittelt. Etwa könnte ein Arbeiterstreik eines kleinen Unternehmens im Dritten Programm Grund für eine ernste Diskussion mit der Beteiligung von Experten werden. Hintergründe für die Arbeitslosenquoten im ganzen Land würden analysiert und verwandte Themen, welche die Zuhörer interessieren könnten, besprochen werden. Ein wichtiger Teil der Philosophie des Senders ist das Einbinden der Hörer in sein Programm. Oft haben Hörer die Möglichkeit in Diskussionen und Debatten zu einem bestimmten Thema teilzuhaben. Das Dritte Programm hat auf Grund seiner Darbietungen unter den öffentlich-rechtlichen Sendern den Ruf einen kommerziellen Charakter zu haben (vgl. SONCZYK 1999, S. 120 f).

„Polskie Radio SA“ das Vierte Programm – „Polskie Radio BIS“

Im Jahr 1994 wurde das Vierte Programm des Polnischen Radios („IV Program Polskiego Radia“) in das „Radio BIS“ umbenannt. Der Sender verfolgt schon seit seiner Gründung den Bildungsauftrag, der in dem Hörfunk- und Fernsehgesetz festgelegt ist. „Radio BIS“ sendet vorwiegend Programminhalte für Kinder und Jugendliche. Der Sender funktioniert in der Zusammenarbeit mit dem Polnischen Bildungsministerium. Als Zielgruppe wurden sowohl Schüler und Studenten, als auch Lehrer festgelegt. Ein wichtiger Teil von „Radio BIS“ sind Programme, in denen Fremdsprachen gelehrt werden. Vormittags werden Sendungen an die jüngsten Hörer von „Radio BIS“ gerichtet – Kindergarten- und Vorschulkinder. Im Laufe des Tages werden Programme, die analog zu vielen Schulfächern sind, übertragen (Polnisch, Geografie, Biologie, Geschichte oder Religion). Auf Grund seines Programms konnte „Radio BIS“ Ende der neunziger Jahre keine hohen Zuhörerzahlen vorweisen. Diese wurden auf lediglich zwei bis drei Prozent der Rezipienten geschätzt (vgl. Media w Polsce S. 122 f). Heutzutage ist das Vierte Programm des Polnischen Radios, beziehungsweise „Radio BIS“ zu einem typischen Jugendsender avanciert und übernimmt weiterhin viele Sendungen, die zur Allgemeinbildung junger Menschen beitragen sollen (vgl. LÄNDER ANALYSEN 06).

„Polskie Radio SA“ das Fünfte Programm

Unter dem Namen „Polskie Radio dla zagranicy“ (dt. Polnisches Radio für das Ausland) sendet das Fünfte Programm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Rundfunks seit 1936

Informationen über Polen, für Polen. Der Sender richtet sich an polnische Bürger, die ausgewandert sind, sieht sich jedoch darüber hinaus als Informationsquelle für Poleninteressierte weltweit. Das Fünfte Programm informiert seine Hörer über polnische innenpolitische, wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Ereignisse. Erreichbar ist der Sender über Kurzwellen, Satellit und über das Internetradio auf seiner Webseite thenews.pl (vgl. SONCZYK 1999, S. 123 f). Das Programm wird auf polnisch, englisch, deutsch, russisch, weißrussisch, ukrainisch und hebräisch übertragen. Die Sprache der Übertragung ändert sich jeweils jede halbe Stunde. Die informative Webseite thenews.pl ist nach „The Economist“ die wichtigste englischsprachige Nachrichtenseiten über Polen in Zentral- und Osteuropa (vgl. POLSKIE RADIO DLA ZAGRANICY).

Der öffentlich-rechtliche Hörfunk in Polen steht vor einer Vielzahl von Problemen. Die staatlichen Radiosender können sich nicht mit den privaten Sendern messen. Die privaten Anstalten haben sich mit den Jahren entwickelt, etabliert und sind zu Publikumslieblingen geworden. Durch ihr Angebot, die Werbung und ihre stetige öffentliche Präsenz, haben die beliebten privaten Sender eine sehr viel höhere Reichweite und breitere Zielgruppe als die öffentlichen Sender. Alle vier landesweit ausgestrahlten öffentlich-rechtlichen Sender des Polnischen Radios kommen 2012 auf einen Marktanteil von 21 Prozent. Das ist weniger als der führende Privatsender alleine mit 24 Prozent Marktanteil erreicht. Es fehlt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk neben der gesellschaftlichen Popularität an finanziellen Mitteln. Werbepartner weichen dank größerer Reichweite vorwiegend auf private Sender zurück und hinterlassen die öffentlichen Hörfunkanstalten 2011 mit einem Jahresbudget von 135 Millionen PLN (ca. 32 Millionen Euro). Diese Situation führte das Dritte Programm zwangsläufig zu einer Spendenaktion, bei der es seine Hörer um finanzielle Unterstützung bat. Es kam eine Summe von rund einer halben Million PLN (120.000 Euro) zusammen (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 1). Um ein besseres Verständnis für diese Summen zu erhalten, zahlten im Vergleich die deutschen Bürger im Jahr 2011 Rundfunkgebühren in Höhe von 7,5 Milliarden Euro. Weiterhin verfügen ARD Sendungen, wie zum Beispiel „Günter Jauch“, über ein Produktionsvolumen von 10,5 Millionen Euro (vgl. FOCUS 2012). Das ist fast ein Drittel des gesamten Jahresbudgets, welches dem öffentlichen Hörfunk in Polen zur Verfügung steht. Einen Vergleich der Gelder, die dem öffentlich-rechtlichen „Deutschlandradio“ und dem „Polskie Radio SA“ zur Verfügung stehen und eingenommen werden, ist in Abbildung 7 zu sehen.

| 2011 | Polskie Radio | Deutschlandradio |
|------------------|---------------|------------------|
| Rundfunkgebühren | 31,4 Mio € | 192 Mio € |
| Jahresbudget | 32 Mio € | 206 Mio € |
| Werbegelder | 2 Mio € | 189,2 Mio € |

Abb. 7: Finanzen der öffentlich-rechtlichen Hörfunksender in Polen und Deutschland
(Quellen: Eigene Grafik (STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 1), (LIBMAG), (KEF))

5.2 Private Hörfunkanstalten in Polen

Die privaten Hörfunkanstalten dominieren den Markt der polnischen Radiolandschaft. Es waren drei Radiosender, die den Markt der polnischen Privatsender Anfang der Neunziger Jahre etablierten: „RMF FM“ in Krakau, „Radio ZET“ in Warschau und „Radio Maryja“ in Thorn. Vor allem „RMF FM“ und „Radio ZET“ modernisierten den Hörfunkmarkt in Polen mit ihrer Entstehung enorm. Anders als der öffentlich-rechtliche Hörfunk sendeten die privaten Anstalten live. Im Programm standen unter anderem Live-Interviews, die das Angebot der Sender attraktiv machten. Um eine Sendefrequenz in Polen zu erhalten, muss diese seit 1989 vom Staat an die Sender vergeben werden. Trotzdem bildeten sich „illegale“ Hörfunksender in den frühen Neunzigerjahren. Eines davon war auch das bis heute sendende „Radio WAWA“ aus Warschau. Ausgenommen von der staatlichen Regelung der Frequenzvergabe ist jedoch die Kirche. Die Institution benötigt keine Sendegenehmigung aufgrund des Gesetzes über die Beziehungen zwischen Kirche und Staat. Infolge dieses Gesetzes begann Pater Tadeusz Rydzyk im Jahr 1991 sein Medienmonopol aufzubauen. Dieses bestand zunächst aus dem privaten Radiosender „Radio Maryja“ und dem privaten Fernsehsender „Telewizja Trwam“.

| Radiosender | Marktanteil in % Mai-Juli 2014 |
|-------------------------|--------------------------------|
| RMF FM | 24,6% |
| Radio ZET | 15,2% |
| Erstes Programm | 10,4% |
| Drittes Programm | 7,2% |
| VOX FM | 3,5% |
| Radio Maryja | 2,1% |
| Radio TOK FM | 1,3% |
| RMF CLASSIC | 1,0% |
| ZET CHILLI | 0,5% |
| Zweites Programm | 0,4% |
| Viertes Programm | 0,4% |
| Radio PiN | 0,1% |

Abb. 8: Marktanteil der privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunksender in Polen (Quelle: Eigene Grafik (RADIO TRACK))

Der Hörfunksender „RMF FM“

Stanisław Tyczyński begann Anfang des Jahres 1990 die Ära der privaten Hörfunkanstalten in Krakau mit seinem Sender „RMF FM“. Zunächst entstand der Sender aus einer Fusion mit dem französischen Sender „FUN“ und lief unter dem Namen „Radio Małopolska FUN“. Ein Jahr später änderte sich die Benennung von „RMF FM“ zu „Radio, Musik, Fakten“ FM. Der Wunsch des Gründers nach einem möglichst interessanten und abwechslungsreichen Programm für seine Rezipienten und einer Alternative zum öffentlichen Programm, brachte „RMF FM“ im Laufe der Jahre zum erfolgreichsten kommerziellen Sender Polens. Vor allem durch die Einbindung von Live-Gesprächen mit Politikern schuf Tyczyński ein revolutionäres Angebot, das sich von der staatlichen Konkurrenz abgrenzte. Die „RMF FM“ Sender unterteilen sich 2014 in drei Programme: den Hauptsender „RMF FM“, den Klassiksender „RMF Classic“ und den Jugendsender „RMF MAXXX“. Der Privatsender verfügt ebenso über einen Fernsehsender „RMF MAXXX TV“. 2006 wurde der Sender mehrheitlich von der deutschen Bauer Media Group übernommen (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 2). „RMF FM“ verfügt über zwölf lokale Redaktionen in ganz Polen. Der Sender versteht sich als wichtiger Nachrichtensender und

stationiert seine Auslandskorrespondenten in Brüssel, Paris, Moskau, Washington und London (vgl. RMF FM). Wie in Abbildung 8 zu sehen, besitzt „RMF FM“ 2014 mit 24,6 Prozent den deutlich größten Marktanteil unter allen polnischen Hörfunksendern.

