

**140 JAHRE GESCHICHTE:
Schlaglichter auf
die unternehmerische Tätigkeit
der SPD**

Von Prof. Dr. Uwe Danker

LEGENDEN.

Vorurteile, Legenden und flotte Bewertungen sind seit Jahrzehnten zur Hand, wenn über die unternehmerische Tätigkeit der deutschen Sozialdemokratie berichtet oder spekuliert wird: Einerseits, so liest man, könne die Partei nicht recht erfolgreich wirtschaften, habe sie durch ‚Misswirtschaft‘ (Stern) und ‚Dilettantismus von Funktionären‘ (Die Zeit) einen ‚unaufhaltsamen Abstieg‘ (Der Spiegel) SPD-naher Tageszeitungen verantwortet, das eigene ‚Presseimperium‘ (Die Welt) an die Wand gefahren. Andererseits sei die SPD sehr reich, verfüge weiterhin über einen eigenen ‚straff geführten Medienkonzern‘ (Die Zeit), ‚vertusche‘ (Die Welt) dieses Engagement mit ‚versteckten Millionen‘ (Focus) aber, übe verdeckte ‚Zensur durch die Hintertür‘ (Christ und Welt) aus, ‚unterwandere‘ auch mal ‚bürgerliche Presse‘ (FAZ), oder betreibe mit eigenen Rundfunkanstalten ‚Propaganda‘ (FAZ). – Neu ist die Kritik nicht. Schon 1909 sahen sich damalige Sozialdemokraten in der in Buchform publizierten „Anklageschrift“ eines F. S. Neumann dem Vorwurf ausgesetzt, „unfähige und unehrliche Verwalter, Vergeuder der ihnen anvertrauten Arbeitergrotschen“ zu sein, und 1914 veröffentlichte ein gewisser Max Heller ebenfalls in Berlin das Buch „Sozialdemokratische Arbeiterausbeutung“. Betrachtet man jedoch ernsthaft historische Wurzeln und die Traditionslinien der unternehmerischen Tätigkeit der Sozialdemokratie, so erklärt sich manches und lösen sich viele Legenden und Vorurteile im Nichts auf. Das soll im Folgenden schlaglichtartig in ganz groben Zügen unternommen werden.

1. Eigene Presseunternehmen im monarchischen Deutschland: Die Jahre 1864 - 1918

FRÜHER START.

Innerhalb der beiden großen Gründungsströmungen der ‚sozialdemokratischen‘ Arbeiterbewegung, dem 1863 unter maßgeblicher Beteiligung Ferdinand Lassalles gegründeten „Allgemeinen Deutschen Arbeiter-Verein“ (ADAV) und dem von August Bebel und Wilhelm Liebknecht geprägten „Verband deutscher Arbeiter-Vereine“ (VDAV), die sich 1875 vereinigen würden, war von Beginn an klar, dass parallel zur Schaffung der Parteiorganisation auch der Aufbau und Betrieb eigener Presseunternehmen notwendig sei. Dieser frühe Start unternehmerischer sozialdemokratischer Tätigkeit besaß eine einfache Ursache: Emanzipatorisch-politische Bestrebungen trafen in der Öffentlichkeit des monarchischen Deutschland auf kein Verständnis. Und noch für lange Zeit sollte gelten, dass ein öffentliches Bekenntnis zur Sozialdemokratie den Arbeitsplatzverlust nach sich ziehen konnte. Jedenfalls waren auch die etablierten Zeitungen, ob konservativ, liberal oder kirchlich orientiert, wenig geneigt, sozialdemokratischen Ansichten irgendeine Berechtigung und damit Berichterstattung einzuräumen. Im Gegenteil: Sie schlugen oft besonders schrille Töne an, wenn es darum ging, diese „Unruhestifter“ und „vaterlandslosen Gesellen“ aus der respektablen Gesellschaft auszugrenzen.

ERSTE ORGANE.

Früh also wurde der jungen Sozialdemokratie klar, dass sie auch publizistisch völlig eigene Wege gehen müsse. Noch 1864 etablierte sich der ‚Social-Demokrat‘ als offizielles Sprachrohr der ‚Lassalleaner‘, die ‚Eisenacher‘ gaben ab 1868 das ‚Demokratische Wochenblatt‘ und später den ‚Volksstaat‘ heraus, die 1876 zum ‚Vorwärts‘ verschmelzen würden. Bald betrieben lokale und regionale Gliederungen der SDAP eigene Parteizeitungen, 1873 bereits 13 Titel: Das Startkapital für diese sozialdemokratischen „Lokalblätter“ musste vor Ort aus Beiträgen und Spenden von Mitgliedern und Anhängern zusammengetragen werden. Schon aus diesem Grund war vielerorts die Bindung des sozialdemokratischen Milieus an seine mit Arbeitergrotschen aufgebauten Zeitungen stark ausgeprägt. In der Parteizeitung fand der überzeugte Sozialdemokrat das politische Tagesgeschehen aus ‚seiner‘ Perspektive wiedergegeben und kommentiert – für viele Arbeiter eine neue, wichtige und das Selbstbewusstsein der jungen Arbeiterbewegung erheblich stärkende Erfahrung! Schließlich widmeten sich die Parteizeitungen immer wieder der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischen Rüstzeugs für den täglichen politischen Kampf: Hier wurden dem lesenden Arbeiter von intellektuellen Autoritäten, die seine eigenen Werte und Grundhaltungen teilten, die größeren Zusammenhänge der gegenwärtigen Verhältnisse und Ereignisse erklärt. Das Motto: „Wissen ist Macht!“

ANNONCENFREI.

Wirtschaftlich indes bestanden enge Grenzen: Noch lange blieb beispielsweise der Abdruck gewerblicher Annoncen in sozialdemokratischen Zeitungen für deren Herausgeber wie für Anzeigenkunden außerhalb des Milieus der Arbeiterbewegung gleichermaßen undenkbar: In einem gesellschaftlichen Klima des Klassenkampfes macht man mit dem Gegner keine Geschäfte! Dennoch konnte Vorstandsmitglied Ignaz Auer dem Parteikongress 1877 über die Entwicklung der Parteipresse beeindruckende Zahlen vorweisen: Neben dem Zentralorgan ‚Vorwärts‘ erschienen im Deutschen Reich 41 sozialdemokratische Zeitungen, die überwiegend nach dem Genossenschaftsmodell im kapitalistischen Umfeld wirtschafteten.

STAATLICHE VERFOLGUNG.

In der Anfangszeit des sozialdemokratischen Pressewesens stellten polizeiliche Maßnahmen und gerichtliche Verurteilungen keine Seltenheit dar. So bezifferte die ‚Chemnitzer Freie Presse‘ 1877 die Summe der Freiheitsstrafen, die innerhalb nur eines Jahres gegen Redakteure ihres Blattes verhängt wurden, auf insgesamt acht Jahre. – Derartiges gehörte fast zum Berufsbild. Dann aber wurde es wirklich schlimm: Zwischen 1878 und 1890, der Geltungsdauer der Sozialistengesetze, dominierten massive Verfolgungen, Exilerfahrungen und Partei- wie Zeitungsverbote. Auch wenn die politische Doppelstrategie von Kanzler Bismarck scheiterte: Die meisten sozialdemokratischen Unternehmen waren enteignet oder kaputt. Aber noch 1890 setzte eine zweite Gründungswelle ein, entstanden 60 eigene Zeitungen!

