



Fachbereich: Kommunikation und Medien
Studiengang: Sozial- und Gesundheitsjournalismus

Masterarbeit

Einzeitungskreise und ihre Folgen für die journalistische Qualität

– Ein Vergleich zweier Lokalzeitungen mit und ohne Konkurrenz –

vorgelegt von: Holger Manigk
Hagweg 6
03253 Doberlug-Kirchhain (OT Frankena)
Matrikel-Nr. 20123328

vorgelegt am: 19.05.15

Erstprüfer: Prof. Dr. Jan Pinseler

Zweitprüfer: Dr. Berthold Petzinna

Lesehinweis

Alle verwendeten Schreibweisen von „Rezipient“, „Leser“ o. ä., die eine Bevorzugung der männlichen Form vermuten lassen, sind der Einfachheit halber in dieser Art geschrieben und meinen stets sowohl das weibliche als auch das männliche Geschlecht.

Inhalt:

Lesehinweis.....	2
I. Theoretische Grundlagen.....	5
I.1 Presse in der Krise: Zur wirtschaftlichen Lage deutscher Tageszeitungen.....	5
I.2 Pressekonzentration – die Vielfalt schwindet.....	6
I.3 Zum Konzept publizistischer Vielfalt.....	9
I.4 Einzeitungskreise – Gefahr für die Meinungsvielfalt?.....	10
I.5 Zum Forschungsstand auf dem Gebiet der publizistischen Vielfalt im lokalen Zeitungsjournalismus.....	12
I.5 a) Argumentationslinien zu inhaltlichen Auswirkungen der Marktsituation.	12
I.5 b) Forschung zu Monopolisierungstendenzen im deutschsprachigen Lokaljournalismus.....	16
II. Exkurs: Die Tagespresse in den neuen Bundesländern – ein Sonderfall.....	21
II.1 Demografische Unterschiede zwischen Ost und West.....	22
II.2 Strukturelle Entwicklung der ostdeutschen Tagespresse.....	23
II.2 a) Die Ausgangslage 1989.....	23
II.2 b) 1989 bis 1991: Umbruch auf dem Zeitungsmarkt.....	25
II.2 c) Die Zeit nach 1991.....	29
II.3 Inhaltliche Veränderungen der Zeitungen seit 1990.....	32
III. Die <i>Lausitzer Rundschau</i> als Beispiel einer regionalen Monopolzeitung.....	34
III.1 Entwicklung der <i>Lausitzer Rundschau</i>	34
III.2 a) Lokalausgabe Finsterwalde: <i>Finsterwalder Rundschau</i>	37
III.2 b) Lokalausgabe Weißwasser/ Niesky: <i>Lokal-Rundschau</i>	37

IV. Das „Spiegel-Urteil“ als Maßstab journalistischer Qualität.....	38
IV.1 Zur Einordnung des „Spiegel-Urteils“.....	38
IV.2 Die „öffentliche Aufgabe“ der Presse.....	40
V. Anlage der Untersuchung: Die Methode der Inhaltsanalyse.....	41
V.1 Methodenwahl.....	41
V.2 Codebuch.....	42
VI. Ergebnisse der Untersuchung.....	47
VI.1 Auswertung des Datenmaterials.....	47
VI. 2 Schlussfolgerungen.....	51
VII. Literaturverzeichnis.....	53
Eidesstattliche Erklärung.....	56

I. Theoretische Grundlagen

I.1 Presse in der Krise: Zur wirtschaftlichen Lage deutscher Tageszeitungen

Deutschlands Tagespresse steckt seit geraumer Zeit in einer tiefen Krise. In den letzten zehn Jahren schrumpfte die verkaufte Gesamtauflage von 26,02 Millionen Exemplaren um ein Viertel auf 19,39 Millionen pro Tag¹. Der in diesem Zusammenhang häufig verwendete Terminus des Zeitungsterbens ist allerdings nicht wirklich passend, da die dramatischen Auflagenverluste während dieser Zeit weder Ursache noch Folge dessen sind. „Vom Markt sind in den letzten Jahren nur wenige Titel vollständig verschwunden.“² Doch gerade die für Deutschlands Presselandschaft typischen und wichtigen Regionalzeitungen haben sich vermehrt auf ihr Kernverbreitungsgebiet zurückgezogen, indem sie Lokalausgaben einstellten. Diese wurden entweder ganz aufgegeben oder inhaltlich gleichgeschaltet, sodass dem am lokalen Geschehen interessierten Leser immer häufiger die Auswahl zwischen redaktionell unterschiedlichen Titeln fehlt³.

Diese sinkenden Verkaufszahlen schlagen sich auch auf dem Anzeigenmarkt – der traditionell wichtigsten Finanzquelle der Tageszeitungen – nieder. Jahrzehntlang bestritten deutsche Zeitungen ihre Einnahmen zu einem Drittel aus dem Vertrieb und zu zwei Dritteln aus Werbeerlösen. Doch bei den Abonnementzeitungen in Westdeutschland etwa sank der Anteil der Werbung auf 44,5 Prozent im Jahr 2012⁴. In diesem Jahr erreichten die Zeitungen insgesamt bei den Anzeigeneinnahmen nicht einmal mehr zwei Drittel des Wertes von 1993. Besonders große Einbußen erlitten und erleiden dabei regionale Tageszeitungen, die beispielsweise allein 2012 9,5 Prozent ihrer Einnahmen aus dem Anzeigengeschäft verloren und nur noch auf 2,66 Milliarden

1 Vgl.: IVW: Werbeträgerdaten Quartalsauflagen. Unter: <<http://www.ivw.eu/index.php?menuid=37&reporeid=10#tageszeitungen>>

2 Siehe: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2014: Erneut Höchstwert bei Pressekonzentration. In: Media Perspektiven, 05/ 2014, S. 254.

3 Vgl.: Ebd..

4 Vgl.: Ebd.:

Euro kamen⁵. Insgesamt gingen die Anzeigenumsätze allein in den zehn Jahren von 2002 bis 2012 von 5,205 auf 3,432 Milliarden Euro zurück⁶.

Als stabil beziehungsweise sogar tendenziell steigend zeigen sich die Vertriebsumsätze der deutschen Presse, die im selben Zeitraum ein leichtes Plus von 4,119 auf 4,716 Milliarden Euro verzeichneten⁷ und damit das Anzeigengeschäft klar überflügelt haben. Die Regionalzeitungen zum Beispiel steigerten 2012 ihre Erlöse aus dem Vertrieb um 1,5 Prozent auf 3,62 Milliarden Euro⁸. Dies mag auf Grund der bereits erwähnten schrumpfenden Auflagen verwundern, doch über Preissteigerungen konnten diese ausgeglichen werden. So gelang es den regionalen Zeitungsverlagen dieser Tendenz zum Trotz, ihre Einnahmen auf dem Lesermarkt in den letzten 20 Jahren um über 58 Prozent zu steigern. Dieses Plus übertrifft sogar leicht das Wachstum der gesamten Wirtschaft, gleichzeitig wuchs das Bruttoinlandsprodukt um 55,8 Prozent.⁹

Laut Horst Röper ist der sinkende Werbeanteil jedoch auf die steigenden Vertriebspreise zurückzuführen. Diese Preiserhöhungen lösen Käuferverluste aus, seien demnach „riskant und nicht beliebig wiederholbar“¹⁰.

I.2 Pressekonzentration – die Vielfalt schwindet

Wie eingangs erwähnt, verschwanden in den letzten Jahren nur wenige Blätter ganz vom Markt, doch gerade Regionalzeitungen stellten viele ihrer Lokalausgaben ein oder schalteten sie inhaltlich gleich, sodass Vielfalt verloren geht. Bereits seit mehreren Jahrzehnten verfolgen deutsche Zeitungsverlage die Strategie, eher ihre Marktposition im eigenen Verbreitungsgebiet zu stabilisieren anstatt sich durch dessen Erweiterung

5 Vgl.: Eggert, Christian; Keller, Dieter: Ein starkes Medium – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: BDZV (Hg.): Zeitungen 2013/14. ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH: Berlin 2013, S. 24 ff.

6 Vgl.: Ebd., S. 51.

7 Vgl.: Ebd..

8 Vgl.: Ebd. S. 24.

9 Vgl.: Ebd., S. 25.

10 Röper, Horst 2014, S. 258.

zusätzlichem Konkurrenzdruck auszusetzen¹¹. Somit veränderte sich das Zeitungsangebot in den letzten Jahren kaum, es gibt einen „gefestigten Zeitungsmarkt“, denn: „Bei nur noch marginalem Wettbewerb haben die lokal/ regional angebotenen Titel in der Regel in ihren Verbreitungsgebieten eine sichere Erst- oder Alleinanbieterposition.“¹²

Daneben setzt sich die Tendenz zur horizontalen Konzentration auf dem Zeitungsmarkt fort. So teilten sich die zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen im 1. Quartal 2014 knapp 60 Prozent der Gesamtauflage der deutschen Tagespresse – zum zweiten Mal in Folge ein neuer Höchstwert der Pressekonzentration. In der Spitze tritt diese noch deutlicher zu Tage - die fünf auflagenstärksten Unternehmen verkauften 42,9 Prozent der Tageszeitungen, auch wenn dieser Wert seit 2012 um 1,5 Prozentpunkte leicht sank.¹³ Die größten Verlagsgruppen 2014 auf dem Markt der deutschen Tagespresse waren:

1. Axel Springer SE, Berlin (Marktanteil von 15,5%, anteilige Auflage von 2.650.040 Exemplaren)
2. Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz, Ludwigshafen/ Südwest Press, Ulm (9,5%, 1.630.669 Exemplare)
3. Funke Mediengruppe (ehemalige Verlagsgruppe WAZ), Essen (7,7%, 1.312.945 Exemplare)
4. Verlagsgruppe Madsack, Hannover (5,2%, 891.841 Exemplare)
5. Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln (5,0%, 858.867 Exemplare)
6. Verlagsgruppe Ippen, München (4,3%, 741.462 Exemplare)
7. Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine (3,3%, 562.622 Exemplare)
8. Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft/ Rheinische Post (3,0%, 509.309 Exemplare)
9. Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg), Hamburg (3,0%, 507.574 Exemplare)

11 Vgl. Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2012, Ergebnisse der aktuellen Stichtagssammlung. In: Media Perspektiven, 11/ 2012, S. 576.