Der Hörfunksender „Radio ZET“

Das an zweiter Stelle der Popularität stehende „Radio ZET“, sieht sich als direkter Konkurrent des Krakauer Radios „RMF FM“. Ein halbes Jahr nach dem Sendebeginn von „RMF FM“ begann „Radio ZET“ mit der Übertragung aus Polens Hauptstadt Warschau. Auch „Radio ZET“ sendete zu Beginn unter einem anderen Namen. Der von Andrzej Woyciechowski gegründete kommerzielle Sender fing unter dem Namen „Radio Gazeta“ (dt. Radiozeitung) an zu senden. Um nicht in Assoziation mit der politisch beeinflussten „Gazeta Wyborcza“ zu geraten, wurde der Name wenige Wochen später in „Radio ZET“ geändert. Genau wie sein Vorreiter arbeitete Radio ZET ebenfalls mit einem französischen Sender zusammen. Radio „France Internationale“ stellte Studiotechnik und sein Nachtprogramm zur Verfügung, das ebenfalls bei „Radio ZET“ gesendet wurden. Im Gegensatz zu „RMF FM“ hat der Warschauer Sender seit 1994 eine Kooperation mit dem US-Nachrichtensender „CNN“. „Radio ZET“ verfügt somit als einziger polnischer Sender über die Rechte, das Material des amerikanischen Senders „CNN“ in Polen zu übertragen. Der Sender gehört der Medienholding Eurozet an (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 3). „Radio ZET“ gehören zwei weitere Sender an: der Sender „Radio ZET CHILLI“ („Chill out“ Musik und Kultur) und der Sender „Radio ZET Gold“ („Oldies“). Der Sender vergibt darüber hinaus jedes Jahr einen wichtigen Journalistenpreis (vgl. RADIO ZET).

Der Hörfunksender „Radio Maryja“

Der zur katholischen Kirche gehörende Privatsender „Radio Maryja“ wurde 1991 von Pater Tadeusz Rydzyk gegründet. Populär ist der Sender vor allem bei älteren Hörern – über 70 Prozent der Rezipienten sind im Alter über 60 Jahre. Der Sender gilt für den Staat als gemeinnützig und wird aus diesem Grund von der Zahlung des Großteils der Lizenzgebühren in Polen befreit. Von den 7,6 Millionen PLN an Lizenzgebühren (2 Millionen Euro), muss „Radio Maryja“ lediglich zwanzig Prozent der Summe zahlen. Durch die Herablassung der Steuern darf der Privatsender keine Werbung während der Sendezeit ausstrahlen, was jedoch

nicht immer eingehalten wird. Nach Angaben des Senders finanziert sich „Radio Maryja“ durch Spendengelder. Die Sendezeit des aus Thorn ausgestrahlten Senders, wird hauptsächlich mit der Übertragung von kirchlichen Messen, Kirchengesängen- und Gebeten gefüllt. Gelegentlich werden Gespräche mit Kirchenvertretern geführt.

„Radio Maryja“ ist ein höchst kontroverser Sender, der oft durch negative Berichte in den polnischen Medien auffällt. Pater Tadeusz Rydzyk, der mittlerweile eine eigene kirchliche Medienlandschaft in Polen erbaute, fiel ebenfalls häufig durch dubiose finanzielle Geschäfte auf. Jedoch gilt er in den polnischen Medien als durchaus ernstzunehmende Person. Neben dem einflussreichen Hörfunksender fallen ebenfalls ein Fernsehsender „TV Trwam“, die Tageszeitung „Nasz Dziennik“ und eine Medienhochschule in Thorn unter sein mediales Monopol (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 4). Weiterhin gehören Rydzyk ein Gymnasium, Stiftungen und Aktiengesellschaften und ein eigenes Mobilfunknetz.

Besonders auffällig machten sich „Radio Maryja“ und sein Gründer durch Aussagen mit antisemitischem, rassistischem und nationalistischem Charakter. Durch herablassende Äußerungen über Afroamerikaner und Juden macht Tadeusz Rydzyk negative Schlagzeilen. In den Regierungsjahren des konservativen Lech Kaczyński wurde selbst dieser von dem Pater kritisiert. Der Präsident habe sich der jüdischen Lobby gefügt. Der Präsidentengattin riet Rydzyk hingegen sich der Euthanasie hinzugeben, da sie sich nicht eindeutig (negativ) zum Thema der Abreibung aussprach. Mehrmals wurden Klagen gegen den Pater und den Radiosender eingereicht, jedoch ohne Erfolg. Die Klagen wurden von der Staatsanwaltschaft abgewiesen. Darüber hinaus sind besonders die Verhältnisse zwischen „Radio Maryja“ und der polnischen Politik dubios. Vor allem zu Zeiten der Kaczynski Regierung bewies sich der kirchliche Hörfunksender als Befürworter der rechtskonservativen „Prawo i Sprawiedliwość“ (dt Recht und Gerechtigkeit) Partei. „Radio Maryja“ führte eine detaillierte Berichterstattung über die Bildung der Regierungskoalition, nicht zuletzt dank des exklusiven Materials, das der Sender erhielt (vgl. FABER; UNGER 2007, S. 105 ff.).

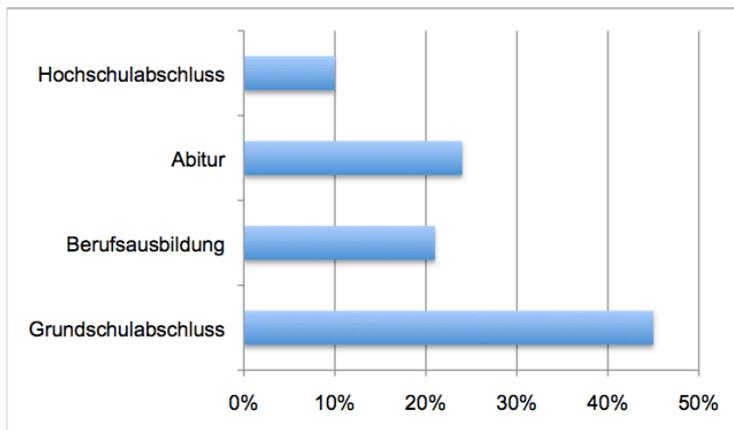
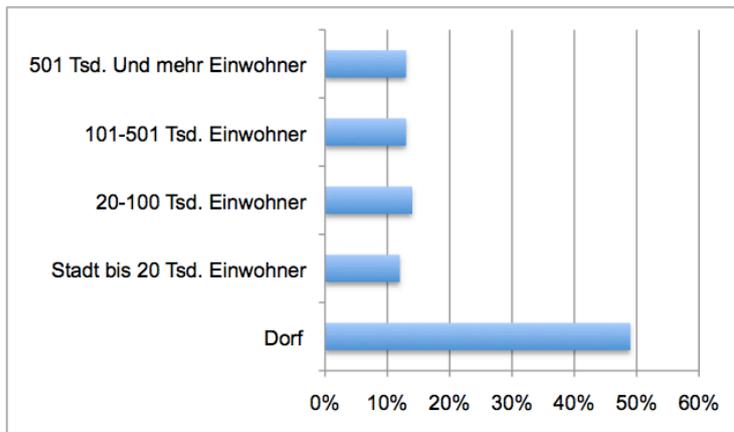
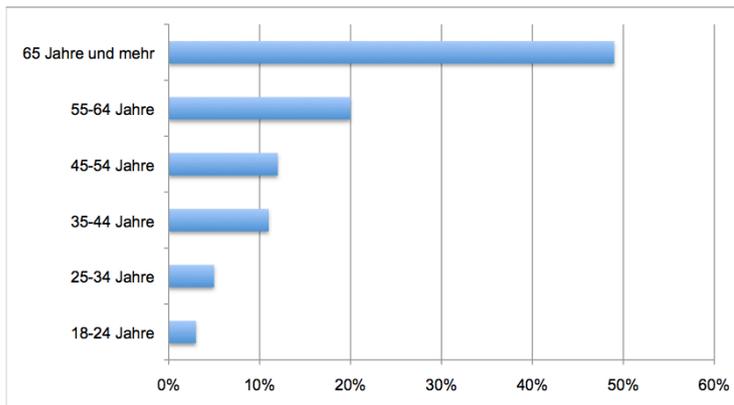


Abb. 9: Zuhörerdaten von „Radio Maryja“ nach Alter, Wohnort und Bildung (Quelle: Eigene Grafik, CBOS)

Wie aus der Abbildung 9 abzulesen ist, wurde eine spezielle Rezipientengruppe generiert, beziehungsweise bildete sich eine bestimmte Hörschaft aufgrund der Thematik des Senders. Vorwiegend sind dies Menschen, die älter als 65 Jahre alt sind, die in Dörfern oder kleinen Städten wohnen und einen niedrigen Bildungsstatus besitzen.

Der polnische Hörfunk bietet den Rezipienten durch seine Diversität ein breites Angebot. Das der öffentlich-rechtliche Hörfunk in Polen keine entscheidende Rolle spielt, ist nicht zuletzt auf die schlechten Finanzierungsmöglichkeiten des Staates zurückzuführen. Es fehlen Gelder um das Programm vielfältig und attraktiv zu gestalten. Die öffentlichen Anstalten genießen nicht die nötige Popularität in der Gesellschaft und haben somit keine Möglichkeit eine wirklich wichtige Rolle im Hörfunksektor zu spielen. Andererseits liegt es mit großer Wahrscheinlichkeit an den Rezipienten des polnischen Radios selbst, dass der staatliche Hörfunk keine Erfolge genießt. Schließlich bestimmen diese, welche Sender sie hören, in welchem Umfang die Machtverhältnisse und der Marktanteil generiert werden. Im weitesten Sinne bestimmen die Rezipienten ebenfalls das Werbeangebot. Werbekunden suchen erfolgreiche Sender, die eine hohe Zuhörerrate haben. In Polen sind dies die kommerziellen Sender, allen voran „RMF FM“ und „Radio ZET“. In der Zukunft scheint es äußerst wahrscheinlich, dass der öffentliche Sektor im polnischen Rundfunk immer schwächer wird und Probleme haben wird sich weiterhin stabil auf dem Markt zu halten.