„TREUHÄNDER“

Diese Unternehmen wurden jetzt in der Regel als OHGs oder noch häufiger GmbHs gegründet, Genossenschaften in derartige Gesellschaften umgewandelt. Damit zog die SPD eine wichtige Lehre aus der Verfolgungszeit. Durch „Treuhand“ wollte man in Zukunft den staatlichen Zugriff erschweren. Denn: Loyale „Treuhand“ würden zwar von der Kapital gebenden Parteigliederung eingesetzt und hätten sich ihr gegenüber zu verantworten, sie wären aber rechtlich gesehen private Teilhaber der Unternehmen und könnten im befürchteten Fall einer Neuauflage des Ausnahmegesetzes nicht mehr ohne weiteres enteignet werden. Entgegen verbreiteten Befürchtungen gelang es immer mehr sozialdemokratischen Zeitungen, Druckereien und Verlagen, sowohl laufende Kosten als auch modernisierende Investitionen aus selbst erwirtschafteten Mitteln zu bestreiten. Zwischen 1903 und 1912 wuchsen sogar die Inseraten-Einnahmen sozialdemokratischer Presseorgane von 1,7 auf über 6,8 Millionen RM. – Überschüsse aus profitablen Parteiunternehmen flossen jetzt in die Kassen der Kapital gebenden Parteigliederungen zur Finanzierung der politischen Arbeit. Aber: Noch 1912 waren ein Drittel der sozialdemokratischen Zeitungen auf Zuschüsse angewiesen.

ZIELGRUPPEN-FORMATE.

1914, am Vorabend des Ersten Weltkriegs, erschienen 94 Parteizeitungen mit einer Gesamtauflage von rund 1,4 Millionen Exemplaren. Zu den klassischen Parteiorganen hatten sich längst zielgruppenspezifische Formate wie die Frauenzeitschrift ‚Die Gleichheit‘ gesellt, und neben anspruchsvollen wissenschaftlichen Zeitschriften wie der vom Parteitheoretiker Karl Kautsky redigierten ‚Neuen Zeit‘ erfreute sich das Satireblatt ‚Der wahre Jacob‘ großer Beliebtheit. – Insgesamt lag ihr Anteil am deutschen Blätterwald jedoch lediglich bei etwas mehr als zwei Prozent der in Deutschland erscheinenden Presseorgane. Eine Medienmacht stellten sie folglich nicht dar. Und dann der Erste Weltkrieg: Mit dem innerparteilich sehr umstrittenen ‚Burgfrieden‘ und den Kriegsjahren begann eine bittere und schwierige Phase für die sozialdemokratischen Betriebe.

2. Politischer Spagat und ökonomische Expansion in der Weimarer Republik: Die Jahre 1918 - 1933

VERLORENE TRÄUME.

Während der Novemberrevolution 1918 sah sich die Sozialdemokratie, eben noch als Partei der Landesverräter beschimpft, zugleich vertrauensvoll an die Spitze der Revolution geschoben wie in einer bremsenden und Ordnung sichernden Regierungsverantwortung. Diesem Spagat folgte eine dauerhaft schwierige Rolle in der Weimarer Zeit: Bei der doppelten Parteispaltung mit der Gründung der USPD 1917 und der KPD 1919 waren Verlage und Druckereien mit gegangen. Und auch Redakteure und Leser der bei der Mehrheits-SPD verbliebenen Parteizeitungen sahen ihre Träume und Sehnsüchte verkauft: Zwar war ‚ihre‘ SPD jetzt Regierungspartei – doch

für welchen Preis? – Die erhoffte sozialistische Revolution schien jedenfalls erst einmal auf bessere Zeiten verschoben. In ihrer schwierigen neuen Rolle benötigte die Sozialdemokratie stärker als zuvor die Unterstützung durch die eigenen Medien. Aber: Seit 1920 war die SPD für lange acht Jahre nicht mehr Regierungspartei, ihre Presse hielt lediglich gut drei Prozent an der Auflage aller deutschen Tageszeitungen – beides im deutlichen Missverhältnis zu den errungenen Wählerstimmen der SPD.

„STÜCK MEINER SELBST“

1922 setzten die Preisexplosionen der Inflationszeit ein. Das unbedruckte rohe Zeitungspapier war oft teurer als der Preis der fertigen Zeitungsnnummer. – Die Bilanzen der sozialdemokratischen Zeitungsverlage rutschten ins Minus. Trotzdem: Die größten wirtschaftlichen Probleme schienen bereits 1924 überwunden: Die SPD besaß 169 Zeitungen und 104 Druckereien – so viele wie niemals zuvor! Allerdings mussten die sozialdemokratischen Betriebe jetzt bei modernisierenden Investitionen nachziehen, um mit der ‚bürgerlichen‘ Konkurrenz mithalten zu können: Neue Maschinenparks wurden angeschafft und kleinere Parteizeitungen konnten fortan ‚Matern‘ beziehen, in Pappe gepresste, fertig gesetzte Artikel, die vor Ort nur noch in Blei gegossen wurden. Hinzu kam eine ‚Sozialdemokratische Parlamentsdienst GmbH‘, ein Telegraphendienst, der 1924 zu den modernsten im ganzen Reich zählte und – vom Leitartikel über Reichstagsberichte bis zur Feuilletonnotiz – eine halbfertige Zeitung frei Haus lieferte. Volkshäuser und Parteizeitungen blieben in der Weimarer Republik erfolgreiche Modelle: Noch immer sparten sich viele Arbeiter die Groschen für das vergleichsweise teure Zeitungsabonnement vom Munde ab. ‚Die Zeitung ist ein Stück meiner Selbst‘ schrieb 1930 ein Leser an die Redaktion der ‚Pfälzischen Post‘. – Dass er den wortgleichen Artikel las, wie sein Genosse in München oder Kiel, das störte ihn nicht, im Gegenteil.

‚KONZENTRATION AG‘

Zur Modernisierungsanstrengung gehörte auch die 1925 ins Leben gerufene ‚Konzentration A.G. Sozialdemokratische Druckerei- und Verlagsbetriebe‘ mit dem Parteivorstand als Mehrheitsaktionär. Die ‚Konzentration AG‘ kontrollierte die Steuerprüfung der Parteiunternehmen, beschaffte sämtliche Rohstoffe wie Betriebsmittel und warb später zentral um neue Leser und um Sammelinserate. Und: Alle sozialdemokratischen Betriebe führten fortan zwei Prozent ihres Umsatzes an die SPD ab. 1930 waren das immerhin 1,2 Millionen RM. Die Geschäftsbilanzen des Unternehmensbereichs konnten sich sehen lassen: Zwischen 1924 und 1929 stiegen die Einnahmen von 44,9 auf 81,6 Millionen RM. Die Gesamtauflage der Zeitungen kletterte 1926 auf 1 168 029 Stück, 1929/1930 arbeiteten über 8 000 Männer und Frauen in den 203 sozialdemokratischen Betrieben. Auf dem Höhepunkt ihrer Entwicklung im Jahr 1932 hielt die sozialdemokratische Presse immerhin gut fünf Prozent der Auflage aller Zeitungen in Deutschland!

ZIELKONFLIKTE.