12 Ebd., S. 571.

13 Vgl.: Röper, Horst 2014, S. 254.

10. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung (2,8%, 471.224 Exemplare)

Besonders verstärkten sich die Konzentrationsprozesse auf dem Markt der Abonnementzeitungen, bei denen die fünf führenden Verlagsgruppen ihren Auflagenanteil seit 2012 um 1,7 Prozentpunkte auf 36 Prozent Anfang 2014 ausbauen konnten und somit mehr als ein Drittel der verkauften Auflage stellen. Am deutlichsten jedoch fällt seit Jahrzehnten die Dominanz einiger weniger im Segment der Kaufzeitungen aus, wo die fünf größten Verlage 97,8 Prozent der verkauften Auflage unter sich ausmachen. Den Löwenanteil davon hält immer noch der Springer-Konzern, der mit der *Bild*-Zeitung – die als einzige überregionale Kaufzeitung von 2012 bis '14 einen Auflagenverlust von 14 Prozent auf 2,3 Millionen Exemplare einsteckte – und der *B. Z.* in Berlin 78 Prozent der verkauften Auflage abdeckt.¹⁴

Trotz dieser Krisensituation, auf die Verlage – wie erwähnt – häufig mit Einsparungen und verkleinerten Lokalredaktionen reagieren, nimmt der Lokaljournalismus weiterhin eine herausragende Rolle ein: „Thomas Krüger, Chef der Bundeszentrale für politische Bildung, wiederholt jedes Jahr von Neuem, dass Demokratie und eine ausgefächerte und seriöse Printmedienlandschaft zusammengehören und einander bedingen“¹⁵. So ist auch in der digitalen Medienwelt der Lokalteil immer noch das meistgelesene Buch der Tageszeitung und die Berichterstattung vor Ort unerlässlich, um den Menschen die Teilhabe am kulturellen und sozialen Geschehen, politische Partizipation, zu ermöglichen¹⁶.

14 Vgl.: Ebd., S. 258 ff.

15 Wolf, Fritz: Chancen und Risiken des Lokaljournalismus heute. In: Pöttker, Horst; Vehmaier, Anke (Hg.): Das verkannte Ressort, Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus. Springer Fachmedien: Wiesbaden 2013, S. 127.

16 Pöttker, Horst: Das verkannte Ressort, Strukturen und Probleme des Lokaljournalismus in der digitalen Medienwelt. In: Pöttker, Horst; Vehmaier, Anke (Hg.): Das verkannte Ressort, Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus. Springer Fachmedien: Wiesbaden 2013, S. 9 ff.

I.3 Zum Konzept publizistischer Vielfalt

Neben den damit behandelten Dimensionen der wirtschaftlichen und redaktionellen Vielfalt – also der Zahl der Medienunternehmen sowie eigenständiger Redaktionen – unterscheidet der Kommunikationswissenschaftler Manfred Knoche, Leiter der Abteilung Medienökonomie der Universität Salzburg, als drittes publizistische Vielfalt. Diese bezeichnet unterschiedliche inhaltliche Angebote.¹⁷

Basierend auf dem theoretischen Konzept der pluralistischen Demokratietheorie, entspringt die Forderung nach publizistischer Vielfalt dem Modell des liberal-demokratischen und pluralistischen Staates. Den Grundsatz der pluralistischen Demokratietheorie bildet die Annahme, dass innerhalb der Gesellschaft verschiedene, oftmals sogar entgegengesetzte Meinungen und Interessen auftreten, zwischen denen mittels Organisation und Artikulation ein Ausgleich geschaffen werden kann. Dabei sollen sich die einzelnen Meinungen und Interessen in Interessengruppen arrangieren und somit in die Öffentlichkeit treten, um sich dort auseinanderzusetzen und zu verständigen. Den Massenmedien kommt dabei die Rolle zu, die pluralen Interessen darzustellen.¹⁸ „Als normative Anforderung an das Mediensystem ist Vielfalt [, ...] unumstritten, da sie für den politischen Meinungsbildungsprozess in demokratischen Staaten als unverzichtbar angesehen wird.“¹⁹

Somit ist publizistische Vielfalt davon abhängig, dass journalistische Leistungen angeboten und wie diese ausgestaltet werden. Klaus-Dieter Altmeyen, Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, macht sie daher an folgenden drei Aspekten fest: Zuerst müsse eine Vielzahl journalistischer Leistungen unterschieden werden können, was sich als Vielfaltsaspekt fassen lässt. Daneben müssen jene journalistischen Leistungen in einem gewissen Umfang in den jeweiligen Einzelmedien oder Medienmärkten überhaupt und/ oder gleichgewichtig vorhanden sein. Dies bezeichnet Altmeyen als Bestands- und Gleichgewichtsaspekt. Zuletzt dürfe

17 Vgl.: Sehl, Annika: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen. Nomos: Baden-Baden 2013, S. 30.

18 Vgl.: Ebd., S. 27.

19 Siehe: Ebd., S. 29.

unter dem Inhalts- und Interessespekt diese Vielzahl nicht gleichförmig meinungskonform sein, sondern müsse das gesellschaftliche Spektrum pluraler Meinungen und Interessen weitgehend abdecken.²⁰

Somit bedroht Medien- – in diesem Spezialfall Pressekonzentration – das Funktionieren von Demokratie. Denn wenn wenige Medienunternehmen einen Markt kontrollieren, beeinflussen sie politische Entscheidungen und medienpolitische Prozesse maßgeblich mit. Gleichzeitig mündet die Wirtschaftsfreiheit der Medien nicht automatisch in demokratie- und gesellschaftsverträglichem Journalismus im öffentlichen Interesse, da die Berichterstattung nicht nur bestimmte politische und wirtschaftliche Anliegen reflektiert und bedient, sondern auch eigene publizistische und unternehmerische Interessen verfolgt und durchsetzt.²¹ Letztendlich führen die Konzentrationsprozesse dazu, dass „weniger Quellen und Diskurse zur Verfügung stehen und weniger alternative Stimmen zu hören sind als bei vielfältigem Angebot“²².

Insgesamt ergibt sich somit aus dem Janusgesicht der Medien ein Spannungsfeld – als wirtschaftliche Organisationen und Akteure der öffentlichen Meinung, die auf der Angebotsebene Inhalte und Wirtschaftsgüter bereitstellen, um damit um Aufmerksamkeit und Umsatz zu ringen²³. Einerseits dienen Medien der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit, zum anderen müssen sie gewinnbringend agieren.

I.4 Einzeitungskreise – Gefahr für die Meinungsvielfalt?

Auf Grund dieses Spagates zwischen wirtschaftlichen Zwängen und der Rolle als meinungsbildende sowie informierende Instanz stellt sich neben der Diskussion um die

20 Vgl.: Altmeppen, Klaus-Dieter: Handlungsmöglichkeiten zur Sicherung publizistischer Vielfalt. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 22-23/ 2014, S. 27.

21 Vgl.: Ebd. S. 27 ff..

22 Siehe: Ebd., S. 28.

23 Vgl.: Altmeppen, Klaus-Dieter; Kamarsin, Matthias: Medienökonomie als transdisziplinäres Lehr- und Forschungsprogramm. In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Kamarsin, Matthias (Hg.): Medien und Ökonomie, Bd. 1/ 1 Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden 2003, S. 22.

Zukunft der Tageszeitungen die häufig in der Medienpolitik debattierte Frage, welche gesellschaftlichen Folgen es nach sich zieht, wenn sich – wie eingangs erwähnt – Verlage wegen ökonomischer Faktoren entscheiden, einzelne Lokalausgaben einzustellen und somit Teile des Verbreitungsgebietes ihrer Zeitungen aufgeben oder diese ganz vom Markt nehmen. Die besondere Struktur der deutschen Presselandschaft, mit der enormen Bedeutung der Lokalzeitungen, ist dabei tief greifenden Veränderungen unterworfen. Etwa stieg der Anteil der sogenannten Einzeitungskreise, also der Kreise und kreisfreien Städte, in denen eine Zeitung ein Monopol innehat, im Zeitraum von 1954 bis 2008 von 15 auf 60 Prozent, vervierfachte sich damit.²⁴

Diese Monopolisierung des publizistischen Angebotes auf lokaler und regionaler Ebene beschäftigt die Medienforschung und das öffentliche Interesse bereits seit langer Zeit, etwa seit Mitte der Mitte der fünfziger Jahre in der Bundesrepublik Deutschland zunehmende Konzentrationstendenzen auf den lokalen Pressemärkten einsetzen. Dabei herrschte oft schon Uneinigkeit darüber, was unter dem Begriff des „Monopols“ zu verstehen sei.²⁵

In der Wirtschaftstheorie ist ein Monopol eine „Marktform, bei der auf der Seite des Angebots nur ein aktueller Verkäufer vorhanden ist (Angebotsmonopol), während die Nachfrageseite viele kleine Nachfrager aufweist“²⁶. Somit handelt es sich bei Tageszeitungen, die in ihrem Verbreitungsgebiet oder Teilen davon ohne Konkurrenz erscheinen, um Angebotsmonopolisten.