6 Der polnische Fernsehmarkt

Wie der polnische Hörfunk unterteilt sich ebenfalls das Fernsehen in ein duales System von öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern. Auch hier ist eine deutliche Dominanz der größten Anbieter zu spüren. Den Hauptteil des Fernsehmarktes teilen sich vier Fernsehanstalten. Zwei davon aus dem öffentlich-rechtlichen Sektor – „TVP 1“ und „TVP 2“ (Das Erste und Zweite Programm) und zwei aus dem privaten Sektor – „TVN“ und „Polsat“. In Polen finanzieren sich die öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten durch ein duales Finanzierungssystem. Dieses besteht aus Werbeeinnahmen und Rundfunkgebühren. Eine ähnliche Situation der Konkurrenzverhältnisse zwischen staatlichem und kommerziellem Angebot, wie im polnischen Hörfunk, präsentiert sich im polnischen Fernsehen. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten verlieren in der wichtigsten Zielgruppe der 16-49 jährigen, immer mehr an Bedeutung. Dies ist auf die fehlende Attraktivität, die von den Zuschauern erwartet wird, zurückzuführen. Einen großen Erfolg bringen den privaten Sendern besonders Äquivalente westlicher Reality-Shows, Serien und ähnlicher Entertainment-Programme (vgl. INSTITUT FÜR AUSLANDSBEZIEHUNGEN). Nach einer Analyse des Nationalen Rundfunkrates des zweiten Quartals 2014 sieht der statistische Pole vier Stunden und sieben Minuten täglich fern. Im Vergleich zum letzten Jahr wuchs die Zeit des Fernsehschauens, was

jedoch auf die Fußball Weltmeisterschaft zurückzuführen ist. Die höchste Zuschauerzahl wurde demnach im Juni notiert. Trotz des wenig attraktiven Angebotes der öffentlich-rechtlichen Anstalten für die Zielgruppe der 16-49 jährigen bleibt „TVP1“ – das Erste öffentlich-rechtliche Programm, an erster Stelle der Marktanteile aller polnischen Sender, wie in Abbildung 10 zu sehen ist (vgl. REISENER 2014).

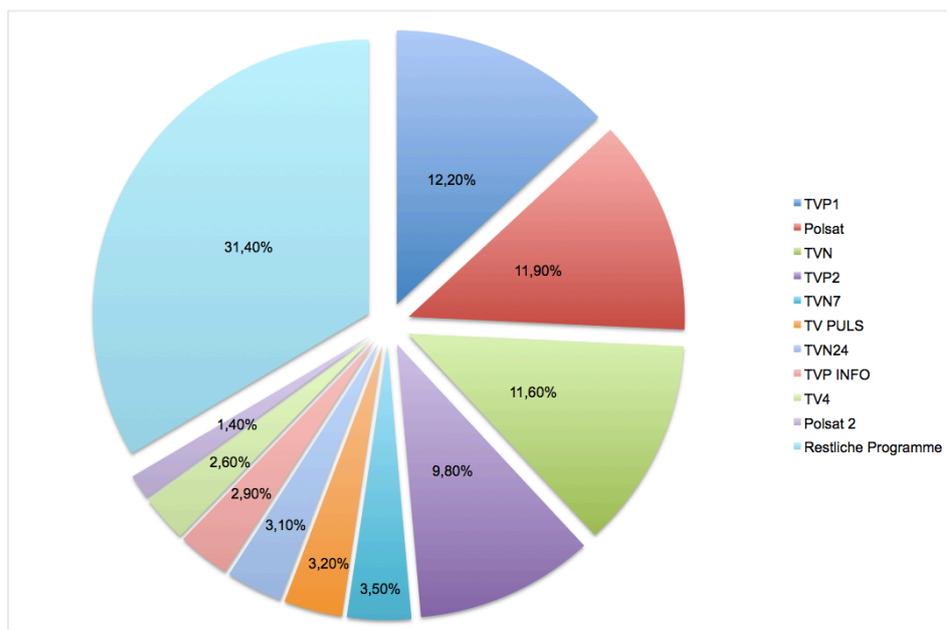


Abb. 10: Marktanteile der größten polnischen TV-Sender
(Quelle: Eigene Grafik (REISNER 204))

Die Zahlung der Rundfunkgebühren in Polen

Ein Problem des gesamten Rundfunksektors präsentiert sich in Polen in der Zahlung der Rundfunkgebühren. Nach der Verordnung des Nationalen Rundfunkrates wird die Gebühr (Abonnement) für die Nutzung von Radio- und Fernsehgeräten eingeholt um die Durchführung der öffentlichen „Mission“ im Rundfunk durch die einzelnen Rundfunkeinheiten verwirklichen zu können. Die Gebühren können für einen, zwei, drei, sechs Monate oder ein Jahr gezahlt werden. Die Rezipienten zahlen entweder für ein Hörfunkgerät oder ein Hörfunkgerät und ein Fernsehgerät zusammen. Umgerechnet jeweils 1,40 Euro und 4,60 Euro pro Monat im Falle der Zahlung für einen Monat. Der jährliche Betrag bezieht sich auf 15 Euro, beziehungsweise auf 50 Euro für beide Geräte. Befreit von der Gebühr sind Bürger, die über 75 Jahre alt sind, Invaliden und Kriegsveteranen (Invaliden).

Die Gebühren werden über die Polnische Post eingenommen (vgl. KRRIT WYSOKOŚĆ OPLAT ABONAMENTOWYCH). Jedoch wird die Gebühr von kaum einem Bürger gezahlt. Zunächst steht der polnische Staat vor dem Problem, dass keine Behörde existiert, welche die nicht gezahlten Gebühren einfordern könnte. Da der Rundfunkbeitrag von der polnischen Post eingenommen wird, kann diese nicht als Inkasso-Unternehmen des Staates fungieren. Theoretisch ist es der Post möglich Zahlungen, beziehungsweise Zahlungsverweigerungen, zu verfolgen und Strafen aufzusetzen. Im Falle eines Hausbesuches von einem Mitarbeiter der Post kann jedoch das Hereinlassen verweigert werden, womit die Möglichkeiten der Post ausgeschöpft sind. Zwar informiert die Polnische Post über nicht gezahlte Beiträge, jedoch sind öffentliche Anbieter in Polen per Gesetz nicht dazu legitimiert Geld einzufordern. Im März 2010 entschied der Polnische Verfassungsgerichtshof über die Zahlung des „Abonnements“. In dem hieß es, dass die Polnische Post nach der zugelassenen Zahlungsfrist das Finanzamt zum Eintreiben der Gebühren einschalten kann. Das Finanzamt erklärte jedoch, dass es anhand der aktuellen Rechtslage im Land unfähig sei, die Gebühren einzutreiben. Man müsste erst das Gesetz in Polen ändern um dem Finanzamt eine Verfolgung wegen nicht gezahlter Gebühren zu ermöglichen. In Polen scheint diese Situation ausweglos was die Rundfunkgebühren angeht. Über die Situation entscheidet jedoch nicht nur die Regierung. Ein ausschlaggebender Punkt sind die polnischen Bürger selbst. Sie sehen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht als Qualitätsmedium, das sie mit ihrem Geld unterstützen wollen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat in Polen nicht den Selben, nicht mal einen vergleichbaren Status, wie der in Deutschland. Die staatlichen Medien genießen nicht die Reputation einer „vierten Gewalt“, der „Watchdogs“ des Staates. Vielmehr werden sie als eine Macht, die sich vom Staat und der Regierung manipulieren lässt, gesehen. Somit ist der Andrang 50 Euro seines Gehaltes an die Medien zu übergeben äußerst gering. Wenig geholfen haben 2008 die Aussagen des Premiers Donald Tusk, der die Rundfunkgebühren als eine archaische Methode der Finanzierung öffentlicher Medien darstellte und diese als Wuchergebühren, mit dem Plan diese abzuschaffen, bezeichnete. Inzwischen wurden die Rundfunkgebühren im Jahr 2014 weiter erhöht. Um neun PLN für den Fernseher und drei PLN für das Radio (vgl. STYSIAK 2013).

6.1 Öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten und die Eingrenzung der Pressefreiheit im Fernsehjournalismus

„TVP – Telewizja Polska SA“ (Polnisches Fernsehen AG) übernimmt im öffentlich-rechtlichem Sektor die Rolle der einzigen Fernsehanstalt. „TVP“ besteht aus zwei nationalen („TVP 1“ und „TVP 2“) und achtzehn regionalen Sendern. Die Übertragung der regionalen Sender übernimmt das Dritte Programm „TVP 3“ unter den Namen der jeweiligen Stadt – „TVP Warszawa“, „TVP Kraków“, „TVP Gdańsk“. Neben den drei Hauptprogrammen existiert ähnlich wie im Falle des öffentlichen Hörfunks, ein Auslandssender „TVP Polonia“. Des Weiteren bietet das öffentliche Programm spezialisierte Sender wie „TVP Kultura“, „TVP Info“, „TVP Sport“, „TVP Historia“ (Geschichte), „TVP HD“, „TVP Seriale“ (Serien) und „TVP Parlament“ (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 5).