Das war die Erfolgsseite, aber es gab auch Probleme und Konflikte. Der Versuch, zugleich markt- wie milieuorientierte Medien zu produzieren, wurde in der massenkulturellen Gesellschaft der Weimarer Republik erstmals zum Spagat: Alte parteitreue Leser durften nicht verprellt, die SPD-Blätter mussten weiter ein Stück sozialdemokratischer Lebensart bleiben, gleichzeitig aber sollten Angestellte und Beamte als neue SPD-Wähler gewonnen und Anzeigenkunden aus der bürgerlichen Privatwirtschaft geworben werden. Und förmlich zum Dilemma wuchs der Zielkonflikt zwischen Unterstützung der republiktragenden Berliner SPD-Spitze auch in unbequemen Zeiten und der kritischen, sozialdemokratischen Sicht der Dinge. Insbesondere seitdem die SPD 1928 unter dem zweiten Kabinett Herrmann Müller wieder in die Regierung eingetreten war, kritisierten Bezirksvorstände und ihre Medien immer wieder die Politik von Parteivorstand und Regierung, während die Mehrheit der kleineren finanzschwachen Betriebe auf den Parteitag dem Vorstand folgte, auf dessen finanzielle Unterstützung sie angewiesen waren.

ARBEITGEBERROLLE.

Hinzu kam eine weitere Besonderheit sozialdemokratischer Unternehmen: Mitarbeiter in Parteiunternehmen wurden für die gleiche Arbeit weitaus besser bezahlt als ihre Kollegen bei der bürgerlichen Presse, bekamen zusätzlichen Urlaub und bessere Sozialleistungen. Der Unternehmensbereich der SPD war in den fünf Jahren zwischen 1925 und 1930 keineswegs zu einem Konzern gewachsen, der ausschließlich nach den Gesetzen des freien Marktes funktionierte und einzig und allein volle Kassen zum Ziel hatte.

ZENTRALISIERUNG.

Die ‚Konzentration AG‘ stellte zwar formal keine Holding dar. Aber faktisch war es eine der Hauptaufgaben der Aktiengesellschaft, von allen Gesellschaftern Treuhänderklärungen zu erhalten, um die jeweiligen Besitzrechte im Sinne des Parteivorstands zu ordnen. Zudem verfügte die ‚Konzentration AG‘ mit der Verteilung von Darlehen über die Möglichkeit, auf Betriebe direkt Einfluss zu nehmen. Das Ergebnis der Entwicklung: Die ‚Konzentration AG‘ war Anfang 1933 in 107 Betrieben als Gesellschafter eingetragen, in 66 davon hielt sie die Mehrheitsrechte. Rechtlich änderte sich darüber hinaus an den alten Treuhänderstrukturen aus der Kaiserzeit aber nicht viel: Weiterhin führten Einzelpersonen die Betriebe für die Partei und Gewinne ihrer Unternehmen sollten im Interesse der Partei für die Sache der Arbeiterbewegung ausgegeben werden.

WELTWIRTSCHAFTSKRISE.

Der Einbruch kam von anderer Seite, mit der 1929 einsetzenden Weltwirtschaftskrise. Die Arbeitslosenzahlen schnellten in die Höhe, 1932 suchten in Deutschland mehr als sechs Millionen registrierte Menschen Arbeit. Die Abonnementzahlen brachen bei den sozialdemokratischen Zeitungen zwar nicht so schnell weg wie bei den bürgerlichen, aber eine deftige Krise wurde es dennoch: 1932 existierten nur noch 135 Parteizeitungen!

VERFOLGUNG UND ENTEIGNUNG.

Seit den Septemberwahlen von 1930 folgten sie nur noch einer Aufgabe: Zahllose Wahlschlachten politisch zu begleiten. Im Zuge einer Reihe von Pressenotverordnungen nach dem ‚Preußenschlag‘ im Juli 1932 wurden auch sozialdemokratische Zeitungen immer häufiger befristet verboten. Und tatsächlich hatte das Ende von Weimar mit Erfahrungen aus dem kaiserlichen Preußen-Deutschland und der damaligen Sozialistenverfolgung nur noch wenig zu tun: Schon bis 1931 wurden die Häuser von 14 sozialdemokratischen Zeitungsverlagen überfallen und besetzt, zum Teil beschädigt und fünf Zeitungsverkäufer schwer verletzt! Und nach der ‚Reichstagsbrandverordnung‘ vom 28.2.1933 zur angeblichen Kommunistenabwehr waren die bürgerlichen Grundrechte und Pressefreiheit endgültig aufgehoben. Fortan überfielen und besetzten SA- und SS-Angehörige in zahlreichen Orten sozialdemokratische Pressebetriebe. Viele Redakteure dieser Unternehmen erschienen zwar weiterhin jeden Tag in der Redaktion, doch verfassten sie keine Artikel mehr, sondern schoben Wachen, um ihre Verlagsgebäude vor randalierenden SA-Verbänden zu schützen. Die Beschlagnahme des gesamten SPD-Vermögens war nur noch eine Frage der Zeit, und sie erfolgte am 10. Mai 1933: Alle sozialdemokratischen Betriebe, Grundstücke, Anlagen und Barmittel wurden enteignet. Der Großteil des Parteivermögens – Gebäude, Druckereien und Zeitungen – fiel in die Hände der Nationalsozialisten. – 1946 würde man das verlorene SPD-Vermögen auf über 100 Millionen RM aktuellen Zeitwert beziffern!

3. Selbst im widrigen Exil unternehmerische Tätigkeit: Die Jahre 1933 - 1945

EXIL-STATIONEN.

1933 sah sich die Führung der SPD vom NS-Staat ins Exil getrieben: Das erste Ziel hieß Prag, 1937 aber nahm der deutsche Druck auf die tschechische Regierung zu und der Exilvorstand wich nach Paris aus; von dort floh die SPD-Spitze nach der Besetzung 1940 weiter über Südfrankreich und Portugal nach London. Und immer gehörte zur politischen Widerstandsarbeit auch eine den Exil-Bedingungen angepasste unternehmerische Tätigkeit! Auf abenteuerlichen Wegen war es gelungen, einen kleinen Teil des Parteivermögens in Barform zu retten und ins Ausland zu bringen, insgesamt ungefähr 1,2 Millionen Reichsmark. Im Prager Büro der ‚SOPADE‘ – der ‚Sozialdemokratischen Partei Deutschlands im Exil‘ – arbeitete eine aus knapp 25 Personen bestehende Gruppe um die Vorsitzenden Otto Wels und Hans Vogel.

WIDERSTAND UND MEDIENVERTRIEB.

Die SOPADE brachte das Zentralorgan der Partei unter dem Titel ‚Neuer Vorwärts‘ als Wochenzeitung heraus: Mit Unterstützung der (Sudeten-)‚Deutschen Sozialdemokratischen Arbeiterpartei‘ stand die ‚Graphia-Verlagsanstalt‘ in Karlsbad zur Verfügung, der die SOPADE juristisch korrekt als stille Teilhaberin beitrug. Es gelang sogar, Anzeigenkunden und Abonnenten zu binden, so

dass die Zeitung noch im Jahre 1933 eine durchschnittliche Auflage von 12 000 Stück erreichte und in 42 Ländern verbreitet wurde. Allerdings gab es viele säumige Abonnenten. Bald erschienen weitere Organe, Bücher und Flugschriften, und die ans Ausland adressierten ‚Deutschland-Berichte der SOPADE‘ schließlich beschrieben sehr gut informiert die Entwicklung und Stimmung, aber auch Verfolgung und Widerstand im Dritten Reich. – Das alles war verdienstvoll, kreativ, heroisch und gefährlich zugleich: Die auf die Illegalität kaum vorbereiteten und in der Konspiration ungeübten Sozialdemokraten zeigten sich den NS-Verfolgungsbehörden im Reich jedenfalls auf Dauer nicht gewachsen und zahlten einen hohen Preis. 1936 war der innerdeutsche Widerstand fast vollständig zerschlagen, der Kontakt zwischen Prag und Berlin weit gehend zusammengebrochen.