Wie Benzinger bereits 1980 festhielt, ist es problematisch, den wirtschaftstheoretischen „Monopol“-Begriff auf gesellschaftliche Kommunikation in wissenschaftlichen, aber auch politischen und kulturkritischen Äußerungen anzuwenden. Zudem würden Wortzusammensetzungen wie Meinungs- oder

24 Vgl.: Möhring, Wiebke; Stürzebecher, Dieter: Lokale Tagespresse, Publizistischer Wettbewerb stärkt Zeitungen. In: Media Perspektiven 2/ 2008, S.92.

25 Vgl.: Benzinger, Josef-Paul: Lokalpresse und Macht in der Gemeinde, Publizistische Alleinstellung von Tageszeitungen in lokalen Räumen. Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e. V.: Nürnberg 1980, S. 19.

26 Siehe: Brich, Stefanie; Hasenbalg, Claudia: Kompakt-Lexikon Wirtschaftstheorie, 1.800 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. Springer Gabler: Wiesbaden 2013, S. 259.

Pressemonopol oft undifferenziert gebraucht, wobei der Monopolbegriff anscheinend häufig metaphorisch verwendet würde, ohne dass daraus rationale Aussagen über Kommunikationsprozesse abzuleiten seien.²⁷

Den von Walter J. Schütz in seinen Stichtagssammlungen und Untersuchungen über die Zeitungsdichte in Deutschland gefassten statistischen Kriterien folgend, treten laut Elisabeth Noelle-Neumann lokale Pressemonopole dann auf, wenn die Bevölkerung in einem Kreis beziehungsweise einer kreisfreien Stadt nur eine Zeitung zur Verfügung hat, die eine lokale Berichterstattung über ihren Wohnort und lokale Anzeigen beinhaltet.²⁸ Mit dieser Gliederung durch die einzelnen politischen Gebietskörperschaften lassen sich alle Landkreise und kreisfreien Städte als Zeitungsmonopole, -Duopole oder Mehrzeitungskreise zuordnen.

I.5 Zum Forschungsstand auf dem Gebiet der publizistischen Vielfalt im lokalen Zeitungsjournalismus

I.5 a) Argumentationslinien zu inhaltlichen Auswirkungen der Marktsituation

Frank Marcinkowski und Martin R. Herbers trennen in ihrer Arbeit zu Wettbewerbsbedingungen und Informationsqualität auf dem deutschen Zeitungsmarkt drei verschiedene Stränge der Argumentation, die sich in der Debatte um die inhaltlichen Konsequenzen der Bedingungen auf dem Pressmarkt herausbildeten.

Die erste Argumentationslinie hat ihre Grundlage in der liberalen Wirtschaftstheorie und basiert auf der Annahme, dass Medienmärkte ähnlich funktionieren wie die üblichen Märkte für Produkte und Dienstleistungen. Demzufolge zieht Konkurrenz im Falle von perfekten – in der Realität nie erreichten – Wettbewerbsbedingungen, die insbesondere vollständige Transparenz und einen freien Marktzutritt bedeuten, eine hohe Qualität der Medienprodukte bei niedrigen Preisen nach sich. Also steige die

²⁷ Vgl.: Benzinger, Josef-Paul 1980, S. 20.

²⁸ Vgl.: Ebd., S. 21.

publizistische Qualität mit zunehmendem Wettbewerb.

Dieser Hypothese folgt die ursprünglich von Litman und Bridges aufgestellte, danach von Stephen Lacy modifizierte Theorie des Financial Commitment. Trotz einer Anpassung des klassischen Marktmodells an die spezifischen Eigenschaften von Medienprodukten sei ein Medienmarkt mit Wettbewerb einem Monopol oder nur geringer Konkurrenz gegenüber von Vorteil, erklärt Lacy. Seiner Theorie zufolge hängen ein intensiverer Wettbewerb und steigende Qualität der journalistischen Inhalte eng miteinander zusammen, zum Beispiel bei den Gesichtspunkten Vollständigkeit, Fairness, Ausgewogenheit, Richtigkeit sowie Tiefe der Berichterstattung. Sie setzt voraus, dass Verlage und Medienunternehmen durch Wettbewerb mehr Initiative zu Investitionen in ihre inhaltliche Qualität entwickeln, um sowohl den Konsumenten beziehungsweise Rezipienten einen größeren Nutzwert zu bieten als sich auch positiv gegenüber der Konkurrenz abzugrenzen. Damit nehme die Nachfrage zu, wodurch wiederum die Gewinne reinvestiert, dementsprechend die Qualität verbessert werden könne. Die Mehrheit der Arbeiten, die sich mit dieser empirisch breit untersuchten Hypothese beschäftigten, bestätigten sie, speziell auf Medienmärkten mit moderater Konkurrenz. Problematisch zu sehen ist jedoch mangels passender Daten die Beweiskraft der Befunde. Der finanzielle Einsatz der Unternehmen als abhängige Variable wird oftmals anhand von Ersatzindikatoren wie der jeweiligen Redaktionsgröße ermittelt, nur wenige Studien weisen zuverlässige Aussagen zu den finanziellen Mitteln vor, die tatsächlich zur redaktionellen Arbeit verwendet werden.

Wie Investitionen die Höhe der Auflagen von Tageszeitungen beeinflussen, untersuchten St. Cyr, Lacy und Guzman-Ortega 2005. In ihrer Längsschnittstudie errechneten sie mittels Hilfsindikatoren wie der Anzahl der abonnierten Nachrichtenagenturen oder der von fest angestellten Mitarbeitern verfassten Artikel in den Blättern den sogenannten Investment-Index. Während über eine Spanne von fünf Jahren eine positive Relation zwischen finanziellem Einsatz und Auflagezahlen ausgemacht wurde, konnte diese über einen Zeitraum von zehn Jahren nicht bestätigt werden. Die Autoren erweisen, dass eine hohe journalistische Qualität nicht durch

kurzfristige Reinvestitionen erreicht und aufrecht erhalten werden kann, diese dafür kontinuierlich erfolgen müssen.

Wie Kritiker der These des Financial Commitment bemängeln, eignen sich die Kriterien Erfolg im Wettbewerb um Rezipienten und finanzielle Ausstattung nur bedingt als Maßstab für eine qualitativ hochwertige Berichterstattung. So können sich einerseits die Leser über die Qualität täuschen, andererseits auch gut ausgestattete Redaktionen eine schwache Zeitung produzieren. Demnach müssten weitere Parameter der publizistischen Qualität – die man etwa durch Experteninterviews erlangen könnte – zurate gezogen werden, um solche Studien aussagekräftiger gestalten zu können.²⁹

Diesem gegenüber steht ein zweiter Argumentationsstrang, der besagt, dass sich Wettbewerb negativ auf den journalistischen Standard von Zeitungen auswirkt. Jürgen Heinrich macht die Ursache dafür im Versagen des Marktmechanismus bei medialen Erzeugnissen aus, nach dem sich speziell Printmedien einem doppelten Wettbewerb stellen müssen: Sie müssen sowohl im Qualitätswettbewerb der von ihren Lesern gewünschten Qualität genügen, als auch dieses Niveau möglichst kostengünstig herstellen. Ergo ist der Inhalt der Zeitung an die Interessen ihrer Leser gekoppelt, was wiederum nur in höherer Qualität mündet, wenn das Publikum diese tatsächlich verlangte und der journalistische Standard ein transparente Produkteigenschaft wäre. Nach Schweitzer und Goldmann ist ersteres zweifelhaft, der zweite Punkt kaum möglich. Somit sind die Rezipienten, da sie wegen der Unklarheit über den Wert ausgezeichneter Informationen die Güte des Produkts nicht einschätzen können, nicht bereit, mehr Geld für eine höherwertige Zeitung auszugeben. Durch diese mangelnde Nachfrage verschwindet der Anreiz für die Produzenten, eine hohe Qualität zu liefern. Ergänzend wirft der amerikanische Politologe John Zaller, ausgehend von einer weichen Theorie rationalen Handelns, einen Blick auf die Journalisten als Produzenten von Medieninhalten. Wenn diese eigeninteressiert agieren und ihrer Arbeit unter Idealbedingungen ohne Störfaktoren nachgehen können, würden sie sich nach all ihren

29 Vgl.: Herbers, Martin R.; Marcinkowski, Frank: Mehr Konkurrenz – bessere Publizistik? Wettbewerbsbedingungen und Informationsqualität im deutschen Zeitungsmarkt. In: Jarren, Otfried; Künzler, Matthias; Puppis, Manuel (Hg.): Medienstrukturen und Performanz: Forschungsstand und Perspektiven. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften 2013, S. 378 ff.

Möglichkeiten entsprechend den Regeln und Normen ihrer Profession verhalten. Denn statt den überwiegenden Vorlieben ihrer Rezipientenschaft folgen Journalisten den innerhalb ihrer Bezugsgruppe entwickelten und gepflegten Standards. Wie in jeder anderen Profession fördern sie damit ihre Karriere, erlangen Aufmerksamkeit, Anerkennung und Aufstieg in ihrer Peergroup. Somit sollten Journalisten, sofern man ihre Ansichten davon als Qualität versteht, Produkte von bestmöglicher Güte herstellen, wenn man nicht in ihre Arbeit eingreift. Allerdings schränkt wirtschaftlicher Druck, die Zeitung gewinnbringend an ein Publikum, dem diese Qualitätsstandards fremd sind, verkaufen zu müssen, die qualitativen Ansprüche der Journalisten ein. Insofern liefern Journalisten dann das beste publizistische Niveau, wenn sie keinen Konkurrenzdruck verspüren, wie Zaller anhand des Outputs von Printmedien, Radio und Fernsehen in den USA belegt.