Das erste Programm „TVP 1“ begann seinen Sendebetrieb am 30. April 1956. Bis heute ist es ein vielseitiger Sender, der nach wie vor den größten Marktanteil mit 12,2 Prozent wie im Abbildung 10 zu sehen ist, besitzt. Das Markenzeichen sind die Abendnachrichten um 19:30 Uhr. Der Erste Polnische Fernsehsender strahlt neben seinen Nachrichten vorwiegend politisch und gesellschaftlich relevante Sendung aus. Zu der EU-Präsidentschaftswahl 2011 wurde ein spezielles Programm „Politisches Menü“ eingeführt, das die wichtigsten Ereignisse kommentierte und aufbereitete. Vergleichbar mit dem deutschen Angebot der ARD werden neben seriösen politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Ereignissen ebenfalls nationale Produktionen in Form von Serien und Filmen gesendet (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 6).

Der Zweite öffentlich-rechtlichen Sender „TVP 2“ begann mit seiner Ausstrahlung im Jahr 1970. Seine Stärke sind vor allem die täglichen Nachrichten „Panorama“. Seinen Durchbruch erfuhr „TVP 2“ im Jahr 2008 durch die Übernahme der publizistischen Polittalkshow „Tomasz Lis Live“, die von einem der bekanntesten polnischen Journalisten geführt wird. Die Sendung erreicht Einschaltquoten von 2,7 Millionen Zuschauern. Noch höhere Einschaltquoten erreicht im „TVP 2“ nur die Serie „M jak Miłość“ („L wie Liebe“) – 2011 betragen diese 8,5 Millionen (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 7).

Ein Ereignis, das nicht nur die Finanzlage von „TVP“ destabilisierte, sondern ebenfalls stark an der Seriosität zweifeln ließ, war der politische Machtkampf um den Sender im Jahr 2009. Der Regierungswechsel 2007 brachte zunächst mit sich, dass die nationalkonservative Partei

„Prawo i Sprawiedliwość“ (dt. Recht und Gerechtigkeit) von der liberalen „Platforma Obywatelska“ (dt. Bürgerplattform) abgelöst wurde. Nachdem die Kaczyński Brüder der PiS Partei während ihrer Amtszeit den Großteil der Posten im Rundfunkrat mit ihren Kandidaten besetzt hatten, verbrachte der neue Ministerpräsident Donald Tusk die ersten Jahre seiner Amtszeit damit, diese zu stürzen und neue Mitglieder seiner Partei in den Rundfunkgremien zu platzieren. Der „TVP“ Aufsichtsrat funktionierte weiterhin mit den Mitgliedern der „PiS“ Regierung, trotz einer neuen parlamentarischen Regierung. Dies war nicht zuletzt ein Grund für die negative Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im Hinblick auf Deutschland. Auch personelle Entscheidungen führten zu negativen Schlagzeilen und ließen den öffentlich-rechtlichen Fernsehsektor leiden. Der Nationalkatholik und Bekannter der Kaczyński Brüder Andrzej Urbański, wurde von der Stelle des „TVP“ Direktors abgesetzt, doch es folgte keine positive Veränderung für das polnische Fernsehen. Anstelle von Urbański kam der junge National-Patriot Piotr Farfał, welcher von der liberalen „Gazeta Wyborcza“ als ehemaliger Neonazi dargestellt wurde. Stetige Uneinigkeiten resultierten 2009 mit einer Suspendierung des „TVP“ Direktors Urbański. Dieser klagte dagegen und bekam Recht. Zu dieser Zeit plante die „Platforma Obywatelska“ Regierung eine Erneuerung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Sie schlug vor, einen staatlichen Verwalter als oberste Macht des öffentlichen „TVP“ zu berufen. Hinzu kam, dass Tusk die Rundfunkgebühren zu dieser Zeit abschaffen wollte. Spekulationen der polnischen Gesellschaft über eine Medienpropaganda kamen auf. Die erste Phase der „PO“ Regierung, in der sie als Ziel hatte öffentlich-rechtliche Medien unabhängig zu machen, schlugen schließlich in die eigene Machtbildung der „PO“ im öffentlichen Fernsehen um. „PO“ konnte nun die öffentlichen Medien dazu nutzen Wahlkampagnen und positive Berichte über die eigene Partei auszustrahlen (vgl. STEGHERR; LIESEM 2010, S. 244 f.).

Häufige Personelle Änderungen führten nicht zuletzt zu einer Schwächung der Position von „TVP“ und ihrer Darstellung in der Gesellschaft. In den ersten zehn Jahren des öffentlich-rechtlichen Senders kam es zu einer hohen Fluktuation in den Führungskräften. Neun Präsidenten kamen und gingen in der ersten Dekade im „TVP“. Jeder von Ihnen mit seiner eigenen Strategie, Konzeption, politischen Verknüpfungen und personellen Entscheidungen. Nichts desto trotz konnte „TVP“ seine hohen Anteile im polnischen Fernsehmarkt beibehalten (vgl. OLESZKOWICZ 2012, S. 113).

Das „Outsourcing“ von Journalisten der „Telewizja Polska SA“ als Eingriff in die Pressefreiheit

Im Jahr 2014 erfuhr der polnische Fernsehjournalismus eine drastische Maßnahme, welche die Freiheit polnischer Journalisten eingrenzen sollte. Der Vorstand des Polnischen Fernsehens AG entschied sich im Jahr zuvor 600 festangestellte Journalisten an externe Unternehmen (Dienstleister) zu verlagern. Im deutschen Fernsehen gilt es als üblich externe Produktionsunternehmen für die Durchführung und Produktion von Beiträgen zu beauftragen. In Polen resultierten die Erneuerungen in Protesten von Seiten der Journalistenverbände. Der Begriff „Outsourcing“ bezeichnet die:

„Übergabe von bestimmten Firmenbereichen an spezialisierte Dienstleistungsunternehmen.“ (DUDEN 2010, S. 208)

Der Journalistenverband der Republik Polen und dessen Vorsitzender Jerzy Domański, appellierten am 20. August 2013 in einem offenen Brief an den Vorstand des Polnischen Fernsehens:

„Der Journalistenverband der Republik Polen betrachtet mit wachsender Sorge die Entwicklung der Situation in der Polnischen Fernsehen AG die mit der geplanten Verlagerung dort angestellter Journalisten zu tun hat. (...) Der Journalistenverband der Republik Polen akzeptiert die Ideen der Polnischen Fernsehen AG nicht und protestiert entschlossen gegen die Methoden, die auf eine getarnte Weise zu kollektiven Entlassungen von Journalisten und anderen Autoren im Fernsehen führen sollen. Die derzeitigen Befürchtungen werden bestätigt durch die vom Vorstand des TVP veranlagte Durchführung von eigentümlichen Verifikationen von Journalisten (wiederholt mit langjähriger Dienstzeit und unstrittigem Gesamtwerk) mithilfe von „Kompetenztests“, welche durch eine weitere externe Firma durchgeführt werden. Diese Maßnahme, welche vom Vorstand des TVP als natürliche Prozedur, welche in jeder Korporation stattfindet interpretiert wird, verstehen wir als Schikane, die Versicherung, jeder Journalist könnten das Ausführen der Tests ablehnen, als Heuchlerei. In jeder sich schätzenden Redaktion, übernimmt die Geschäftsführung die Einschätzung von Journalisten, sowohl in sachlicher, als auch verfahrenstechnischer Hinsicht. Diese mit einer Prothese in Form von Tests zu ersetzen, welche von einer externen Firma mit öffentlichen Geldern durchgeführt werden, rückt die Kompetenzen der Personen, die eine so spezifische Institution wie das öffentliche Fernsehen leiten, in ein sehr schlechtes Licht.“ (MAŚLANKIEWICZ; DOMAŃSKI 2012)

Der Appell wurde stark durch den Pressesprecher von „TVP“ Jacek Rakowiecki kritisiert. Er warf den Verfassern eine einseitige Sichtweise vor und keine Konzentration auf das wesentliche Problem, welches im öffentlichen Fernsehen stattfindet (vgl. WIRTUALNE MEDIA).

Im Mai 2014 führte der Ausschuss der „Solidarność Fernsehen AG“ aktive Proteste in Warschau gegen das „Outsourcing“ vierer Berufsgruppen im öffentlichen Fernsehen durch. Betroffen waren Journalisten, Cutter, Maskenbilder und Grafiker. Die

Gewerkschaftsmitglieder protestierten gegen die Unfähigkeit des Polnischen Parlaments in den letzten sieben Jahren das Rundfunkgesetz zu erneuern. Das aktuelle, veraltete Gesetz führte zu einer Einschränkung der Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Medien. Dies führt schließlich zu dubiosen Methoden Geld zu sparen – dem „Outsourcing“ von Journalisten (vgl. UCHANIUK 2014 1). Das Problem des „Outsourings“ stellt sich in der Verzerrung der journalistischen Berufes dar. Einerseits werden Produktionen an externe Unternehmen übergeben. Eine unabhängige und freie journalistische Arbeit, mit der ebenfalls die Pressefreiheit verbunden ist, kann in einer Situation, in der Journalisten von einem Zeitarbeit-Unternehmen eingestellt werden, nicht gewährleistet werden. Andererseits ist es unzulässig aus festangestellten Journalisten willkürlich freie Mitarbeiter zu machen. Neben der „Solidarność Fernsehen AG“ protestierten regionale Sender der Polnischen Fernsehens AG Anfang des Jahres 2014, darunter Journalisten des „TVP Lublin“ und „TVP Warschau“ (vgl. WOJNAROWICZ 2014).

Des Weiteren verfasste die Polnische Arbeitergewerkschaft einen öffentlichen Brief an den Premierminister Donald Tusk mit der Bitte, die Demontage des öffentlichen Fernsehens zu stoppen (vgl. UCHANIUK 2014 2). Und auch auf europäischer Ebene versuchten polnische Journalisten Hilfe zu finden. Der Vorsitzende der Europäischen Journalisten Föderation Mogens Blicher-Bjerregard schrieb einen Brief an den Vorsitz des „TVP“ zum Thema des „Outsourcing“ von Mitarbeitern. Er kritisierte die Pläne des öffentlich-rechtlichen Senders und betonte die Wichtigkeit unabhängiger Medien in einem demokratischen Europa. Blicher-Bjerregard weiß darauf hin, dass unabhängiger Journalismus unter diesen Umständen nicht mehr gewährleistet werden kann und die Werte des öffentlichen Rundfunks gefährdet sind (vgl. BLICHER-BJERREGARD 2013).