WERBUNG IM EXIL.

In Paris schmolzen ab 1937 die finanziellen Reserven zusammen, wurden massive Einsparungen im defizitären Verlagsgeschäft notwendig: Allein der ‚Neue Vorwärts‘ benötigte erhebliche Zuschüsse. Die Auflage sank zugleich beständig, auf schließlich 2900 im Jahr 1940. Schon 1938 hatten nur noch exakt 624 Abonnenten gezahlt! Die ohnehin kleine Zielgruppe der Emigranten und Flüchtlinge verfügte über immer weniger Geld, in vielen Ländern gab es mittlerweile zudem Vertriebsverbote. Gleichwohl wurde in einem internen Bericht der SOPADE die auch ökonomisch motivierte Frage aufgeworfen, „ob sich durch die Belebung des Zeitungsinhaltes neue Leser gewinnen lassen.“ – Ein hilfloser Versuch eines unternehmerischen Ansatzes im Exil!

SCHICKSALE.

1940 flüchteten schließlich Hans Vogel, Erich Ollenhauer und der mittlerweile in den Vorstand berufene Fritz Heine nach Großbritannien. Die Mitglieder Otto Wels und Sigmund Crummenerl waren in Paris verstorben, andere emigrierten nach Übersee – und einige wie Rudolf Breitscheid und Rudolf Hilferding lieferten die Behörden des kollaborierenden „Vichy-Frankreichs“ an die deutsche Gestapo aus. Auch in London erwarteten die deutschen Exilierten große Schwierigkeiten. Und obwohl die britische Arbeiterbewegung die inzwischen SOPADE-Mitglieder finanziell unterstützte, blieb das Verhältnis zwischen ihr und den Exilierten gespannt. Mittellosigkeit, Frustration, persönliche und sachliche Differenzen führten zu teilweise auch öffentlich ausgetragenen starken Auseinandersetzungen innerhalb der SOPADE. Immerhin war man schließlich mehr als ein Jahrzehnt in Bedrängnis und Exil! – Vom SOPADE-Vorstand würden im Herbst 1945 schließlich allein Fritz Heine und Erich Ollenhauer nach Deutschland zurückkehren!

BRÜCKE VON WEIMAR NACH BONN.

Die 12-jährige Exilzeit der SPD bildet eine Brücke zwischen ihrem Wirken in der Weimarer Republik und in der Nachkriegszeit. Eine im eigentlichen Sinn unternehmerische Tätigkeit der Partei konnte es aufgrund der extremen Verhältnisse im Exil nicht geben. Die Tradition der

sozialdemokratischen Verlagsarbeit aber wurde trotz der widrigen Umstände fortgeführt – sogar mit einem rudimentär ausgebildeten Rechnungswesen. Politische Widerstandsarbeit und Aufklärung besaßen dabei oberste Priorität, die Wirtschaftlichkeit stand eher im Hintergrund.

PRÄGUNGEN.

Die schmerzhaften Erfahrungen des Exils gehörten zum Erfahrungsschatz der Heimkehrer und können als ein Schlüssel für Entscheidungen und Konflikte der SPD in der Nachkriegszeit dienen, und zwar auch und insbesondere auf dem Feld ihrer unternehmerischen Tätigkeiten! Denn am sozialdemokratischen Neubeginn in den Westzonen wirkten unter Kurt Schumacher wichtige Repräsentanten des Exils mit. Insbesondere Alfred Nau und Fritz Heine, die für Jahrzehnte den unternehmerischen Bereich führen würden, wollten aus ihrer Sicht gemachte Fehler der frühen dreißiger Jahre niemals wiederholen.

4. Dem starken Neubeginn und der stabilen Reetablierung folgt die ökonomische Krise: Die Jahre 1945 - 1970

NEUSTART-BEDINGUNGEN.

Im besiegten Deutschland schufen die vier Besatzungsmächte 1945 in ihren Zonen sehr unterschiedliche Rahmenbedingungen für den politischen Neubeginn. Das schloss die Medien mit ein: Während in der SBZ von einer demokratischen Presseentwicklung bald nicht mehr die Rede sein konnte und die SPD mit der Zwangsvereinigung zur SED ohnehin Besitz und Vermögen verlor, lizenzierten die Amerikaner und Franzosen politisch ausgewogene Herausbergremien für überparteiliche Zeitungen. In der britischen Zone aber konnten sich ab 1946 auch „parteinahe Blätter“ etablieren: Die Militärregierung vergab Lizenzen an vertrauenswürdige, journalistisch qualifizierte Personen, die von den Parteien vorgeschlagen wurden und sich verpflichteten, bei der publizistischen Arbeit die Interessen dieser Partei zu berücksichtigen. – Das war die Wiedergeburt des Treuhändermodells!

‚KONZENTRATION GMBH‘

1946 gründeten Zeitungsverleger und Mitglieder der Parteiorganisation die ‚Konzentration GmbH – Interessengemeinschaft sozialistischer Wirtschaftsunternehmungen‘. Trotz der Namensähnlichkeit zur Weimarer Zeit gab es einen wesentlichen Unterschied: Die neue GmbH sollte ausdrücklich nicht als Steuerungsinstrument der Parteiführung dienen; der Parteivorstand hielt lediglich 10 Prozent der Anteile. Gesellschafter der ‚Konzentration‘ waren stark überwiegend örtliche Unternehmen, nämlich die Verlage und Druckhäuser selbst. Die neue ‚Konzentration‘ stellte, obwohl ihr Name anderes suggerierte, alles dar, nur keinen Konzern oder eine Holding!

FREIER MEDIENMARKT.

In den Westzonen erschienen 1947 siebzehn sozialdemokratische Blätter mit einer Gesamtauflage von knapp 2,5

Millionen Exemplaren und erreichten einen Marktanteil von 14 Prozent. Vor allem den „Parteirichtungszeitungen“ in der britischen Zone gelang es, eine starke Stellung auf dem Markt zu erringen. Aber der Boom war bald vorbei: Als Nebeneffekt der Währungsreform im Sommer 1948 trat ein förmlicher kultureller Einbruch ein. Für Kulturkonsum und Presse schien das knappe neue Geld zu wertvoll. Der Marktanteil der SPD-Presse sank zunächst auf etwa 13 Prozent. 1949 aber wurde die Lizenzpflicht aufgehoben. Jetzt drängten insbesondere die „Altverleger“ mit ihren tradierten Blättern in den engen Markt. Bereits in den ersten Monaten mussten die in der ‚Konzentration‘ kooperierenden Zeitungen schmerzliche Auflagenrückgänge verkraften. Auflagenstarke und lokal fest verankerte Blätter wie der Berliner ‚Telegraf‘, die ‚Hannoversche Presse‘, das ‚Hamburger Echo‘ oder die Dortmunder ‚Westfälische Rundschau‘ zeigten sich am ehesten in der Lage, der neuen Marktsituation stand zu halten. – Sie gehörten noch lange zum sozialdemokratischen Milieu wie zum allgemeinen Straßenbild.