Hier einzuordnen ist außerdem die Forschung zu Medienmärkten, die als „hypercompetitive“ gelten. Auf ihnen benötigen die Anbieter mehr Geld, als durch Werbung und Verkauf vorhanden ist, und sind zum Großteil auf Zuschüsse von außen angewiesen. Wie Hollifield argumentiert, sinkt bei diesem hochintensiven Wettbewerb die Qualität der Medienprodukte schlagartig. Nun werden homogene Güter mit überwiegend preiswerten und dem Publikumsgeschmack nahen Inhalten hergestellt, insbesondere mittels skandalisierter oder sensationalistischer Berichterstattung.³⁰

In der dritten Argumentationslinie spielen weitere Faktoren, moderierende Variablen, wie Entman sie nennt, eine Rolle. Speziell die von den Rezipienten nachgefragte Qualität ist dabei wichtig, die in verschiedene Richtungen von harter Information bis zu weichen Human-Interest-Themen reichen kann. Entscheiden sich die Rezipienten bei einer Auswahl auf dem Pressemarkt logischerweise für die ihren Interessen und Ansichten entsprechenden Blätter, ist es für die konkurrierenden Anbieter vorteilhaft, diesen Vorlieben zu folgen und sich durch eine dazu analoge Weitergabe von Informationen an den Polen des politischen Spektrums zu positionieren. Dadurch entsteht die Einseitigkeit politischer Berichterstattung. Die Leser wählen die Zeitung,

³⁰ Vgl.: Ebd., S. 380 ff.

die ihrer persönlichen ideologischen Einstellung am nächsten kommt, um dazu unpassenden Informationen und Meinungen aus dem Weg zu gehen. Letztlich ergibt sich somit aus Konkurrenz und ideologischer Spaltung die wirtschaftliche Motivation, politisch unausgewogen und selektiv zu informieren, sich zu radikalieren. Es sind nicht ausschließlich die Wettbewerbsbedingungen, die journalistische Qualität auf einem Medienmarkt bestimmen, vielmehr unterliegt diese ebenso dem Einfluss der Präferenzen von Rezipienten und Anzeigenkunden im Zusammenspiel mit den Wettbewerbsstrategien des Unternehmens oder Verlages. Entman schließt daraus, dass es mögliche Marktkonstellationen gibt, unter denen ein Monopol einen größeren Qualitätsstandard bietet als eine Konkurrenzsituation.

Größtenteils prägten angloamerikanische Kommunikationswissenschaftler und Medienökonomien die empirische Forschung auf diesem Gebiet. Die Ergebnisse ihrer Arbeiten richten sich danach, wie sie die abhängige Variable gestalteten und maßen. Dabei lassen sich grob vier Varianten unterscheiden: Den Maßstab für journalistische Qualität liefern dabei entweder die Investitionen in redaktionelle Arbeit, basierend auf dem Gedanken, dass Quote Qualität bedeutet, der Erfolg bei der Leserschaft, Urteile aus Experten- beziehungsweise Betroffeneninterviews oder direkt der Inhalt journalistischer Erzeugnisse.³¹

I.5 b) Forschung zu Monopolisierungstendenzen im deutschsprachigen Lokaljournalismus

Dass der Lokaljournalismus im Fokus der Forschung stand, ist schon länger her. Seit Beginn der 1990er Jahre gibt es kaum noch Studien zur publizistischen Vielfalt in der Lokalpresse, stattdessen finden sich noch einige Arbeiten zum Lokalradio. Aktuell befasst sich die Kommunikations- und Medienwissenschaft weit weniger mit Medienmonopolen im Lokalen als etwa Ende der 1960er, als infolge wirtschaftlicher

31 Vgl.: Ebd., S. 381 ff.

Konzentrationsprozesse auf dem Zeitungsmarkt eine Vielzahl von Publikationen zu diesem Thema erschien.³² Hinzu kommt, wie Thomas Wilking festhält, dass Lokalkommunikation als facettenreicher, vielschichtiger sowie ab und an kaum handhabbarer Forschungsgegenstand mit seinen Eigenheiten für diese wissenschaftliche Lücke sorgt.³³ Annika Sehl pflichtet Wilkings These bei, es gebe weniger einigermaßen gesicherte Erkenntnisse über die grundlegenden Züge von Lokaljournalismus als Mängel in der Forschung, sodass bis dato eine umfassende Theorie dazu fehle. Das nächste Problem entsteht aus den vielen verschiedenen Methoden und Herangehensweisen der einzelnen Studien, deren Ergebnisse sich so nur schwer vergleichen lassen.³⁴

Im Folgenden soll anhand eines knappen Abrisses der deutschsprachigen Forschung zu Monopolisierungstendenzen und der Ursachensuche dafür sowie zur Publizistik im Lokalen allgemein die eigene Arbeit eingeordnet werden. Analog zum eigenen Vorgehen liegt das Hauptaugenmerk dabei insbesondere auf Studien, die sich inhaltsanalytischen Methoden bedienen.

Von der Entstehung ausführlich berichtender, regelmäßig erscheinender Lokalzeitungen im deutschsprachigen Raum während der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zu den ersten systematischen Studien, die sich mit ihnen beschäftigten, dauerte es rund 100 Jahre. Bis dato beschränkte sich die Forschung auf eher feuilletonistisch geprägte Beschreibungen des Lokaljournalismus und Publizistikwissenschaftler, etwa die bekannten Otto Groth oder Emil Dovifat, argumentierten vor allem normativ. In den Fokus intensiver und systematischer Auseinandersetzung rückten die lokalen Presseinhalte erst mit der ökonomischen Konzentration, die seit 1954 wahrgenommen wurde und der Presseforschung im Lokalen zu einer Flut von Publikationen bis in die späten 1960er Jahre verhalf.³⁵

Die früheste empirische Studie, die der Frage, wie Marktstrukturen die Zeitungsinhalte

32 Vgl.: Sehl, Annika 2013, S. 65.

33 Vgl.: Wilking, Thomas: Strukturen lokaler Nachrichten, Eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. Saur: München u. a. 1990, S. 2.

34 Vgl.: Sehl, Annika 2013, S. 65.

35 Vgl.: Ebd., S. 66.

beeinflussen, nachgeht, stammt von Knoche und Schulz aus dem Jahr 1969. Ihre Inhaltsanalyse, deren Materialauswahl auf Schütz' Zeitungsstatistik basiert, vergleicht die politische Lokalberichterstattung von Blättern aus Einzeitungskreisen und solchen, die in duopolistischen Konkurrenzverhältnissen stehen. Die Untersuchung von Knoche und Schulz beweist, dass Tageszeitungen mit Wettbewerb über einen wesentlich umfangreicheren Lokalteil als diejenigen aus Monopolgebieten verfügen, konnte aber keine Differenzen beim Umfang von Kommentaren und der genuin politischen Berichterstattung nachweisen. Die Autoren folgern schließlich, publizistischer Wettbewerb fördere den Ehrgeiz der Journalisten, bessere Leistung und infolge dessen mehr Qualität abzuliefern.³⁶

Ebenfalls mittels einer Inhaltsanalyse, aber auf einer größeren empirischen Grundlage verglichen Elisabeth Noelle-Neumann, Franz Ronneberger und Heinz Werner Stuber 1976 stichprobenartig deutsche Tageszeitungen, die seit den 1960er Jahren ein Monopol erlangt hatten, mit einer Auswahl von Wettbewerbszeitungen. Gemäß des damaligen Tenors, Monopolzeitungen würden weniger vielfältig, aktuell und kritisch berichten, durchleuchteten die Autoren, ob diese weniger publizistische Leistungen anböten, einseitig informierten und ihre Funktion als Kontrollorgan öffentlicher Instanzen in geringerem Maße wahrnahmen. Anhand des Umfangs des redaktionellen Teils, des dabei selbst produzierten Anteils und des Anteils politischer Berichterstattung folgerten Noelle-Neumann, Ronneberger und Stuber, dass die publizistische Leistung nicht unter einem Monopol litten. Im Gegenteil, ein Missbrauch der Alleinstellung wurde widerlegt: Die Monopolzeitungen steigerten zum Beispiel durch abgedruckte Leserbriefe und Darstellung mehrerer Argumentationslinien zu strittigen Themen den Anteil an Meinungen, die der Blattlinie widersprechen.³⁷

Eines anderen Messinstrumentes bedienten sich Wiebke Möhring und Dieter Stürzebecher 2008. Ihre Kennzahl war die Auflagedichte, also das Verhältnis zwischen der verkauften Auflage der jeweiligen Lokalzeitung und die Bevölkerungszahl ihrer Verbreitungsgebiete. Vorteilhaft daran ist, dass kleinräumige, also lokale Ver-

³⁶ Vgl.: Herbers, Martin R.; Marcinkowski, Frank 2013, S. 382.