Am 1. Juli 2014 wurden trotz aller Proteste, Appelle und Bitten 411 Mitarbeiter des „TVP“ von dem Zeitarbeit-Unternehmen „Leasing Team“ übernommen. Damit bleiben dem einzigen polnischen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender 315 Mitarbeiter, informierte Jacek Rakowiecki. Unmittelbarer Auftraggeber der Journalisten, Cutter, Grafiker und Maskenbilder ist ab diesem Zeitpunkt die externe Auftragsfirma „Leasing Team“. Das Unternehmen erhält ebenfalls eine Liste von 1141 weiteren Mitarbeitern des Polnischen Fernsehens. Diese kann sie im Falle der Notwendigkeit weiterer Produktionen nutzen um Verträge mit Journalisten zu schließen. Die Verträge, die alle 411 Mitarbeiter mit „TVP“ hatten, gehen nun direkt auf Verträge mit der Firma „Leasing Team“ über. Mit dem „Outsourcing“ von Journalisten und weiteren Mitarbeitern soll „TVP“ nach Beendigung des ersten Vertrages 21,6 Millionen PLN (5,1 Millionen Euro) an Ausgaben sparen. Schätzungen der Polnischen Arbeitergewerkschaft

zufolge verschlang das Zustandekommen der Zusammenarbeit zwischen TVP und „Leasing Team“ 122 Millionen PLN (29 Millionen Euro) an öffentlichen Geldern der polnischen Staatskasse (vgl. FINANSE WP 2014). Eine fragwürdige Investition an der vor allem ein unabhängiger Qualitätsjournalismus und die Pressefreiheit leiden müssen.

6.2 Private Fernsehanstalten

Das private Fernsehen entwickelte sich in Polen erst in den Zeiten der Wende um 1989. Der erste Privatsender hatte seinen Sitz in Danzig und sendete zunächst ohne Lizenz unter dem Namen „Sky Orunia“. Einer der ersten Unternehmer im Sektor der kommerziellen Fernsehsender war der aus Sardinien stammende Nicola Grauso. Nachdem er zunächst in Italien ein Monopol aus illegalen Fernsehsendern in den 1970er Jahren aufbaute, erkannte er den potentiellen Markt in Polen und kaufte 1990 den in Breslau stationierten Sender „TV Echo“. Er kam im Laufe der Jahre dazu, dreizehn lokale Sender in Polen zu leiten und sich dank der Werbung zu finanzieren. 2014 spielt das Unternehmen von Nicola Grauso keine relevante Rolle mehr im polnischen Fernsehmarkt. 1993 begann der Nationale Rundfunkrat Sendelizenzen für Rundfunkanstalten zu vergeben. Die Fernsehlizenz erhielt zu der Zeit Zygmunt Stolorz-Żak, der den bis heute erfolgreichsten polnischen Privatsender „Polsat“ im Jahr 1992 gründete. Eine weitere Lizenz erhielt die Konkurrenz von Stolorz-Żak – die Mediengruppe „ITI“, die von Jan Wejchert und Mariusz Walter gegründet wurde. Sie begannen 1997 mit der Ausstrahlung ihres erfolgreichen Senders „TVN“ (vgl. STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 8).

Der Privatsender „Polsat“

„Polsat“ und sein Erfinder Zygmunt Stolorz-Żak gingen als erster offizieller Privatsender Polens in die Geschichte ein. Der Sendebetrieb begann am 5. Dezember 1992 in Polens Hauptstadt. „Polsat“ schaffte es das Monopol der öffentlich-rechtlichen Sender zu brechen und etablierte sich zu Polens beliebtestem Sender. Nach westlichem Vorbild gelang es dem Sender vor allem durch den raschen Einstieg in das Entertainment-Programm eine hohe Zuschaueranzahl zu generieren. 1993 begann „Polsat“ mit der Ausstrahlung einer Talk Show zu gesellschaftlichen Themen, die von dem bekannten polnischen Journalisten Andrzej Woyciechowski geführt wurde. Sie erreichte 1,5 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 30 Prozent und galt in Polen in der ersten Hälfte der Neunziger Jahre als populärste Talk

Show. 1996 folgte eine Marketingaktion, die es in dieser Form in den polnischen Medien zuvor nicht stattgefunden hat. Der „Klub Polsat“ wurde gegründet und teilte sogenannte „Passports des Polsat Klubs“ an seine Zuschauer aus, mit denen die Rezipienten Preise gewinnen konnten. Die „Passports“ erreichten zu diesem Zeitpunkt rund dreizehn Millionen Haushalte. Mit der Aktion konnte „Polsat“ ein loyales Zuschauerspektrum für sich gewinnen. 1997 fügte „Polsat“ seinem Programm die Spielshow „Idź na całość“ (dt. Geh aufs Ganze) hinzu und konnte damit den Zuschauermarkt für sich gewinnen. Mehr Zuschauer sahen sich die Show einen Monat nach ihrem Debüt an als die Abendnachrichten des öffentlich-rechtlichen TVP. Die Zuschauerquoten betragen über neun Millionen und „Polsat“ erreichte seinen Rekord-Marktanteil von 65 Prozent. Seinen guten Ruf bei den Zuschauern bildeten ebenfalls zahlreiche Wohltätigkeitsaktivitäten und die Gründung seiner eigenen Stiftung (vgl. POLSAT).

Der Privatsender „TVN“

Die in Warschau stationierte Redaktion des privat-rechtlichen Senders „TVN“ erhielt 1997 eine Konzession zur Ausstrahlung ihres Programms. Der Sender gehört der internationalen ITI und CMS Mediengruppe an. Seit der Gründung von „TVN“ macht sich der kommerzielle Sender durch seine täglichen Nachrichten „Fakty“ (dt. Fakten) um 19:30 einen Namen. Schon ein Jahr nach Sendebeginn startet „TVN“ mit der Übertragung seiner eigenen Reality-Show (der ersten in Polen) und gibt seinem Entertainment-Programm einen westlichen Schub durch Serien, Casting- und Talk-Shows. Großen Erfolg feierte im Jahr 2000 die Einführung der Spielshow „Millionerzy“ („Wer wird Millionär?“). 2001 gründet „TVN“ einen weiteren Sender – „TVN24“, der hauptsächlich Nachrichten überträgt. In dem selben Jahr beginnt die erste Staffel der Reality-Show „Big Brother“. Die Sendung stößt nach ihrer Einführung auf zahlreiche Diskussionen in den Medien und der polnischen Gesellschaft. Trotz vieler Kontroversen erreicht die finale Folge der Sendung eine Einschaltquote von rund 9 Millionen Zuschauern. „TVN“ schafft es in den folgenden Jahren an die Börse zu gehen und ergänzt sein Programm um weitere Sender wie den Auto- und Motorsender „TVN Turbo“, den Lifestyle Sender „TVN Style“, „TVN7“, der hauptsächlich Spielfilme und Serien überträgt, sowie den wirtschaftlich-orientierten Sender „TVN Biznes i Swiat“ (dt. Handel und die Welt). Ende des Jahres 2005 schließt „TVN“ einen lukrativen Vertrag mit der „Financial Times“ und kann nun ihr Material nutzen und Journalisten der „Financial Times“ als Kommentatoren in Nachrichtenmagazinen bei „TVN24“ einsetzen (vgl. TVN).

Im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Anstalten, macht das private polnische Fernsehen einen durchaus von der Politik unabhängigen Eindruck. Zu dieser Schlussfolgerung kann man nach der Observation der Besetzung öffentlich-rechtlicher Rundfunkgremien nach dem Wechsel der Regierung kommen. Öffentlich-rechtliche Anstalten stehen stets hinter der amtierenden Partei. Sei es bis 2007 die nationalkonservative „PiS“, oder danach die Regierung der „PO“. Die Bürgerplattform „PO“ hatte nach der Übernahme der Regierung im polnischen Parlament Schwierigkeiten die konservativen Vorsitzenden der Gremien mit den eigenen Mitgliedern zu besetzen. Doch zumal der private Sektor des polnischen Fernsehens einen unabhängigen und stabilen Eindruck macht, bleiben ebenfalls hier politische Anspielungen nicht aus.

Ein Beispiel hierfür ist die Übernahme des populären Journalisten Tomasz Lis durch das öffentlich-rechtliche Zweite Programm der Polnischen Fernsehen AG im Jahr 2006. Der polnische Journalist moderierte die Nachrichtensendung „Wydarzenia“ (dt. Ereignisse) im privaten Sender „Polsat“. Der Vorstand von „Polsat“ entschied sich Lis aus finanziellen Gründen von dieser Position abzuschieben. Der Vorstand wollte Lis weiterhin bei seiner bekannten Polit-Show „Co z tą Polską?“ (dt. Was ist mit diesem Polen?) beibehalten, dieser entschied sich jedoch seine Stelle aufzugeben. Er dankte in seiner letzten Sendung seinen Zuschauern und dem Sender und wies darauf hin, dass sich „Polsat“ über mehrere Monate hinweg starkem politischem Druck aussetzen musste. Er appellierte an die Zuschauer an den nächsten Wahlen teilzunehmen. Dies ereignete sich zu Zeiten der „PiS“ Regierung, derer Tomasz Lis kein Befürworter war (vgl. PRESS 2007).

7 Zusammenfassung

Nur wenige Menschen in Deutschland befassen sich im wissenschaftlichen Bereich mit dem Thema Medien in Polen. Trotz der geographischen Nähe und der prägenden Vergangenheit ist das polnische Mediensystem in Deutschland wenig präsent. Durch die Vergleiche mit der Situation in den deutschen Medien wird klar, dass viele Differenzen aufkommen. Trotz der Dominanz deutscher Medienkonzerne auf dem polnischen Markt fehlt den Medien östlich der Oder Unabhängigkeit und Erfahrung. Obwohl große deutsche Medienunternehmen wie Axel Springer, Bauer Media und seit jüngstem ebenfalls Gruner+Jahr die Chance ergriffen, die polnischen Medien zu beherrschen, ist der Markt stark von der Politik abhängig.