BINDUNGEN UND FREIHEITEN.

Die Eigentumsverhältnisse und die Beziehungen zwischen Empfängern sozialdemokratischer Lizenzen und Partei gestalteten sich sehr unterschiedlich. Beispielsweise widersprach das Gruppenzeitungsmodell der amerikanischen Besatzungszone dem direkten Parteieinfluss, obwohl die Lizenzträger ausdrücklich nach Parteimitgliedschaften bestimmt worden waren. Die SPD versuchte, durch Verträge oder einseitige Erklärungen der Verleger Bindungen zu sichern. Neben klassischen Treuhändern weigerten sich andere Lizenznehmer, überhaupt Verträge abzuschließen oder Erklärungen abzugeben – unter ihnen die Verleger der ‚Frankfurter Rundschau‘ und der ‚Süddeutschen Zeitung‘, deren Verlage sich außerhalb des sozialdemokratischen Unternehmensbereichs zu erfolgreichen und profilierten Zeitungsunternehmen entwickeln würden.

ZIELVORGABE MEINUNGSWANDEL.

Die neuen sozialdemokratischen Presseorgane unterschieden sich von ihren Vorläufern aus der Zeit der Weimarer Republik. Der Herausgeber des sozialdemokratischen Berliner ‚Telegraf‘, Arno Scholz: „Die neue Zeitung soll nicht den ausgesprochenen Charakter des Vereinsblattes haben, sondern in erster Linie modernes Nachrichtenblatt mit sozialdemokratischer Tendenz sein.“ Das bedeutete Öffnung in neue Kreise. Aber bis zum Ende der fünfziger Jahre blieb eine zweite Kernaufgabe bestehen: Aufgrund der harten politischen Konfrontation war Überzeugungsarbeit zu leisten. Das bemerkenswerte Ziel der SPD lautete: Meinungswandel unter den Wählerinnen und Wählern – auch mit Hilfe der eigenen Medien.

SINKENDER MARKTANTEIL.

Mitte der fünfziger Jahre wies der bundesdeutsche Pressemarkt nach Analysen der Medienforschung ein klares Profil zulasten der ‚Parteirichtungspressen‘ aller Couleur auf: ‚Heimatzeitungen‘, ‚Generalanzeiger‘ und ‚überpar-

teiliche Zeitungen‘ dominierten 1954 mit fast 70 Prozent, während ‚Parteirichtungszeitungen‘ mit Marktanteilen von etwa 13 Prozent den Christdemokraten, von ungefähr nur noch sieben Prozent der SPD und knapp vier Prozent dem liberalen Spektrum zugerechnet wurden. – Der Marktanteil sozialdemokratischer Presseorgane hatte sich also zwischen 1948 und 1954 fast halbiert.

POLITIK UND GENANNT KUNDEN.

Außerdem bestanden die strukturellen Konkurrenz Nachteile der sozialdemokratischen Wirtschaftsbetriebe fort. Jedes Management sah sich in einem Geflecht von Erwartungen gefangen: Es musste nicht nur die Gesetze des krisenanfälligen Medienmarktes, sondern auch (partei-)politische Aspekte berücksichtigen. Wer als Chefredakteur in Frage kam, welche Nebenausgaben trotz erheblicher Verluste fortbestehen sollten oder welche über-tariflichen Leistungen man zahlte: Auf diese Fragen mussten Antworten gegeben werden, die von Anhängern wie Gegnern der Sozialdemokratie in erster Linie politisch bewertet wurden. Hinzu kam: Das Abonnement der örtlichen ‚SPD-Zeitung‘ als stolzes Bekenntnis bildete im parteienskeptischen Klima der Nachkriegszeit selbst in Arbeiterquartieren keine Selbstverständlichkeit mehr. Fritz Heine notierte 1960, viele Menschen aus dem klassischen Milieu „genierten“ sich förmlich, eine sozialdemokratische Zeitung zu halten.

KONZENTRATION AUF DEM ZEITUNGSMARKT.

Die 1958/59 vollzogene Godesberger Öffnung der Partei und der Aufstieg des populären Berliner Regierenden Bürgermeisters Willy Brandt zum Kanzlerkandidaten und Parteivorsitzenden, der 1969 in seine Kanzlerschaft mündete, bescherten der SPD ein politisch sehr erfolgreiches Jahrzehnt. Obwohl die ‚Konzentration‘ 1959 mit Symbolkraft das „sozialistisch“ aus dem Firmentitel gestrichen hatte, korrespondierte die wirtschaftliche Entwicklung des sozialdemokratischen Unternehmensbereichs in den sechziger Jahren nicht mit den politischen Erfolgen. Das lag am Marktgeschehen: Seit Mitte der fünfziger bis in die Mitte der siebziger Jahre war die Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes insgesamt von massiven Konzentrationstendenzen geprägt. Durch die ‚Anzeigen-Auflagen-Spirale‘ vergrößerte sich der Wettbewerbsabstand zwischen lokalen Marktführern und ihren Konkurrenten vielerorts derart, dass schwächere Blätter auf die eine oder andere Art ihre redaktionelle wie wirtschaftliche Unabhängigkeit aufgeben mussten: 1954 hatte man in der Bundesrepublik noch 225 Zeitungen mit Vollredaktionen gezählt, 1976 existierten nur noch 121. Im gleichen Zeitraum war die Zahl der Verlagsbetriebe, die Zeitungen herausgaben, von 624 auf 403 zurückgegangen. Die mit sehr geringen Polstern versehenen sozialdemokratischen Verlage gerieten in den Sog dieser Entwicklung. Mit der ersten bundesrepublikanischen Rezession 1966/67 begann ihre Krise.

EINSTELLUNGEN.

Besonders alarmierend verlief die Entwicklung beim ‚Hamburger Abendecho‘, wie das ‚Hamburger Echo‘ in

seiner Endphase hieß: Zwischen 1961 und 1965 war das Defizit erheblich angewachsen und machte 1966 mit mehr als 5,1 Millionen DM die Hälfte des Gesamtverlustes aller parteieigenen Medien aus! Verluste in dieser Größenordnung konnten auf Dauer weder durch Parteizuschüsse noch aus Mitteln des ebenfalls in Hamburg ansässigen Mutterunternehmens der Zeitung, der ‚Auerdruck GmbH‘, ausgeglichen werden, in deren Verlag auch die ‚Hamburger Morgenpost‘ erschien. So blieb keine Alternative zur Einstellung. Noch 1967 folgten die SPD-eigenen Zeitungen in Saarbrücken, Karlsruhe, Heilbronn und Freiburg.

KEINE INSOLVENZEN.

Dauerhaft subventionieren oder schließen: Vor diese bittere Alternative gestellt, sah sich der Unternehmensbereich der SPD in den folgenden Jahren immer häufiger dazu gezwungen, chronisch defizitäre Blätter einzustellen. Aber: Kein einziges sozialdemokratisches Unternehmen ging je den Weg der Insolvenz. Die Verantwortung für Kreditlinien, Altersversorgungen und Sozialpläne wurde auch später immer vom sozialdemokratischen Unternehmensbereich beziehungsweise der Eigentümerin übernommen und getragen. – Auch das eine für den ‚freien Markt‘ durchaus atypische Besonderheit der unternehmerischen Tätigkeit der SPD.