³⁷ Vgl.: Ebd., S. 383.

breitungsgebiete, auch wenn sie unterschiedliche Bevölkerungsdichten aufweisen, vergleichbar gemacht werden. Damit gingen die beiden Hannoveraner Journalistik- und Kommunikationsforscher der Fragestellung nach, wie die Attraktivität und somit die Auflage von Zeitungen sowie deren Entwicklung durch Wettbewerb beeinflusst werden: „Wenn Redaktionen, die sich täglich an ihrer örtlichen Konkurrenz messen lassen müssen, den Lesern zumindest quantitativ mehr bieten als Redaktionen, die sich einem solchem Wettbewerb nicht stellen müssen, führt dies insgesamt auch dann zu einer höheren Akzeptanz und damit zu einer höheren Auflage der Zeitungen in Gebieten mit lokaler Zeitungskonkurrenz?“³⁸ Ebenso ließe sich sich folgern, Monopolzeitungen könnten an Auflage verlieren, da Leser ihre Lokalberichterstattung eventuell als zu knapp oder unausgewogen empfinden und sich enttäuscht abwendeten.³⁹ Möhring und Stürzebecher kommen zu dem Ergebnis, dass die lokale Wettbewerbssituation tatsächlich mit dem Stellenwert der Zeitung bei ihren Rezipienten zusammen hängt. Sie meinen, die Redaktionen würden sich unter Konkurrenzdruck intensiver um die Akzeptanz und Zuwendung der Leser werben, indem sie einen ausführlicheren Lokalteil produzierten. In Einzeitungskreisen dagegen stellten sie eine weit geringere Auflagedichte fest, die auf infolge fehlenden Bemühens um publizistische Qualität verloren gegangene Akzeptanz hindeute.⁴⁰

Eine der jüngsten Studien zu Korrelationen zwischen Wettbewerbsbedingungen und inhaltlicher Qualität der Regionalpresse stammt von Frank Marcinkowski, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster, und Martin R. Herbers, die in einer standardisierten Inhaltsanalyse eine Stichprobe von 23 Blättern aus Einzeitungs- und 28 aus Zweizeitungskreisen untersuchten. In den Artikeln auf den ersten vier Seiten von zwei Ausgaben jedes Titel maßen sie anhand von zwölf Variablen vier zentrale Qualitätsdimensionen journalistischer Berichterstattung, nämlich Vielfalt, Ausgewogenheit, Professionalität und Relevanz. Bei neun dieser Indikatoren wie Themenvielfalt oder dem Beitrag zur Meinungsbildung konnten die Forscher keine

38 Siehe: Möhring, Wiebke; Stürzebecher, Dieter 2008, S. 92.

39 Vgl.: Ebd..

40 Vgl.: Ebd., S. 100.

nennenswerten Differenzen feststellen, nur in drei der zwölf Merkmale unterschieden sich Monopolisten und Zeitungen mit Konkurrenz signifikant. Zwar konzentrierten sich die Blätter aus Zweizeitungskreisen zugunsten von Inhalten wie Umwelt- und Verbraucherschutz oder Bildung weniger auf Themen materieller Politik, etwa Wirtschaft, Finanzen oder äußere Sicherheit, und bildeten somit ausgewogener die gesamte Bandbreite relevanter Politikfelder ab, doch die anderen beiden Unterschiede sprachen für die Monopolzeitungen. Sie berücksichtigten eine größere Vielfalt von O-Ton-Gebern und lagen in der Kategorie Anti-Provinzialismus vorn. Mehr als zwei Drittel aller Hauptartikel auf ihren vorderen Seiten beleuchteten nationales oder internationales Geschehen, während dieser Wert bei den Zeitungen mit Konkurrenz um über zehn Prozentpunkte niedriger ausfiel. Zudem ermittelten Marcinkowski und Herbers weitere qualitative Vorteile der Monopolblätter: Sie lieferten mehr eigene Beiträge und wiesen einen höheren Politikanteil auf, veröffentlichten außerdem wesentlich weniger Beiträge ohne Quellenangabe, was wiederum für mehr Transparenz spräche.⁴¹ „Ohne die Daten überinterpretieren zu wollen kann man zusammenfassend festhalten, dass die publizistische Qualität zumindest auf einigen wichtigen Outputindikatoren mit abnehmender Wettbewerbsintensität überzufällig steigt.“⁴² Laut den Autoren sei für Leser in Einzeitungskreisen die Möglichkeit, die Positionen verschiedener Akteure kennen zu lernen, keineswegs eingeschränkt.⁴³

Diese Untersuchung mit dem Titel „Mehr Konkurrenz – bessere Publizistik?“ löste eine große Diskussion im Internet aus. Im Fachmagazin *Medium* etwa wurden die Thesen von Herbers und Marcinkowski als „provozierend“ bezeichnet, ihr Forschungsdesign wegen der „zwölf mehr oder minder schwammigen Kriterien“ kritisiert.⁴⁴

Annika Sehl stellt fest, dass sich aus den vielen verschiedenen Studien zur Pressekonzentration keine eindeutige Tendenz ableiten lässt, wie die Qualität der lokalen Berichterstattung durch die Marktbedingungen beeinflusst wird. Eine große

41 Vgl.: Herbers, Martin R.; Marcinkowski, Frank 2013, S. 384 ff.

42 Siehe: Ebd., S. 392 f..

43 Vgl.: Ebd., S. 394.

44 Vgl.: Kastner, Daniel: Besser dank Monopol? In: *Medium*, Magazin für Journalisten 07+08/ 2011, S. 8.

Gemeinsamkeit der verschiedenen Untersuchungen macht sie jedoch aus – die Kritik am lokalen Buch der Tageszeitungen. So kamen mehrere Studien überein, weiche oder Human-Interest-Themen, zum Beispiel Unfälle, Kriminalität oder Vereinsberichterstattung, bekämen mehr Raum als politisch relevante Themen. Ebenso stünden die Chancen, sich in der Lokalpresse zu artikulieren, für organisierte Interessengruppen wie Verbände, Parteien und Vereine deutlich besser als für unorganisierte Bürger. Dem widerspricht eine Inhaltsanalyse von Holger Handstein aus dem Jahr 2010, derzufolge in zwei von drei Zeitungen politische Berichte im Lokalteil überwogen, gleichzeitig auch nicht organisierte Akteure häufig ihre Meinung verbreiten konnten. Ein anderer Konsens vieler Untersuchungen ist, dass im Lokalteil Lob die Kritik überwiege und Auseinandersetzungen selten dargestellt würden. Statt aktiv nach Themen zu suchen und zu recherchieren würde häufig Terminjournalismus vorgezogen. Außerdem dominierten informierende journalistische Darstellungsformen, also Nachrichten und Berichte, indes es nur wenige Kommentare gäbe. Den meisten Studien war auch gemein, dass sie den Lokaljournalismus, gerade aufgrund der räumlichen Nähe, für der Einflussnahme lokaler Eliten besonders ausgesetzt hielten.⁴⁵

II. Exkurs: Die Tagespresse in den neuen Bundesländern – ein Sonderfall

Vor dem Hintergrund der im ersten Abschnitt behandelten wirtschaftlichen und publizistischen Situation auf dem Markt der Tageszeitungen sowie der theoretischen Basis dazu soll an dieser Stelle näher auf die besondere Lage der ostdeutschen Regionalblätter eingegangen werden, da in der Analyse eines von ihnen später beispielhaft genauer untersucht wird und ihre Lage im Vergleich zum

⁴⁵ Vgl.: Sehl, Annika 2013, S. 66 f.

Bundesdurchschnitt ungleich schwieriger ist.

Als Beispiel dafür sei auf die Entwicklung der Auflagen verwiesen: Während die westdeutsche Regionalpresse bis 2013 noch knapp drei Viertel des Auflagenniveaus von 1993 behielt – die Zahl der verkauften Exemplare sank in den 20 Jahren von 14,11 Millionen auf 10,21 Millionen – ging die Auflage der ostdeutschen Lokalzeitungen im selben Zeitraum von 4,3 auf 2,5 Millionen verkaufte Stücke zurück. Das entspricht nicht einmal mehr 60 Prozent des Niveaus von 1993.⁴⁶

II.1 Demografische Unterschiede zwischen Ost und West

Ein Grund für diese Verluste mag die unterschiedliche demografische Entwicklung in Ost und West nach der Wiedervereinigung sein. Zwar sind die Werte der Gesamtbevölkerung in Deutschland von 1991 mit 80,27 Millionen Einwohnern und 80,52 Millionen 2012 beinahe deckungsgleich, doch ein Blick auf die einzelnen Bundesländer offenbart bereits große Differenzen. Von den alten Ländern verzeichneten sieben einen Zuwachs, unter ihnen Spitzenreiter Bayern mit einem Plus von acht Prozent. Die Einwohnerzahl der übrigen stieg um drei bis sechs Prozent, lediglich Nordrhein-Westfalen, das sich analog zu Gesamtdeutschland entwickelte, erreicht die Bevölkerung 2012 das Ausgangsniveau von 1991, während Bremen und das Saarland vier beziehungsweise acht Prozent ihrer Einwohnerschaft einbüßten. Im Gegensatz dazu verloren beinahe alle neuen Bundesländer einen deutlich höheren Bevölkerungsanteil: Brandenburg lag 2012 noch bei 96 Prozent der Einwohner von 1991, die übrigen ostdeutschen Länder liegen mit massiven Verlusten am Ende der Statistik: Sachsen verlor in jenen 21 Jahren 13 Prozent, Mecklenburg-Vorpommern 15 Prozent, Thüringen 16 Prozent und Sachsen-Anhalt gar 20 Prozent der Bevölkerung. Indes weisen einzelne Regionen deutliche Abweichungen vom Durchschnitt ihres Bundeslandes auf, wie das Beispiel der kreisfreien Städte Essen und Frankfurt/ Oder

⁴⁶ Vgl.: Vogel, Andreas: Talfahrt der Tagespresse: Eine Ursachensuche, Der Auflagenrückgang der Regionalzeitungen. Bub Bonner Universitäts-Buchdruckerei: Bonn 2014, S. 26.

zeigt. In Essen sank die Bevölkerungszahl im Untersuchungszeitraum auf 92 Prozent, während sie im Bundesland Nordrhein-Westfalen wieder auf dem Ursprungswert ankam, im brandenburgischen Frankfurt rutschte sie von 1991 bis 2012 gar um ein Drittel ab, während das Bundesland nur geringe Verluste hinnehmen musste. Parallel dazu schrumpfte in beiden Städten auch die verkaufte Auflage der regionalen Tageszeitungen als durchschnittlich in freien Städten.⁴⁷

Wie diese statistischen Werte zeigen, hängen Bevölkerungs- und Auflagenzahlen nicht zwangsläufig zusammen. So sinkt das Auflagenniveau in einigen westdeutschen Bundesländern trotz zunehmender Einwohnerzahlen. Diese können den Auflagenschwund zwar bremsen, „erbringen diesen Effekt aber nicht automatisch. Hingegen haben stark sinkende Bevölkerungszahlen einen klaren Erklärungsanteil an sinkenden Auflagen, wie dies in den neuen Bundesländern deutlich wird.“⁴⁸

Somit lässt sich der demografische Wandel nicht als alleinige Ursache für die vergleichsweise hohen Auflagenverluste der ostdeutschen Regionalpresse festmachen. Deshalb sollen im Folgenden ihre strukturelle wie publizistische Entwicklung als wichtige Faktoren dieses Abschwungs genauer untersucht werden.