Polen funktioniert seit 25 Jahren als demokratischer Staat. Um jedoch eine freie Medienlandschaft zu schaffen, braucht es zwei Faktoren: eine einwandfreie und zeitgemäße Judikative, die eine angemessene Gesetzgebung übernimmt und eine autonome Exekutive, die unabhängige Medien gewähren kann. Beide Faktoren sind in den 25 Jahren nach der Wende, in denen sich die polnische Nation entwickelte, noch nicht zu Stande gekommen. Der unternehmerische Markt entwickelt sich schnell, womöglich zu schnell. Er erlaubt es dem Staat als Rechtsstaat nicht mit dem ökonomischen Aufschwung Schritt zu halten. Ein geeignetes Beispiel ist das nichtzeitgemäße Pressegesetz. Dieses stammt aus dem Jahr 1984, trat somit noch in den Zeiten der Volksrepublik Polen unter kommunistischem Regime in Kraft. Der polnischen Presselandschaft fehlt ein modernes Gesetz, das nicht nur die Presse, sondern ebenfalls die journalistische Arbeit reguliert. Das Gesetz ist weder an die Bedürfnisse von Online-Medien, noch des Online-Journalismus angepasst. Journalisten in Polen werden weder von dem Staat, noch von einer unabhängigen Gewerkschaft gefördert. Der Konkurrenzkampf ist groß und die Bezahlung niedrig. Nicht nur die Abschiebung von Journalisten zu externen Auftragsfirmen im Jahr 2014 erschwert die Entwicklung (gar den Erhalt) des Qualitätsjournalismus enorm, auch der Eingriff in die Pressefreiheit führt zu Komplikationen.

Die Pressefreiheit wurde weltweit zu einem unantastbaren Gut der Menschheit erkoren. In einem Maße, in dem die UNESCO ein Mandat explizit zum Schutz der Meinungs- und Pressefreiheit erhielt. Die Organisation der Vereinten Nationen beruft sich auf Artikel 19. der internationalen Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte:

„Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.“ (UNESCO)

Trotz relevanter völkerrechtlicher Bestimmungen variiert der Grad, inwieweit diese von einer Nation eingehalten werden. Die Freiheit der Presse in Polen erfuhr einen erheblichen Anstieg seit 1989. Gemessen durch die Organisation „Reporter ohne Grenzen“, konnte eine positive Entwicklung der Freiheit polnischer Presse dargestellt werden. Im Jahr 2014 befindet sich Polen in der weltweiten Rangliste vor Europas elitären Ländern wie Großbritannien und Frankreich (vgl. REPORTER OHNE GRENZEN 2014). Das Ziel jedes Staates in Hinblick auf seine Pressefreiheit und Autonomie seiner Journalisten sollte es sein, ganz oben auf der Rangliste zu stehen und seinen Bürgern so einen freien Informationsfluss zu ermöglichen. Das Ziel der polnischen Regierung sollte sein, vor allem die öffentlich-rechtlichen Medien nicht mit politischen Machteinflüssen zu beeinträchtigen. Durch die Beeinflussung der

Gremien des öffentlich-rechtlichen Fernsehens von der polnischen Politik wird nicht nur der Qualitätsjournalismus eliminiert, es wird darüber hinaus das Vertrauen der Bürger in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk erschwert. Primär der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte den Bürgern eines demokratischen Staates eine objektive Berichterstattung garantieren. In Polen ist dies zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht der Fall. Das Vertrauen der polnischen Bürger ist durch den aktiven Einfluss der Politik in den öffentlichen Rundfunk dermaßen gesunken, dass sie die Zahlung der Rundfunkgebühren verweigern und dadurch den öffentlichen Sektor noch mehr schwächen. Um das Vertrauen der Bürger zu stabilisieren, muss ein spürbarer Rückzug der Politik aus den Medien und den Gremien des Rundfunks erfolgen. Ohne die nötige Finanzierung durch die Rundfunkgebühren, können Hörfunk- und Fernsehanstalten nicht für eine qualitative Information ihrer Rezipienten sorgen. Diese greifen dadurch vermehrt auf den privaten Mediensektor zurück.

Es präsentiert sich eine Situation in den polnischen Medien, in der der private Sektor einen stabileren und emanzipierten Eindruck als der öffentliche Sektor macht. Hinter vielen der privaten Medienunternehmen stehen deutsche Marken, die sich zuvor in Westeuropa einen Namen machen konnten und so ebenfalls mit dem polnischen Markt zurecht kommen. Der Privatsektor der Medien ist nicht auf öffentliche Gelder des Staates angewiesen und hat die Möglichkeit sich durch Werbegelder zu finanzieren und dadurch zum größten Teil eine politische Unabhängigkeit bewahren zu können. Die deutschen Unternehmen führen jedoch neben der Gestaltung ihrer eigenen Unabhängigkeit zu einer prekären Situation auf dem polnischen Markt. Trotz des wirtschaftlichen Aufschwungs in den letzten Jahren bleibt Polen ein Land, das nicht über die selben Finanzierungsmöglichkeiten wie seine westlichen Nachbarländer verfügt. Das große Kapital der westlichen Medienunternehmen und die Strategie der niedrigen Verkaufspreise von Medienprodukten trotz der Steigerung der Arbeitsproduktivität, veränderten den polnischen Medienmarkt nach 1989 drastisch. Zunehmend wird mehr Druck auf den Gewinn, als auf die Qualität in den polnischen Medien, vor allem in der Presse, gesetzt. Um die hohen Einflüsse ausländischer Unternehmen in die polnischen Medien zu verringern, müssten Sanktionen gegen die Höhe der Investitionsanteile von dem polnischen Staat eingeführt werden. Ohne eine positive Entwicklung der polnischen Medien zu unterdrücken, die sie zweifellos durch die Unterstützung westlicher Medieneinflüsse erhalten, könnte durch die Verringerung der Einflüsse, eine sukzessive Entwicklung des Medienmarktes in Polen stattfinden.

Am 30. August 2014 wurde der polnische Premierminister Donald Tusk Präsident des Europäischen Rates. Nach sieben Jahren der Regierung des polnischen Staates, zieht der Minister nun nach Brüssel um das Amt als Präsident des Europäischen Rates anzutreten. Der Europäische Rat ist ein bedeutendes Organ, das den Staaten der Europäischen Union Ziele in Richtung wichtiger politischer Entscheidungen vorlegt (vgl. EUROPEAN COUNCIL). Durch das Zustandekommen der Präsidentschaft von Donald Tusk kann ein signifikanter Ansporn für die polnische Politik stattfinden. Als Repräsentant der polnischen Nation sollte Tusk die Chance nutzen und für politische Erneuerungen sorgen. Vor allem das Verhältnis der Politik in Polen zu ihren Medien muss überdacht werden. Da nun ein Vertreter der Nation den Europäischen Rat leitet, ist es Polens Möglichkeit die lang erhoffte Gesetzeserneuerung in den Medien durchzuführen. Der polnische Journalismus und der polnische Medienmarkt könnten somit Schritt für Schritt gerichtet und ausgebessert werden. Es wäre ein Meilenstein für Polens mediale Zukunft.

Literaturverzeichnis

ADAM 2014

Adam, Martin: Abhöraffäre in Polen: Der Kellner war's [online]. In: spiegel.de – URL <http://www.spiegel.de/politik/ausland/abhoeraffaere-in-polen-kellner-soll-gespraechemitgeschnitten-haben-a-977104.html> (Abruf 2014-09-08)

AGORA

Agora.pl: Metro [online]. In: agora.pl – URL <http://www.agora.pl/agora/1,110904,9484955,Metro.html> (Abruf 2014-09-08)

APELSKA; KWIATKOWSKI; NOWICKA 2014

Apelska, Joanna; Kwiatkowski, Krzysztof; Nowicka, Katarzyna: Zamach na „Wprost“
In: Wprost, 23-29.06.2014, Warszawa

ASTHEIMER 2014

Astheimer, Sven: Goldene Zeiten unter Vorbehalt [online]. In: faz.net – URL <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/wachstum-polen-vor-goldenen-zeiten-12909083.html> (Abruf 2014-09-08)

AXEL SPRINGER

Axelspringer.de: Dziennik Gazeta Prawna [online]. In: axelspringer.de – URL http://www.axelspringer.de/media/cw_mediafactsheet_de_102429.html (Abruf 2014-09-08)

BACZYŃSKI 2014

Baczyński, Jerzy: Wprost spod stołu In: Polityka, 25.06.-1.07.2014, Warszawa

BERLINER ZEITUNG 2007

Berliner-zeitung.de: In Polen ist die Pressefreiheit besonders eingeschränkt [online]. In: berliner-zeitung.de – URL <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/in-polen-ist-die-pressefreiheit-besonders-eingeschraenkt,10810590,10512372.html> (Abruf 2014-09-08)

BLICHER-BJERREGARD 2013

Blicher-Bjerregard, Mogens: List do władz TVP SA [online]. In: sdp.pl – URL <http://www.sdp.pl/aktualnosci/7966,stanowisko-europejskiej-federacji-dziennikarzy-ws-outsourcingu-w-tvp-sa,1369851063> (Abruf 2014-09-09)

CBOS

Cbos.pl: Dwadzieścia lat Radia Maryja [online]. In: cbos.pl – URL http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_168_11.PDF (Abruf 2014-09-09)

CHRUŚCIAK 2007

Chruściak, Ryszard: *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w systemie politycznym i konstytucyjnym*. Warszawa : Dom Wydawniczy ELIPSA, 2007.