5. Altlasten, schmerzhaft Konsolidierung und inhaltliche Neuorientierung: Die Jahre 1970 - 2000

‚DEUTSCHE DRUCK- UND VERLAGSGESELLSCHAFT‘ Eine vom Parteivorstand eingesetzte „Geschäftskommission“ erarbeitete 1970 ein Konzept zur Reorganisation des sozialdemokratischen Unternehmensbereichs, der zu diesem Zeitpunkt 70 Betriebe in vollem Eigentum oder als Beteiligungen der SPD umfasste, darunter 31 Druckereien und 15 Zeitungsverlage. Kernaussage: Ein „einheitliches Management sowie eine einheitliche Investitions- und Finanzplanung“ müssten in eine Konzernform münden. Am 23. Dezember 1971 wurde darauf die Obergesellschaft ‚Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH‘ (‚dd_vg.‘) mit Sitz in Hamburg ins Leben gerufen und am 23. Februar 1972 ins Handelsregister eingetragen. Die meisten Betriebe der SPD waren damit in der ‚dd_vg.‘ zusammengefasst oder wurden, soweit es sich um Beteiligungen handelte, von ihr betreut, während wenige Unternehmen Gesellschafter der ‚Konzentration‘ blieben, die fortan überwiegend für die Verwaltung der Liegenschaften der Partei zuständig war.

ABWICKLUNGEN.

Das Stammkapital des neu geschaffenen Konzerns ‚dd_vg.‘ in Höhe von drei Millionen DM übernahmen treuhänderisch Schatzmeister Alfred Nau, Fritz Heine und der Parlamentarische Staatssekretär Hans Hermsdorf. – Es handelte sich mit Nau und Heine also immer noch um die ‚alte Garde‘, die seit 1945 die Geschicke des SPD-Medienengagements koordinierte. Zweck des Unternehmens war laut Gesellschaftsvertrag „die Herausgabe,

der Verlag, der Vertrieb und der Druck von Zeitungen, Zeitschriften und Druckerzeugnissen aller Art sowie die Verwaltung, der Erwerb und die Veräußerung von Beteiligungen.“ Die Geschichte der ‚dd_vg.‘ begann mit Abwicklungen nicht lebensfähiger Unternehmen: Allein in den Jahren 1971/1972 – parallel zum politischen Triumph Willy Brandts – mussten sieben weitere Zeitungen aufgrund ihrer chronischen Defizite abgewickelt werden. Damit waren seit Gründung der Bundesrepublik schon 20 Zeitungen der SPD eingestellt worden! Anfang 1973 erachtete die ‚Wirtschaftswoche‘ nur noch vier sozialdemokratische Blätter als nennenswert, die „in namhafter Stückzahl“ erschienen: Die ‚Hamburger Morgenpost‘, die ‚Westfälische Rundschau‘, die ‚Neue Hannoversche Presse‘ sowie den ‚Vorwärts‘.

‚VERDECKTE ZAHLEN‘

Auf dem Bundesparteitag 1973 in Hannover entlud sich der aufgestaute Unmut: Alfred Nau scheiterte zunächst bei der Wiederwahl zum Schatzmeister, man machte ihn persönlich für die Misere verantwortlich. Außerdem sagte man ihm eine Neigung zu ‚verdeckten Zahlen‘ nach, ein Verhaltensmuster, das offenkundig auf seinen traumatischen Erfahrungen mit dem NS-Staat basierte. Zeitzeugen wollen sich später erinnern, er habe gar keine zentrale Buchführung über den Unternehmensbereich geführt, sondern die Unterlagen jedes Unternehmens jeweils in Aktentaschen gesammelt – bereit, sie jederzeit in Sicherheit bringen zu können, wie es im prägenden Jahr 1933 schon einmal nötig gewesen war.

NICHT ALLES MÖGLICH.

1975 verzichtete Alfred Nau auf eine erneute Kandidatur. Nachfolger wurde Wilhelm Dröscher, der versprach, mit einer neuen Geschäftspolitik ernst zu machen. Sozialdemokratische Zeitungen sollten unabhängiger werden, um „so eine viel breitere Leserschaft anzusprechen und dennoch im Sinne sozialdemokratischer Politik sauber zu informieren“, wie Dröscher formulierte. Es gebe, so beschrieb er den Zielkonflikt, im kapitalistischen Wirtschaftssystem „nicht die Möglichkeit, drei Dinge gleichzeitig zu tun, a) Musterbetrieb zu sein in einem sehr harten Wettbewerb, b) sehr pointiert parteiliche Meinung zu vertreten, unter Umständen bis in die unterste Ebene hinein und c) auch noch Gewinn zu erwirtschaften unter diesen Konditionen.“

POLITIK DER BETEILIGUNGEN.

Ab Mitte der siebziger Jahre forcierten Parteiführung und ‚dd_vg.‘ den Weg, an Stelle eigener Unternehmen durch Fusionen mit unabhängigen regionalen Zeitungen Beteiligungen einzugehen. Die Verantwortlichen erkannten keinen Sinn mehr darin, mit Subventionierungen auf Dauer nicht existenzfähiger Betriebe den Unternehmensbereich der Partei finanziell zu belasten. Die durch – für die Partei lukrative – Beteiligungen gestärkten regionalen Zeitungsverlage würden den Konzentrationsprozess im Medienbereich bremsen sowie dazu beitragen, Meinungsvielfalt und Arbeitsplätze zu erhalten. – Eine Zielvorgabe, der die ‚dd_vg.‘ heute ausdrücklich folgt.

„dd_vg.“ UND „KONZENTRATION“

Im Dezember 1975 wurde der Unternehmensbereich umgestaltet: Zwei Obergesellschaften entstanden, die „dd_vg. mbH & Co KG“ und die „Konzentration GmbH & Co KG“. Die „dd_vg.“ führte jene Unternehmen zusammen, an denen die SPD lediglich Beteiligungen hielt, während die „Konzentration“ die „Eigenbetriebe“, nämlich Unternehmen, die zu 100 Prozent der SPD gehörten, vereinigte und die Betreuung der ruhenden oder abgewickelten Betriebe übernahm. Während sich die „dd_vg.“ als Obergesellschaft der Beteiligungsunternehmen sehr positiv entwickelte, blieb die „Konzentration“ marode: Alle Altlasten und defizitären Unternehmen waren in diesem Verbund konzentriert. 1976 erwarb die gewerkschaftseigene „Beteiligungsgesellschaft für Gemeinwirtschaft“ (BGAG) Anteile am sozialdemokratischen Unternehmensbereich. Fortan war die gewerkschaftliche Gemeinwirtschaft mit dem Unternehmensbereich der SPD verzahnt, jedoch lediglich in finanzieller Hinsicht, denn die „BGAG“ verfügte über keinerlei Entscheidungsbefugnis.

TROTZ BANKROTTGEFAHR KEINE INSOLVENZEN.

