

Grundsätze zum Pressevertriebssystem

Der Medienkontrollrat empfiehlt der Regierung, den Pressevertrieb in der DDR gesetzlich neu zu regeln. Die Regelung muß die Rechte und Pflichten der Verlage, der Grossisten, des Postzeitungsvertriebes und des Einzelhandels umfassen.

1. Die freie Verbreitung von periodisch und nicht periodisch erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften ist entsprechend der KSZE-Schlußakte, dem Abschlußdokument des Wiener KSZE-Folgetreffens und dem Beschluß der Volkskammer vom 5. Februar 1990 zu gewährleisten.
2. Die Vertriebsstruktur sollte keine marktbeherrschenden Unternehmen zulassen. Als notwendig werden neben dem Postzeitungsvertrieb mehrere vertragsunabhängige Gebiets-Grossobetriebe in der DDR angesehen.
3. In der Satzung jedes Grossunternehmens und im Statut der Deutschen Post ist ein offenes, wettbewerbsneutrales, verlagsunabhängiges Vertriebssystem festzuschreiben. Im Grundsatz darf kein Titel durch zeitliche und sachliche Marktbarrieren im Marktzutritt behindert werden. Das schließt ein, daß die Interessen der DDR-Presse voll berücksichtigt werden. Grossist, Postzeitungsvertrieb und Einzelhandel sind verpflichtet, jeden Titel anzubieten; die Entscheidung trifft allein der Käufer.
4. Nur in der DDR registrierte Presseerzeugnisse sind vertriebsfähig. Der Medienkontrollrat nimmt zustimmend davon Kenntnis, daß der Postzeitungsvertrieb mit den Grossisten Konsultationen beabsichtigt.
5. Der Medienkontrollrat erwartet, daß diese Grundsätze bis zum Erlaß einer gesetzlichen Regelung beachtet werden.