II.2 Strukturelle Entwicklung der ostdeutschen Tagespresse

II.2 a) Die Ausgangslage 1989

Zum Zeitpunkt des Mauerfalls existierten in der DDR 39 Tageszeitungen. Acht davon erschienen überregional, 14 waren Regionalzeitungen der Blockparteien CDU, LDPD und NDPD. Zudem verfügte jeder der 15 Verwaltungsbezirke der DDR – inklusive Berlin – über ein SED-eigenes Regionalblatt. Dieses hatte jeweils eine Monopolstellung über die flächendeckende Berichterstattung im Lokalen inne.

Damit nahmen die Zeitungen der sozialistischen Staatspartei die ideologische

47 Vgl.: Ebd., S. 31 ff.

48 Siehe: Ebd., S. 33.

Führungsposition ein. Die Massenmedien spielten eine wichtige politische Rolle, weshalb außer der SED nur die vier anderen in der Volkskammer vertretenen Blockparteien sowie die Massenorganisationen eigene Presserzeugnisse herausgeben durften. Printmedien wurden durch das Presseamt reglementiert. Dieses erteilte die erforderlichen Lizenzen, entschied auch über die jeweilige Auflage, den Umfang und das Erscheinungsgebiet der Blätter. Über die einzelnen SED-Bezirkszeitungen wachte die *Zentrale Druckerei-, Einkaufs- und Revisionsgesellschaft Zentrags*. Sie erteilte den Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland ihre Papierkontingente. Lediglich die zum *Berliner Verlag* gehörende *Berliner Zeitung* bildete eine Ausnahme.

Mit einer Auflagendichte von 583 Exemplaren pro 1.000 Einwohner war die DDR weltweit Zeitungsländ Nummer eins. Insgesamt kam ihre Tagespresse auf eine Auflage von knapp 10 Millionen Exemplaren. Davon machten die 17 von der SED kontrollierten Blätter über 70 Prozent aus, inklusive derer der sozialistischen Massenorganisationen gar mehr als 90 Prozent. Die den Blockparteien nahen Zeitungen erreichten dagegen lediglich eine Auflage von 815.000 Exemplaren. Die größte unter den sieben dominierenden Zentralorganen der Parteien und Massenorganisationen war die *Junge Welt*, die der Jugendorganisation FDJ unterstand und eine Auflage von 1,5 Millionen Exemplaren hatte.

Diese erstaunlich hohen Auflagenzahlen in der DDR kamen auch dadurch zustande, dass die Presseerzeugnisse für viele erschwinglich waren. 1989 etwa war ein Zeitungsabonnement für drei Ost-Mark im Monat erhältlich. Dank dieser staatlich vorgegebenen und stark subventionierten Verkaufspreise bezogen viele Bürger gleich mehrere Zeitungen und Zeitschriften, sodass in einem Haushalt neben ein bis zwei Tageszeitungen drei Zeitschriften gelesen wurden.

In den heutigen Bundesländern Sachsen und Brandenburg, um die es später in der Analyse näher gehen soll, sah die Presselandschaft folgendermaßen aus: Mit 850.000 Exemplaren von 879.000 erzielten die Bezirkszeitungen in SED-Besitz beinahe 97 Prozent der Gesamtauflage in Brandenburg und somit eine erdrückende Dominanz. Neben diesen drei regionalen SED-Blättern – der *Lausitzer Rundschau* im Bezirk

Cottbus, der *Märkischen Volksstimme* in Potsdam und dem *Neuen Tag* in Frankfurt/Oder - gab es noch zwei zu den Blockparteien gehörende Zeitungen, zum einen im Bezirk Potsdam die *Brandenburgischen Neuesten Nachrichten* als Blatt der NDPD, zum anderen die *Märkische Union*, die eng mit der CDU-Zeitung *Union* aus Dresden kooperierte. Die anderen Zeitungen der Blockparteien in Sachsen waren das LDPD-nahe *Sächsische Tageblatt* sowie die *Mitteldeutschen Neuesten Nachrichten* und die *Sächsischen Neuesten Nachrichten*, die beide zur NDPD gehörten. In Teilen beider Bundesländer - der Ober- und Niederlausitz - erschien außerdem in einer Kleinstauflage die in Bautzen herausgegebene Zeitung der sorbischen Minderheit *Nowa Doba*. Die SED-Bezirkszeitungen *Freie Presse* in Chemnitz, *Sächsische Zeitung* in Dresden und *Leipziger Volkszeitung* machten über 90 Prozent der Gesamtauflage von knapp 1,9 Millionen Exemplaren im heutigen Freistaat aus. In ganz Sachsen existierten damals 72 redaktionell unterschiedliche Ausgaben.⁴⁹

II.2 b) 1989 bis 1991: Umbruch auf dem Zeitungsmarkt

Ebenso wie die politische Führungsriege sah sich die Presse der DDR durch die sich über-schlagenden Ereignisse und Prozesse der Wendezeit unter Druck gesetzt, die Weichen für die Zukunft neu zu stellen. Zwei wichtige Beschlüsse binnen eines Monats zwangen die Redaktionen zum Handeln: Zunächst entschied die SED am 10. Januar 1990, die Herausgeberschaft aller ihrer Bezirkszeitungen aufzugeben und diese zu Volkseigentum zu machen. Dieser Beschluss in Kombination mit den knappen Papierreserven bewog die Chefredakteure der zuvor SED-geführten Regionalblätter, sich nach Investoren und Hilfe von den Verlagen aus den alten Bundesländern umzusehen. Bereits kurze Zeit später, am 5. Februar 1990, lieferte die Volkskammer mit dem „Beschluss über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und

49 Vgl.: Büssow, Robert; Kretschmar, Constanze; Lohse, Stephan; Neupert, Maïke: Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland. In: Beiler, Markus; Machill, Marcel; Gerstner, Johannes R. (Hg.): Medienfreiheit nach der Wende, Entwicklung von Medienandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK: Konstanz 2010, S. 125 ff..

Medienfreiheit“ die Basis für eine Neuordnung der ostdeutschen Tagespresse. Damit wurde anstelle der Lizenzpflicht eine Registrierung eingeführt, wodurch es möglich wurde, neue Publikationen zu gründen. Auch das Vertriebsmonopol der Ost-Post – bei der bis dato alle Zeitschriften und Zeitungen ihre gedruckten Exemplare abliefern mussten, damit diese als alleiniger Inhaber einer Abonnenten-Kartei die Auflagen dann zustellte – wurde abgeschafft. Zwar wurde außerdem noch ein Medienkontrollrat gegründet, der Ideen entwickeln sollte, wie das ostdeutsche Mediensystem von Grund auf neu gestaltet werden könne, aber ein abschließendes Mediengesetz konnte bis zur Wiedervereinigung im Oktober 1990 nicht mehr erarbeitet werden.⁵⁰

Diesen relativ großen Handlungsspielraum nutzten schon bis Ende Januar 1990 alle ehemaligen SED-Bezirkszeitungen, indem sie sich für unabhängig erklärten und ihre Chefredakteure wechselten. Ab dem ersten April 1990 mussten alle Presseerzeugnisse auf die gewohnten Subventionen vom Staat verzichten, da die SED-PDS diese einstellte. Angesichts ihrer gewaltigen Auflagen und Verbreitungsgebiete hatte die Tagespresse keine Probleme, schnell neue Investoren zu finden. Die Zeitungen waren derart begehrt, dass jeder Verleger aus mindestens fünf, teilweise sogar fünfzehn Angeboten aus der BRD wählen konnte. Somit existierten im Mai des Jahres bereits 26 Zeitungen in Ostdeutschland, die mit Verlagen aus dem Westen kooperierten oder dies beziehungsweise eine Fusion planten. Aus dieser Konstellation folgte ein Konflikt sowohl mit den Plänen der Regierung der DDR als auch später der BRD. Beide wünschten einen vom Staat gelenkten Verkauf mittels der Treuhandgesellschaft, durch den der Zeitungsmarkt in den neuen Ländern mehr auf Basis der Beschlüsse einer Behörde denn durch Prinzipien eines freien Marktes entstand. Ihren gesetzlichen Vorgaben folgend, agierte die Treuhand bei dieser Vergabe ausschließlich im Sinne der wirtschaftlichen Kriterien Kaufpreis, geplante Investitionen und Beschäftigungsplanung.