CIEŚLIK 2014

Cieślik, Mariusz: Dziennikarze na dnie [online]. In: rp.pl – URL <http://www.rp.pl/artykul/9158,1125170-Dziennikarze-na-dnie.html> (Abruf 2014-09-08)

DJV

Djv.de: DJV INFO [online]. In: djv.de – URL
https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Infos_PDFs/Flyer_Broschuren/DJV_Imagebrochure.pdf (Abruf 2014-09-08)

DOMAŃSKI 2014

Domanski, Jerzy: *Persönliches Interview mit dem Chefredakteur des Wochenmagazins „Przeгляд“ und Vorsitzenden des Journalistenverbandes der Republik Polen.* Warschau, 29.06.2014

DUDEN 2010

Duden: *Die deutsche Rechtschreibung.* 25. Aufl. Mannheim : Bibliographisches Institut GmbH, 2010.

DZIENNIKARZE RP

Dziennikarzerp.pl: O nas [online]. In: dziennikarzerp.pl – URL
<http://dziennikarzerp.org.pl/o-nas/> (Abruf 2014-09-08)

EUROPEAN COUNCIL

European-council.europa.eu: Das Organ [online]. In: european-council.europa.eu – URL <http://www.european-council.europa.eu/the-institution?lang=de> (Abruf 2014-09-09)

FABER; UNGER 2007

Faber, Richard; Unger, Frank: *Populismus in Geschichte und Gegenwart.* Würzburg : Königshausen & Neumann, 2008.

FINANSE WP 2014

Finanse.wp.pl: We wtorek outsourcing w TVP [online]. In: finans.wp.pl – URL
http://finans.wp.pl/kat,1013819,title,We-wtorek-outsourcing-w-TVP,wid,16725081,wiadomosc.html?ticaid=1136a3&_tictsrn=3 (Abruf 2014-09-09)

FOCUS 2012

Focus.de: So verschleudert ARD und ZDF unsere Gebühren [online]. In: focus.de – URL http://www.focus.de/kultur/kino_tv/gez-wird-zum-rundfunkbeitrag-so-verschleudern-ard-und-zdf-ihre-gebuehren_aid_809851.html (Abruf 2014-09-08)

FRANZMEYER; WEISE 1996

Franzmeyer, Firtz; Weise, Christian: *Polen und die Osterweiterung der Europäischen Union,* in: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Sonderheft 158 (1996), S. 162

GABER 2007

Gaber, Rusanna: *Politische Gemeinschaft in Deutschland und Polen : Zum Einfluss der Geschichte auf die politische Kultur.* 1. Aufl. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

HORNIG; SCHEPP; SCHIESSL 2006

Hornig, Frank; Schepp, Matthias; Schießl, Michaela: Manchmal tödlich [online]. In: spiegel.de – URL <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-49849336.html> (Abruf 2014-09-08)

INSTITUT FÜR AUSLANDSBEZIEHUNGEN

Cms.ifa.de: Youth and Media in Transition Societies, The Case of Poland [online]. In: cms.ifa.de – URL
http://cms.ifa.de/fileadmin/content/media_im_pakt/downloads/ifaStudy_Poland.pdf
(Abruf 2014-09-09)

INSTITUT FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Mediadb.eu: Länderportrait Polen [online]. In: mediadb.eu – URL
<http://www.mediadb.eu/datenbanken/eu-laenderportraits/polen.html> (Abruf 2014-09-08)

IPN

Ipn.gov.pl: Rozpoczęcie obrad Okrągłego Stołu (dt. Beginn der Gespräche des Runden Tisches) [online]. In: ipn.gov.pl – URL: <http://ipn.gov.pl/wydzial-prasowy/komunikaty/okragly-stol> (Abruf 2014-09-08)

KEF

Kef-online.de: Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, 18. Bericht [online]. In: kef-online.de – URL http://www.kef-online.de/inhalte/bericht18/kef_18bericht.pdf (Abruf 2014-09-09)

KONSTYTUCJA RZECZPOSPOLITEJ POLSKI 1997

Sejm.gov.pl: Konstytucja Rzeczypospolitej Polski [online]. In: sejm.gov.pl – URL: <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm> (Abruf 2014-09-08)

KRRIT STATUS PRAWNY

Krrit.gov.pl: Status prawny KRRiT [online]. In: krrit.gov.pl – URL
<http://www.krrit.gov.pl/krrit/informacje-o-krrit/status-prawny/> (Abruf 2014-09-08)

KRRIT GŁÓWNE AKTY PRAWNE

Krrit.gov.pl: Główne akty prawne [online]. In: krrit.gov.pl – URL
<http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/polska/> (Abruf 2014-09-08)

KRRIT USTAWA O OPŁATACH ABONAMENTOWYCH 2005

Krrit.gov.pl: Ustawa o opłatach abonamentowych [online]. In: krrit.gov.pl – URL
http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/regulacje-prawne/polska/abonament-rtv/ustawa_abonament_20052013.pdf (Abruf 2014-09-08)

KRRIT USTAWA O WDROŻENIU NADZIEMNIEJ TELEWIZJI CYFROWEJ 2011

Krrit.gov.pl: Ustawa o wdrożeniu nadziemnej telweizji cyfrowej [online]. In: krrit.gov.pl – URL http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/regulacje-prawne/polska/ustawa_naziemna_telewizja_cyfrowa.pdf (Abruf 2014-09-08)

KRRIT WYSOKOŚĆ OPŁAT ABONAMENTOWYCH

Krrit.gov.pl: Wysokość opłat abonamentowych [online]. In: krrit.gov.pl – URL
<http://www.krrit.gov.pl/abonament/wysokosc-oplat-abonamentowych/> (Abruf 2014-09-09)

KRS

Krs.pl: Krajowa Rada Sądownictwa [online]. In: krs.pl – URL: <http://www.krs.pl/pl/o-radzie/informacje-o-krs> (Abruf 2014-09-08)

KUCHARSKI 2014

Kucharski, Sebastian: To nie są media starych ludzi. Kto nas karmi codziennymi informacjami w radiu i telewizji? [online]. In: wyborcza.pl – URL: http://wyborcza.pl/1,75478,15506888,To_nie_sa_media_starych_ludzi__Kto_nas_karmi_i_codziennymi.html (Abruf 2014-09-08)

LATKOWSKI 2014

Latkowski, Sylwester: Po co to robimy In: Wprost, 23-29.06.2014, Warszawa

LÄNDER ANALYSEN 06

Laender-analysen.de: Polen-Analysen [online]. In: lander-analysen.de – URL <http://www.laender-analysen.de/polen/pdf/PolenAnalysen06.pdf> (Abruf 2014-09-08)

LÄNDER ANALYSEN 126

Laender-analysen.de: Polen-Analysen Nr. 126 [online]. In: laender-analysen.de – URL <http://www.laender-analysen.de/polen/pdf/PolenAnalysen126.pdf> (Abruf 2014-09-08)

LIBMAG

Libmag.de: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland [online]. In: libmag.de – URL http://www.libmag.de/wp-content/uploads/2013/10/DSI-Sonderinf_Screen.pdf (Abruf 2014-09-09)

MAŚLANKIEWICZ; DOMAŃSKI 2012

Maślankiewicz, Andrzej; Domański, Jerzy: Stowarzyszenie Dziennikarzy RP apeluje do władz TVP [online]. In: sdp.pl – URL <http://www.sdp.pl/aktualnosci/8315,stowarzyszenie-dziennikarzy-rp-apeluje-do-wladz-tvp,1377003433> (Abruf 2014-09-09)

NASZE MIASTO

Naszemiasto.pl: O firmie [online]. In: naszemiasto.pl – URL http://ofirmie.naszemiasto.pl/o_nas/gazeta/ (Abruf 2014-09-08)

OLESZKOWICZ 2012

Oleszkowicz, Magdalena: *Public Media in Poland*. In: *The Polish Media System 1989-2011*. Kraków : Kraków Society for Education AFM Publishing House, 2012.

POLITYKA

Polityka.pl: Historia POLITYKI [online]. In: polityka.pl – URL <http://www.polityka.pl/opolityce/1571445,1,historia-polityki.read> (Abruf 2014-09-08)

POLSAT

Polsat.pl: Historia [online]. In: polsat.pl – URL http://www.polsat.pl/O_Nas,2860/Historia,2863/ (Abruf 2014-09-09)

POLSKIE RADIO DLA ZAGRANICY

Thenews.pl: Polskie Radio dla Zagranicy [online]. In: thenews.pl – URL <http://thenews.pl/> (Abruf 2014-09-08)

PRESS 2012

Press.pl: Blumstajn, Maziarski i Żakowski zakładają Towarzystwo Dziennikarskie [online]. In: press.pl – URL http://www.press.pl/personalia/pokaz/28509,Blumstajn_-Maziarski-i-Zakowski-zakladaja-Towarzystwo-Dziennikarskie (Abruf 2014-09-08)

PRESS 2007

Press.pl: Tomasz Lis odszedł z Polsatu [online]. In: press.pl – URL <http://www.press.pl/personalia/pokaz/1773,Tomasz-Lis-odszedl-z-Polsatu> (Abruf 2014-09-09)

PRESSEGESETZ 1984

Pressegesetz (idF v. 26.01.1984) Art. 6 Pkt. 4

PRESSRELATIONS 2002

Presseservice.pressrelations.de: Großer Erfolg des Axel Springer Verlages in Polen: NEWSWEEK – auf Anhieb die Nummer eins unter polnischen Nachrichtenmagazinen – feiert seinen ersten Geburtstag [online]. In: presseservice.pressrelations.de – URL http://presseservice.pressrelations.de/standard/result_main.cfm?aktion=jour_pm&r=103473&quelle=0&pfach=1&n_firmanr_=100115&sektor=pm&detail=1 (Abruf 2014-09-08)

PRINT.DE 2001

Print.de: Axel-Springer-Verlag: Polnische »Newsweek«-Ausgabe [online]. In: print.de – URL <http://www.print.de/News/Markt-Management/Axel-Springer-Verlag-Polnische-Newsweek-Ausgabe> (Abruf 2014-09-08)