Anfang der 80er Jahre mussten auch die „Hamburger Morgenpost“ und die Druckerei „Schmalfeldt & Co.“ in Bremen verkauft werden, und das „Druckhaus Deutz“ in Köln war gezwungen, seinen technischen Betrieb einzustellen. Mit verursacht durch Kosten der bisherigen Betriebstilllegungen mit aufgelaufenen Verbindlichkeiten und Sozialplänen, die in den Jahren zuvor allein rund 200 Millionen DM ausmachten, war der sozialdemokratische Unternehmensbereich nicht mehr in der Lage, weitere Subventionen an defizitäre Betriebe aufzubringen, ohne den Bankrott des gesamten Unternehmensbereichs zu riskieren. Zwar belasteten die unternehmerischen Schulden nicht den Betriebshaushalt der SPD und folgte aus den Gesellschaftsformen der Unternehmen juristisch nur eine begrenzte Haftung der Eigentümerin. Trotzdem stellte die am Horizont aufziehende Bankrottgefahr des gesamten Unternehmensbereichs eine erhebliche politische Bedrohung für die SPD dar: Denn eine derartige Katastrophe hätte – neben begrenzten Schulden – den Ruf ruiniert! Auch in jedem Einzelfall war das zu bedenken und eine aus dem eigenen Anspruch abgeleitete soziale Verantwortung für Mitarbeiter zu berücksichtigen. Für „dd_vg.“ und „Konzentration“ galt weiter – und gilt bis heute – das Dogma: Keine Insolvenz, also Bedienung aller Verbindlichkeiten und Verantwortungsübernahme für die betroffenen Arbeitnehmer.

GESTRAFFTE STRUKTUR.

1981 erfolgte eine weitere Umstrukturierung des Unternehmensbereichs: Den gesamten „gewerblich orientierten“ Sektor fasste man in einer „Obergesellschaft für den gewerblichen Unternehmensbereich“ unter dem Dach der „Auerdruck GmbH“ Hamburg zusammen. Die „nicht-gewerblichen“ Unternehmen wurden in die „Solidarität Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft mbH“ überführt. Diese – zunächst undurchsichtig erscheinende – Reorganisation vereinfachte die komplexen Eigentumsverhält-

nisse im sozialdemokratischen Unternehmensbereich: Bis dahin hatte mit circa 60 Personen- und Kapitalgesellschaften – wie gezeigt: historisch bedingt – eine erhebliche Anzahl an persönlichen Treuhandschaften existiert. In der neuen, gestrafften Struktur fungierten fortan Schatzmeister der SPD als alleinige Treuhänder der Obergesellschaften.

PREIS DER SANIERUNG.

Mit dem Schuldenabbau setzte die Konsolidierung ein. Der Preis für die Sanierung aber war erheblich: Verzicht auf die eigene Presse als politisches Instrument. Schatzmeister Halstenberg machte 1982 aus der Not eine Tugend: „Parteizeitungen sind in ihrem politischen und wirtschaftlichen Erfolg fragwürdig geworden.“ Seit Mitte der 80er Jahre gibt es – mit Ausnahme der „Neuen Westfälischen“ in Bielefeld – keine sozialdemokratischen Mehrheitsbeteiligungen an Medienunternehmen mehr, auch politische Einflussnahmen und entsprechend formulierte Erwartungen gelten seither als unangemessen.

RUNDFUNK-ENGAGEMENT VORÜBERGEHEND.

Das sozialdemokratische Engagement im privaten Rundfunkbereich war vorübergehend: Nach einem Gesamtverlust von circa 30 Millionen entschied Schatzmeisterin Wettig-Danielmeier Mitte der neunziger Jahre den Rückzug. Die „dd_vg.“ hält heute nur noch eine einzige direkte Beteiligung in Rheinland-Pfalz. Alle anderen sind mittelbar über Beteiligungen an Verlagshäusern.

RESTITUTIONEN.

Bereits im Januar 1990 machte die in der DDR neu gegründete Sozialdemokratie (SDP) Ansprüche auf enteigneten Besitz geltend. Mit dem Vollzug der deutschen Einheit forderte die inzwischen wieder gesamtdeutsch wirkende SPD die Rückerstattung von insgesamt 13 Zeitungen. Schließlich einigten sich Treuhand und SPD im August 1991 auf einen Vergleich: Die SPD trat alle Ansprüche auf Rückerstattung von Zeitungsunternehmen gegen eine Abgeltung von 75 Millionen DM in Form einer Beteiligung von 40 Prozent am „Dresdner Druck- und Verlagshaus“ in Dresden an die Treuhandanstalt ab. Außerdem erhob die SPD Restitutionsansprüche auf 200 Gebäude, Grundstücke und Liegenschaften, die der NS-Staat 1933 enteignet hatte. Doch zunächst bestritt die Treuhandanstalt schlicht die Legitimität der SPD-Ansprüche für diese Objekte, indem sie in einer eigenartigen Argumentation eine freiwillige Vereinigung der Ost-SPD mit der KPD zur SED im Jahr 1946 unterstellte. Ein zeit-historisches Gutachten kam dagegen im Sommer 1992 zu der klaren Aussage, dass Teilung wie Zwangsvereinigung die SPD jahrzehntelang daran gehindert hätten, berechnete Ansprüche durchzusetzen. 1992 wurden die ersten zehn Ansprüche anerkannt und sechs Häuser in das Vermögen der SPD zurückgegeben, das seither treuhänderisch von der „Konzentration“ verwaltet wird.

WIEDER ABFÜHRUNGEN AN DIE SPD.

In den Jahren 1989 und 1990 konnte der konsolidierte Unternehmensbereich zum ersten Mal wieder leichte

Überschüsse an die Partei abführen. Aber: Nach wie vor belasten die ‚dd_vg.‘ Verbindlichkeiten und Sozialpläne aus vergangenen Umstrukturierungen und Betriebsstilllegungen erheblich. Die ‚dd_vg.‘-Aufwendungen allein für die Sozialleistungen veranschlagte die Schatzmeisterin 1993 auf dem Parteitag in Wiesbaden auf jährlich fünf Millionen DM – und zwar über das Jahr 2000 hinaus. Die Organisationsstruktur des Unternehmensbereichs blieb nach der „Wende“ 1990 zunächst erhalten: Die ‚Konzentration‘ verwaltete die Liegenschaften und das ‚Sondervermögen‘ in den neuen Bundesländern, die ‚Solidarität GmbH‘ fasste mit dem ‚Vorwärts‘, dem ‚Sozialdemokratischen Pressedienst‘ und dem ‚SPD-ReiseService‘ die „Unternehmen mit besonderer Nähe zum politischen Arbeitsbereich der SPD“ zusammen, während sich die prosperierende ‚dd_vg.‘ als Holding auf die sozialdemokratischen Beteiligungen konzentrierte. Eine wesentliche Veränderung fand jedoch statt: Die gewerkschaftseigene ‚BGAG‘ stieg mit Wirkung zum 30. September 1991 aus dem sozialdemokratischen Unternehmensbereich aus.

REORGANISATION.

Zwischen 1992 und 1998 reorganisierte die SPD den Unternehmensbereich noch einmal. Neben der Senkung von Verwaltungskosten lautete das Hauptziel, eine einfachere und transparentere Unternehmensstruktur herbeizuführen. Das darf man auch als eine Reaktion auf den Wandel der politischen Kultur in Deutschland werten. Die Gliederung des Geschäftsbereichs wurde auf übersichtliche zwei Stufen reduziert: Unter einer zentralen Holding, der ‚dd_vg. mbH‘ in Hamburg – heute auch in Berlin – wurden alle Unternehmen, an denen die SPD durch Mehrheits- oder Minderheitsanteile beteiligt ist, in sechs Einheiten, so genannte Units, zusammengefasst. Die Schatzmeisterin der SPD hält seit 1998 als einzige Treuhänderin der Eigentümerin SPD 99,25 Prozent der Anteile, die ‚Solidarität Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft mbH‘ lediglich 0,75 Prozent. – Die Minimalbeteiligung sichert rechtlich personelle Wechsel an der Spitze der Schatzmeisterei, ohne dass Grunderwerbsteuer fällig wird. Noch heute ist die SPD als Partei juristisch nicht grundbuchfähig, wählt daher den Weg der persönlichen Treuhänderschaft und muss personellen Wechsel im Wahlamt gewährleisten.