Somit hatten nur finanzkräftige Großverlage aus Westdeutschland eine Chance, den Zuschlag zu erhalten. Die regionalen Monopole der SED-Zeitungen gingen nun in

⁵⁰ Vgl.: Ebd., S. 129.

privaten Besitz über – bereits damals, aus zeitgenössischer Sicht, für viele Medienwissenschaftler ein Versäumnis, die Struktur der Presselandschaft zu dezentralisieren. Hinzu kommt, dass die beiden größten Regionalblätter – die *Freie Presse* aus Chemnitz mit einer Auflage von über 600.000 Exemplaren sowie die *Mitteldeutsche Zeitung* aus Halle – bereits vor Beginn des Verfahrens zur Privatisierung durch die Treuhand an die Ludwigshafener *Medienunion* beziehungsweise den Verlag *DuMont-Schauberg* aus Köln gingen. Auf die Ausschreibung von zehn ehemaligen SED-Bezirkszeitungen im November 1990, die samt ihrer Druckereien und Immobilien angeboten wurden, antworteten 37 interessierte Unternehmen mit insgesamt 84 Offerten. Ab dem darauffolgenden Sommer wurden erste Verkaufsverträge unterzeichnet. Der Kaufpreis für alle Zeitungen belief sich dabei auf rund 850 Milliarden D-Mark, die Versprechungen für Investitionen mit 1,3 Milliarden gar auf das Anderthalbfache – aus wirtschaftlicher Sicht einer der größten Erfolge der Treuhand.

Die von der Privatisierungsanstalt geforderte und von ihnen unterschriebene sogenannte „Good-Will-Klausel“ brachen die Verlage aus dem Westen jedoch mehrere Male. Sie waren damit die Verpflichtung eingegangen, die marktbeherrschende Position der gekauften Bezirkszeitungen nicht gegen konkurrierende Blätter auszuspielen. Ebenso wie bei der Zusicherung, nicht durch Verdrängung anderer vom Markt eine Monopolsituation herzustellen, wurden sie dabei allerdings nur wenig kontrolliert.⁵¹

Die Zeitungen der Blockparteien standen weitaus weniger unter Druck als die großen Regionalblätter, sich von der SED zu distanzieren. Nur die Hälfte ihrer insgesamt 14 Redaktionen wechselte den Chefredakteur. Medienhäuser aus den alten Bundesländern – etwa *Springer*, *FAZ*, *WAZ* und *Bauer* – übernahmen die Mehrzahl dieser Zeitungen, sofern sie nicht ganz aufgegeben wurden. Allerdings dominierten die einstigen SED-Bezirkszeitungen derart stark den Markt, dass die neuen Besitzer meist nur geringe Überlebenschancen für ihre Erwerbungen sahen. So engagierten sie sich häufig kaum, die kleineren Blätter zu erhalten. Diesen mangelte es an lokaler

51 Vgl.: Ebd., S. 129 f..

Verwurzelung. Neue Lokalredaktionen einzurichten rechnete sich nicht. Schließlich sahen sich die Blockparteizeitungen gezwungen, mehr und mehr Ausgaben einzustellen, bis sie oft nur noch die Hauptstadt ihres Verbreitungsgebietes abdeckten. In den meisten Fällen beschleunigte diese Entwicklung den Weg in die Insolvenz. Als unabhängige Zeitung, die einen eigenen Mantel produziert, überlebte bis heute nur die *Thüringer Landeszeitung*. Alle übrigen Blätter der Blockparteien wurden bis Ende 1993 eingestellt oder aufgekauft und fusionierten.

Wirtschaftlich bergab ging es auch für die ehemaligen Zentralorgane der DDR-Parteien und Massenorganisationen, deren Auflagen bereits ab 1990 rapide schrumpften. Von März bis Juni diesen Jahres büßte allein die *Junge Welt* 200.000 Abonnements ein. Die Zeit, in der – wegen des geringen Umfangs und Preises – viele ostdeutsche Haushalte zusätzlich zur Regional- eine Zweitzeitung bezogen, war nun vorbei.

Parallel zum Personalwechsel in den Chefetagen gaben sich viele Blätter auch einen neuen Namen. Damit sollte eine grundlegende Neuorientierung ausgedrückt werden. Die Journalisten fassten ihre Ansprüche an die eigene Arbeit in so genannte Redaktionsstatuten, mit deren Hilfe sie Parteiunabhängigkeit und Verpflichtung gegenüber der öffentlichen Aufgabe, auf die in Kapitel IV näher eingegangen wird, aber auch ihre ökonomische Orientierung demonstrieren wollten. Als Leitbild nahmen sich nun alle Redaktionen eine objektive, wahrheitsgemäße und sachkundige Berichterstattung. Diesen radikalen Neuanfang dokumentierten beinahe ausnahmslos alle Blätter dadurch, ihre Jahrgangszählung nicht fortzuführen, sondern bei null zu beginnen. Zeitungen in einem Konkurrenzverhältnis zweifelten oftmals die Wahrhaftigkeit des ideologischen Wandels ihres jeweiligen Gegenübers an. Zu sehr schienen Selbstzensur, ein Verzicht auf kritische Berichterstattung und routinemäßige Einhaltung von Tabus in den Redaktionen verwurzelt zu sein. Vielfach vollzogen die Redaktionen die öffentlich präsentierte Abkehr davon tatsächlich nach und nach.

Gleichzeitig explodierte die Vielfalt in der Presselandschaft der ehemaligen DDR kurzzeitig: Insgesamt schoss die Zahl der Lokalausgaben von 273 auf 302 in die Höhe. Im Frühling 1990 wurden 17 neue Regionalzeitungsverlage und 27 neue Ausgaben

gegründet. Teilweise gingen diese Neugründungen aus der Bürgerrechtsbewegung hervor. Zusätzlich exportierten Verlage aus dem Westen 23 Ausgaben in die neuen Bundesländer. Dies geschah entweder, indem überregionale Blätter auch in Ostdeutschland angeboten wurden oder aber die Zeitungen, besonders jene in Nähe der ehemaligen Grenze, Lokalausgaben für die neuen Bundesländer einführten. Besonders mittelständische Verlage gründeten neue und eigenständige Zeitungen im Osten. Dagegen setzten die westdeutschen Großverlage auf Zusammenarbeit mit ihren ostdeutschen Pendanten, verfolgten damit jedoch das Ziel, diese auf längere Sicht zu übernehmen oder zumindest eine Beteiligung zu erhalten.

Ihren Höhepunkt erlebte diese Aufbruchsstimmung am Pressemarkt im Sommer des Jahres 1991, als es insgesamt 56 Ausgaben von neu gegründeten Verlagen gab. Die importierten Tageszeitungen aus den alten Bundesländern, inklusive Kaufzeitungen, und die neugegründeten Blätter im Osten machten zu dieser Zeit knapp ein Drittel der Gesamtauflage von 7,5 Millionen Exemplaren auf dem Gebiet der ehemaligen DDR aus.⁵² „Die ersten beiden Jahre nach dem Mauerfall bescherten der Tagespresse – so scheint es auf den ersten Blick – zunächst kräftige Aufwuchse.“⁵³ Doch das Rekordhoch mit einer deutschlandweiten Gesamtauflage von über 27 Millionen Exemplaren Ende 1991 hatte seine Ursachen vor allem darin, dass sich erst ein gesamtdeutscher Markt für Zeitungen herausbildete, und sollte nicht lange anhalten.⁵⁴

II.2 c) Die Zeit nach 1991

Die Blüte des Pressemarktes in den neuen Bundesländern war jedoch nur von kurzer Dauer. Schon bald setzte ein Zeitungssterben ein. Von den neuen 56 Lokalausgaben aus dem Sommer des Vorjahres existierten zum gleichen Zeitpunkt 1992 mit 33 noch etwas mehr als die Hälfte, nur 15 der 22 der bis 1992 neu gegründeten Verlage überlebten

52 Vgl.: Ebd. S. 132 ff.

53 Siehe: Möhring, Wiebke; Stürzebecher, Dieter 2008, S. 91.

54 Vgl.: Ebd..

ein Jahr. Sie schafften es nirgendwo, sich aus dem Schattendasein neben den übermächtigen Monopolblättern der etablierten Regionalzeitungen zu befreien. Entsprechend gering war ihr Marktanteil. Zwar kalkulierten die Verleger der kleineren Blätter damit, dass sie anfangs hohe Investitionen und Verluste in Kauf nehmen müssten, doch der von ihnen erhoffte Aufschwung setzte nicht ein, da sie mit den einstigen SED-Bezirkszeitungen in puncto Auflage, Größe und jahrelang gefestigter Leser-Blatt-Bindung einfach nicht mithalten konnten. Hinzu kam noch ein Preiskampf, sodass die Neugründungen relativ bald wieder vom Markt verschwanden. Sowohl im lokalen als auch im überregionalen Segment blieben Neugründungen nach 1995 weitgehend aus.⁵⁵

Diese Form der Konzentration sorgte für zwei speziell ostdeutsche Phänomene in der Presslandschaft: Mittelständische Verleger – wie sie in Westdeutschland weit verbreitet sind – konnten sich kaum durchsetzen, stattdessen herrschen in Folge der schrittweise vorstatten gehenden Verdrängung kleinerer Titel fast überall Monopole großer Verlagshäuser. Als wichtiger Verantwortlicher dafür gilt die Treuhandgesellschaft, die Bezirkszeitungen bevorzugt an kapitalstarke Großverlage aus dem Westen vergab. So teilten sich 1996 die zu diese Zeitpunkt fünf größten Medienhäuser aus den alten Bundesländern – *Springer*, *WAZ*, der *Süddeutsche Verlag*, *DuMont Schauberg* die *Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung* – beinahe die Hälfte der Auflage im Osten. In den alten Bundesländern kamen sie zusammen auf nur 41 Prozent. Noch dramatischer fiel ihre Dominanz bei den Abonnements in Ostdeutschland aus, von denen im Herbst 1996 nur jedes vierte nicht aus einem der zehn größten Unternehmen stammte. Dagegen war ihr Anteil im Westen nur etwa halb so hoch.⁵⁶

Ähnlich gravierend wie die Konzentrationsprozesse fiel in dieser Zeit der Auflagenschwund ostdeutscher Tageszeitungen aus: War die Gesamtauflage bereits von 1989 bis 1993 um annähernd 40 Prozent geschrumpft, verlor sie in den zehn Jahren von 1996 bis 2006 ein weiteres Drittel. Im Westen fiel der Rückgang mit 14 Prozent nicht einmal halb so stark aus. Anfangs wurde diese Erosion der Auflagen in Ostdeutschland

⁵⁵ Vgl.: Büssow, Robert; Kretzschmar, Constanze; Lohse, Stephan; Neupert, Maike 2010, S. 136.