PUHL; NEEF 2013

Puhl Jan; Neef Christian: Bastarde des Kommunismus [online]. In: spiegel.de – URL <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-104674058.html> (Abruf 2014-09-08)

RADIO TRACK

Radiotrack.pl: Aktualny ranking słuchalności [online]. In: radiotrack.pl – URL <http://www.radiotrack.pl/index.php/wyniki.html> (Abruf 2014-09-09)

RADIO ZET

Radiozet.pl: O nas [online]. In: radiozet.pl – URL <http://www.radiozet.pl/O-Radiu-ZET> (Abruf 2014-09-09)

REISNER 2014

Reisner, Justyna: Rynek telewizyjny w II kwartale 2014 roku [online]. In: krrit.gov.pl – URL http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/regulacje-prawne/polska/kontrola-nadawcow/rynek-telewizyjny-w-ii-kwartale-2014.pdf (Abruf 2014-09-09)

REPORTER OHNE GRENZEN 2009

Reporter-ohne-grenzen.de: Rangliste der Pressefreiheit 2009 [online]. In: reporter-ohne-grenzen.de – URL https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2009/09_Rangliste_final.pdf (Abruf 2014-09-08)

REPORTER OHNE GRENZEN 2010

Reporter-ohne-grenzen.de: Rangliste der Pressefreiheit 2010 [online]. In: reporter-ohne-grenzen.de – URL https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2010/Rangliste_2010_PDF.pdf (Abruf 2014-09-08)

REPORTER OHNE GRENZEN 2014

Reporter-ohne-grenzen.de: Rangliste der Pressefreiheit 2014 [online]. In: reporter-ohne-grenzen.de – URL https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2014/140211_Rangliste_Deutsch_Tabelle.pdf (Abruf 2014-09-08)

RMF FM

Rmf.fm: Ludzie RMF FM [online]. In: rmf.fm – URL <http://www.rmf.fm/ludzie/> (Abruf 2014-09-09)

RPO

Rpo.gov.pl: Rzecznik Praw Obywatelskich [online]. In: pro.gov.pl – URL: <http://www.rpo.gov.pl/pl/content/rzecznik> (Abruf 2014-09-08)

RZECZPOSPOLITA 1 2012

Ekonomia.rp.pl: Bezpłatna prasa wierzy w papier [online]. In: ekonomia.rp.pl – URL <http://www.ekonomia.rp.pl/artykul/933114.html> (Abruf 2014-09-08)

SCHMID 2013

Schmid, Stefan: *Strategien der Internationalisierung*. 3. Aufl. München : Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2013.

SCHRÖDER 2014

Schröder, Jens: IVW-Bilanz: F.A.Z. ist der ePaper-König unter den Tageszeitungen [online]. In: meedia.de – URL <http://meedia.de/2014/02/14/ivw-bilanz-f-a-z-ist-der-e-paper-koenig-unter-den-tageszeitungen/> (Abruf 2014-09-08)

SDP

Sdp.pl: Informacje o SDP [online]. In: sdp.pl – URL <http://sdp.pl/s/informacje-o-sdp> (Abruf 2014-09-08)

SOLIDARNOŚĆ

Solidarnosc.org.pl: Tygodnik Solidarność [online]. In: solidarnosc.gov.pl – URL: <http://www.solidarnosc.org.pl/aktualnosci/informacje/tygodnik-solidarnosc> (Abruf 2014-09-08)

SONCZYK 1999

Sonczyk, Wiesław: *Media w Polsce : Zarys Problematyki*. 1. Aufl. Warszawa : Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne SA, 1999.

SPIEGEL 2006

Spiegel.de: Pressefreiheit in Polen: Kaczynski zeigt Profil [online]. In: spiegel.de – URL <http://www.spiegel.de/politik/ausland/pressefreiheit-in-polen-kaczynski-zeigt-profil-a-446427.html> (Abruf 2014-09-08)

STATISTA 2013

De.statista.com: Anzahl der Zuwanderer nach Deutschland nach Herkunftsländern im Jahr 2013 [online]. In: de.statista.com – URL:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/157446/umfrage/hauptherkunftslaender-der-zuwanderer-nach-deutschland-2009/> (Abruf 2014-09-08)

STEGHERR; LIESEM 2010

Stegherr, Marc; Liesem, Kerstin: *Die Medien in Osteuropa : Mediensysteme im Transformationsprozess*. 1. Aufl.. Wiesbaden : VS Verlag, 2010.

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 1

Medientage.org: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Polen [online]. In: medientage.org – URL http://www.medientage.org/a96,radio_publiczne_w_polsce_.html (Abruf 2014-09-08)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 2

Medientage.org: RMF FM [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a118,rmf_fm.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 3

Medientage.org: Radio ZET [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a120,radio_zet.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 4

Medientage.org: Radio Maryja [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a119,radio_maryja.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 5

Medientage.org: Öffentlich-rechtliches Fernsehen in Polen [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a93,telewizja_publiczna_.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 6

Medientage.org: TVP 1 [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a115,txp_1_jedynka_.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 7

Medientage.org: TVP 2 [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a116,txp_2_dw_jka_.html (Abruf 2014-09-09)

STIFTUNG FÜR DEUTSCH-POLNISCHE ZUSAMMENARBEIT 2012 8

Medientage.org: Privatfernsehen in Polen [online]. In: medientage.org – URL
http://www.medientage.org/a95,telewizja_prywatna.html (Abruf 2014-09-09)

STYSIAK 2013

Stysiak, Martin: Tajemnice abonamentu RTV. Kto płaci, kto ucieka? [online]. In: wyborcza.biz – URL
http://wyborcza.biz/pieniadzeekstra/1,134975,15035241,Tajemnice_abonamentu_RTV__Kto_placi__kto_ucieka___PIENIADZE.html (Abruf 2014-09-09)

TANSKA 2012

Tanska, Joanna: Marsz po indeksy [online]. In: polska.newsweek.pl – URL: <http://polska.newsweek.pl/marsz-po-indeksy,92453,1,1.html> (Abruf 2014-09-08)

TELESKOP

Teleskop.org.pl: Lista danych ogólnodostępnych [online]. In: teleskop.org.pl – URL: <http://www.teleskop.org.pl/zkdp/index.jsp?p=publicData> (Abruf 2014-09-08)

TVN

Tvn.pl: Historia [online]. In: tvn.pl – URL <http://www.tvn.pl/historia/> (Abruf 2014-09-09)

TVP

Tvp.pl: Tomasz Lis na żywo [online]. In: tvp.pl – URL: <http://www.tvp.pl/publicystyka/polityka/tomasz-lis-na-zywo> (Abruf 2014-09-08)

TYGODNIK SOLIDARNOŚĆ

Tygodniksolidarnosc.com: Historia "Tygodnika Solidarność" (dt. Geschichte der Wochenzeitung Solidarność) [online]. In: tygodniksolidarnosc.com – URL: <http://www.tygodniksolidarnosc.com/pl/793/historia--tygodnika-solidarnosc-.html> (Abruf 2014-09-08)

UCHANIUK 2014 1

Uchaniuk, Magdalena: Protest w Telewizji [online]. In: sdp.pl – URL <http://www.sdp.pl/informacje/9751,protest-w-telewizji,1399972937> (Abruf 2014-09-09)

UCHANIUK 2014 2

Uchaniuk, Magdalena: List otwarty pracowników Telewizji Polskiej do premiera [online]. In: sdp.pl – URL <http://www.sdp.pl/informacje/9416,list-otwarty-pracownikow-telewizji-polskiej-do-premiera,1393864485> (Abruf 2014-09-09)

UNESCO

Unesco.de: Pressefreiheit [online]. In: unesco.de – URL <http://www.unesco.de/pressefreiheit.html> (Abruf 2014-09-09)

VETTER 2014

Vetter, Reinhold: *Bronislaw Geremek: Der Stratege der polnischen Revolution*. 1. Aufl. Berlin : BWV Verlag, 2014.

WIRTUALNE MEDIA

Wirtualnedia.pl: SDP RP: testy pracowników TVP to szykany i hipokryzja [online]. In: wirtualnedia.pl – URL <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/sdp-rp-testy-pracownikow-tvp-to-szykany-i-hipokryzja> (Abruf 2014-09-09)

WOJNAROWICZ 2014

Wojnarowicz, Stanisław: Protest w TVP Lublin [online]. In: dziennikarzerp.pl – URL <http://dziennikarzerp.org.pl/protest-w-tvp-lublin/> (Abruf 2014-09-09)

WPROST

Wprost.pl: Informacje o AWR Wprost [online]. In: wprost.pl – URL http://www.wprost.pl/o_firmie/ (Abruf 2014-09-08)

WYBORCZA 1

Wyborcza.pl: „Gazeta Wyborcza“ dzisiaj [online]. In: wyborcza.pl – URL
<http://wyborcza.pl/centrumpomocygw/0,134955.html> (Abruf 2014-09-08)

WYBORCZA 2

Wyborcza.pl: Historia Gazety Wyborczej w liczbach [online]. In: wyborcza.pl – URL
http://wyborcza.pl/centrumpomocygw/1,134955,14950114,Historia_Gazety_Wyborczej_w_liczbach__INFOGRAFIKA_.html?bo=1 (Abruf 2014-09-08)

ZBROŻEK 2013

Zbrożek, Konrad: O (kolejnym) zawodzie umierającym [online]. In: sdp.pl – URL
<http://www.sdp.pl/felietony/174,o-kolejnym-zawodzie-umierajacym-pisze-konrad-zbrozek,1363973177> (Abruf 2014-09-08)

ZBROŻEK

Zbrożek, Konrad: Walka darmowych gazet [online]. In: epr.pl – URL
<http://www.epr.pl/walka-darmowych-gazet,felietony,26,1.html> (Abruf 2014-09-08)

Schriftliche Erklärung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht (vgl. § 26 Abs. 5 PO MuI).

Mona Klarkowska

Hamburg, 2014-09-10