6. Zwischen Gerüchten, politischen Zwängen und ökonomischer Sicherung des Erbes: Ein Fazit.

RÜCKZUGSGEFECHT.

Zwischen 1954 und 1997 hat sich in Deutschland die Gesamtzahl der Verlage auf 371 und die der publizistischen Einheiten auf 135 halbiert. Die zehn größten Verlage verkaufen heute über 55 Prozent der Gesamtauflage in Höhe von mehr als 24,5 Millionen Exemplaren. – Eingebunden in diesen Konzentrationsprozess hat sich auch der sozialdemokratische Unternehmensbereich entwickelt: Das SPD-Medienengagement stellte sich insgesamt als ein Rückzugsgefecht dar, das mit der Aufgabe des

politischen Anspruchs auf eigene Medien in ein inhaltlich neu ausgerichtetes Presseengagement mündete.

BITTERER WEG.

Vor dem Hintergrund der eigenen Geschichte war das ein teilweise bitterer Weg: Das im 19. Jahrhundert von der Arbeiterbewegung aufgebaute Konzert der sozialdemokratischen Presseorgane bot zunächst schlicht politisch-geistige Heimat und war zugleich Bildungsquelle für klassenbewusste Arbeiter, um sich anschließend in der Zeit der Weimarer Demokratie auch in widrigen Situationen zu behaupten, ja noch zu wachsen und um in der NS-Zeit aus der Ferne des Exils einen kleinen freiheitlichen Lichtblick zu öffnen. Es war kein Zufall, dass Hauptakteure des Exils noch für Jahrzehnte danach Medien und Unternehmen der Sozialdemokratie steuerten und in einen schließlich aussichtslosen Behauptungskampf führten: Für sie und die meisten Sozialdemokraten zählten eigene Medien und Druckereibetriebe zur festen Identität. Mit dem Zwang zu Reformen und neuer Zielbestimmung seit den 70er Jahren begann für den sozialdemokratischen Unternehmensbereich eine neue und schließlich erfolgreiche Phase.

NICHT EINLÖSBARE ERWARTUNGEN.

Die Öffentlichkeit nahm den Weg der sozialdemokratischen Verlage besonders intensiv wahr: Unternehmerische Aktivitäten von Parteien – einer sozialdemokratischen zumal – werden argwöhnisch beobachtet. Das Ende jeder sozialdemokratischen Zeitung ist jedenfalls schlagzeilenträchtiger als der Untergang einer Heimatzeitung, auch wenn beide Opfer des gleichen Strukturwandels werden. Und anders als ihre ‚überparteilichen‘ Konkurrenten standen sozialdemokratische Presseunternehmen unter einem hohen und mehrschichtigen Erwartungsdruck: Veröffentlichung sozialdemokratisch geprägter Nachrichten und Ansichten, Beitrag zur publizistischen Meinungsvielfalt, betriebswirtschaftlicher Erfolg sowie vorbildliche Vertragsgestaltung und Mitbestimmung für Arbeitnehmer – so lauteten die kaum gemeinsam einlösbaren Ziele.

VERANTWORTUNGSBEWUSST.

Oft sehr lange und in der Summe erheblich transferierte der Unternehmensbereich Mittel an Not leidende Einzelunternehmen, bevor betriebswirtschaftlich unausweichliche, aber politisch konfliktträchtige Entscheidungen getroffen wurden. Bemerkenswert aber bleibt: Die SPD hat ohne Ausnahme Betriebe entweder eingestellt und aufgelöst oder fusioniert und ist mit keinem Unternehmen in ein Insolvenzverfahren gegangen. Obwohl die rechtlichen Unternehmensstrukturen derartige ‚Lösungen‘ mit begrenzten finanziellen Folgelasten nahe legten, übernahm der sozialdemokratische Unternehmensbereich jeweils alle Verbindlichkeiten für Defizite, Kreditlinien sowie Rentenleistungen und entwickelte Sozialpläne. So stellte sich die Eigentümerin SPD ihrer sozialen und unternehmerischen Verantwortung. Obwohl auch politische Motive eine Rolle spielten, ist zu beachten, dass dieses Handeln in der Marktwirtschaft als untypisch gilt – und im Übrigen noch für Jahrzehnte Mittel bindet.

AUF HOHEM NIVEAU GESICHERT.

Wenn Mitte der neunziger Jahre eine Wirtschaftsprüfungsfirma den Gesamtverkehrswert aller Beteiligungen, Unternehmen und Immobilien auf mehr als 250 Millionen Euro taxierte und die SPD-Schatzmeisterin im Jahr 2001 zurückhaltend von 375 bis 400 Millionen Euro sprach, während andere Schätzungen von 500 Millionen Euro ausgehen, so ist das tatsächlich von ‚Arbeitergroschen‘ ausgehende Vermögen der Deutschen Sozialdemokratie auf einem sehr beachtlichen Niveau gesichert und stabilisiert worden. Die ‚dd_vg.‘ ist heute an regionalen Zeitungen mit Auflagen von insgesamt 1,7 Millionen beteiligt. Diese Beteiligungen an etwa vier bis fünf Prozent der deutschen Gesamtauflage stellen jedoch kein SPD-Press-Imperium dar.

HINREICHENDE TRANSPARENZ.

Der Unternehmensbereich der SPD hat sich in den letzten drei Jahrzehnten tiefgreifend gewandelt: Vom dezentral getragenen und gesteuerten, politisch motivierten Presseengagement zur einheitlichen, klar gegliederten und überwiegend auf Minderheitsbeteili-

gungen im Medienbereich beschränkten Holding ‚dd_vg.‘. Was der SPD retrospektiv gern und häufig an ‚verdächtigen‘ Finanztransaktionen unterstellt wird, entbehrt bei genauem Hinsehen in vielen Fällen der fundierten Grundlage, operiert mit Vorurteilen und Unterstellungen. Auch sind komplexe Unternehmensverschachtelungen, wie sie in vergangenen Jahrzehnten zeitweise bestanden, der bundesrepublikanischen Wirtschaftsverfassung keineswegs fremd. Und jene des sozialdemokratischen Unternehmensbereichs lassen sich mit einiger Mühe entschlüsseln. Indes: Heutigen Ansprüchen an Transparenz genügten sie nicht immer. Nach den letzten Umstrukturierungen der neunziger Jahre ist gegenwärtig in ‚dd_vg.‘ und ‚Konzentration‘ ein Aufbau des sozialdemokratischen Unternehmensbereichs verwirklicht, der betriebswirtschaftlich nachvollziehbar erscheint und das Gebot der Transparenz hinreichend gewährleistet. – Nicht zuletzt die Geschäftsberichte der ‚dd_vg.‘ sind öffentlich zugänglich und weisen neben dem übersichtlichen Konzernaufbau sämtliche sozialdemokratischen Beteiligungen aus. ◀