⁵⁶ Vgl.: Ebd., S. 137.

als eine Anpassung an die neuen Verhältnisse gesehen: „Die zu DDR-Zeiten künstlich hochgehaltenen Auflagen vor allem der damaligen SED-Zeitungen, von der Staats- und Parteiführung aus politisch-ideologischen Gründen so beabsichtigt und durch umfassende Subventionen und damit extrem niedrige Bezugspreise der Zeitungen ermöglicht, hätten sich zwangsläufig in den Jahren nach dem Fall der Mauer sukzessive abbauen müssen.“⁵⁷ Als weitere, damit einhergehende Ursache wurden die ökonomischen und sozialen Probleme angesehen, die im Osten weitaus drastischer ausfielen als in den alten Bundesländern. Ein dritter Faktor für die vergleichsweise hohen Auflagenverluste sei die demografische Entwicklung. Besonders in den ersten Jahren nach der Wiedervereinigung verließen viele Bürger der ehemaligen DDR ihre Heimat, dieser bis heute anhaltende Trend der Abwanderung ziehe logischerweise ein Minus bei den Auflagenzahlen nach sich.⁵⁸

Dies schlägt sich auch bei der Entwicklung der Auflagendichte – also der Anzahl von Zeitungsexemplaren pro Einwohner – wieder. Analog zu den Gesamtauflagen sank sie von 1996 bis 2006 in den alten Ländern um 15 Prozent, im Osten dagegen mit 27,5 Prozent fast doppelt so stark. Vor allem die lokalen Abonnementzeitungen litten unter dramatischen Einbußen. 1996 hatte ihre durchschnittliche Auflagendichte in den neuen Bundesländern mit 326 Ausgaben pro 1.000 Einwohner noch um 17 Prozent über der im Westen (279) gelegen. Zehn Jahre später jedoch lagen der Osten mit einem Wert von 221 beinahe zehn Prozent unter der durchschnittlichen Niveau westdeutscher Lokalzeitungen von 243.

Dies mehr als 15 Jahre nach der Wende immer noch als Anpassungsprozess zu erfassen, gestaltet sich schwierig. Auch mit Abwanderung lässt sich der Rückgang der Auflagendichte nicht erklären, da diese Kennziffer bereits die Korrelation zur Bevölkerungszahl einbezieht. Die beiden Bundesländer mit dem größten Minus von jeweils 35 Prozent – Thüringen und Brandenburg – etwa bieten ganz unterschiedliche strukturelle Voraussetzungen und Wirtschaftskraft. Auf kleinräumiger Ebene setzt sich diese extrem unterschiedliche Entwicklung fort: In Sachsen etwa reicht die Bandbreite

57 Siehe: Möhring, Wiebke; Stürzebecher, Dieter 2008, S. 92.

58 Vgl.: Ebd..

der Verluste von moderaten 18 Prozent im Landkreis Döbeln bis zu knapp 40 Prozent in Hoyerswerda.⁵⁹ Möhring und Stürzebecher folgern: „Die allgemeine Akzeptanz der Tagespresse ist – jedenfalls bezogen auf die lokalen Abonnementzeitungen – keineswegs ein „Naturgesetz“, dem alle Verlage ohnmächtig und in weitgehend ähnlicher Weise ausgesetzt wären.“⁶⁰

2009 galten nach Schütz' Definition 61 der 86 Landkreise und kreisfreien Städte in den neuen Ländern, also 71 Prozent von ihnen, als Einzeitungskreise. Damit liegt der Konzentrationsgrad deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt von 58 Prozent ein Jahr zuvor. Neben einem Gefälle von Nord nach Süd – in Mecklenburg-Vorpommern gibt es fast nur Monopolblätter, während in Thüringen immerhin elf Zweizeitungskreise existieren – besteht nur in Sachsen noch je ein Kreis mit einer Auswahl von drei beziehungsweise vier Zeitungen. Die übrigen 23 Verwaltungseinheiten bieten eine Auswahl von je zwei verschiedenen Blättern.

Die hohe Konzentration der Tagespresse in Ostdeutschland hat sich in den letzten 25 Jahren kaum verändert, seit Mitte der 1990er Jahre wurden keine neuen Markteintritte mehr versucht. So stellen die 15 ehemaligen Bezirkszeitungen bis heute eine Übermacht auf dem Markt. Sie teilen sich mehr als 90 Prozent der gesamten Auflage von Regionalzeitungen. Dabei besteht anscheinend eine Übereinkunft bezüglich der jeweiligen Verbreitungsgebiete, da sie sich untereinander kaum Konkurrenz machen. Insgesamt vereinen die fünf größten Verlage für regionale Abonnementpresse, alle gehören zu Verlagshäusern aus den alten Bundesländern, mehr als die Hälfte des Marktes auf sich.⁶¹

II.3 Inhaltliche Veränderungen der Zeitungen seit 1990

Um ihr Imageproblem als Handlanger von Partei- und Staatsführung der SED schnell zu

59 Vgl.: Ebd., S. 93 ff.

60 Siehe: Ebd., S. 96.

61 Vgl.: Büssow, Robert; Kretzschmar, Constanze; Lohse, Stephan; Neupert, Maike 2010, S. 139 ff..

bewältigen, entschieden sich die meisten ostdeutschen Zeitungen nach der Wende, auf einen eher berichtenden und informativen Stil zurückzugreifen, damit sich der Leser eine eigene Meinung bilden könne. Unterstützt wurde dies dadurch, ab Frühjahr 1990 die Umfänge der einzelnen Blätter von durchschnittlich acht auf zwölf bis 16 Seiten auszuweiten. Während in der DDR nur eine Seite pro Tag für lokale Themen vorgesehen war, wuchs diese Berichterstattung bis innerhalb von fünf Jahren auf beinahe vier Seiten täglich an. Infolge der gesellschaftlichen Veränderungen, die durch Wende und Wiedervereinigung entstanden, war es im Zuge des publizistischen Umbruchs wichtig, dass die Zeitung ihren Lesern Orientierungshilfen anbot.

Den SED-Regionalzeitungen gelang es binnen kurzer Zeit, das Vertrauen ihres Publikums wiederzugewinnen und dieses fest an sich zu binden. Dafür wurden unter anderem umfangreiche Seiten für Leserbriefe installiert. Als Neugründungen den Markt überfluteten, ahmten die alteingesessenen Blätter immer mehr den Stil der westdeutschen Zeitungen nach, passten sich deren journalistischen Standards an. So gelang es ihnen schnell, Nachrichten neutral wiederzugeben sowie zwischen Information und Meinung zu differenzieren. Nachteilig wirkte sich dabei nur aus, dass die Journalisten aus dem Osten weniger kritische Kommentare schrieben als ihre westdeutschen Kollegen, damit wohl keine Konflikte heraufbeschwören wollten. Gewohnheitsmäßig hielten sich Redakteure der ehemaligen DDR, wie sie es erlernt hatten, bei der Themenauswahl zulasten anderer Gesellschaftsbereiche stärker an der Obrigkeit orientierten, wie eine Inhaltsanalyse belegt. Dennoch haben sich die einstigen Bezirkszeitungen und ihre neue Konkurrenz stark angeglichen.

Ein Pferd, auf das fast alle in Ostdeutschland tätigen Verlage setzten und setzen, ist die lokale und regionale Berichterstattung. Eine Zeitung, die sich mit den Problemen und Themen vor Ort befasst, soll die Leser-Blatt-Bindung stärken, somit den Rückgängen der Auflagen entgegensteuern. Dieser Fokus auf Berichte aus der Nähe wurde dadurch ermöglicht, dass inzwischen viele Regionalblätter Newsdesks als zentrale Redaktion eingerichtet haben.⁶² Damit soll nicht nur Geld gespart, sondern auch die Rolle als

⁶² Vgl.: Ebd., S 160 ff..

wichtigster Nachrichtenanbieter im Lokalen gewahrt werden.

III. Die *Lausitzer Rundschau* als Beispiel einer regionalen Monopolzeitung

Um zu untersuchen, ob lokale Zeitungsmonopole die publizistische Qualität beeinträchtigen oder nicht, soll der Inhalt zweier verschiedener Ausgaben einer Regionalzeitung verglichen werden. Davon soll eine Ausgabe aus einem Einzugsbereich stammen und die andere unter Konkurrenzdruck erscheinen. Dass beide Lokalausgaben zum selben Blatt gehören, vereinfacht die Gegenüberstellung, da Differenzen innerhalb der Blattlinien – also der politischen Ausrichtungen – sowie unterschiedliche Layouts und Rubriken als verkomplizierende Faktoren ausgeblendet werden können.

Als solche Tageszeitung und Untersuchungsgegenstand bietet sich die *Lausitzer Rundschau* an, da sie einerseits besonders von den beschriebenen Problemen der Regionalpresse in Ostdeutschland betroffen ist, andererseits im Großteil ihres Verbreitungsgebietes als Alleinanbieter agiert, in dessen sächsischem Teil jedoch die *Sächsische Zeitung* als Konkurrent hat.⁶³ Zum besseren Verständnis sollen im Folgenden die *Lausitzer Rundschau* samt ihrer historischen Entwicklung, aber auch die beiden analysierten Lokalausgaben kurz vorgestellt werden.

III.1 Entwicklung der *Lausitzer Rundschau*

Mit insgesamt fünf Kreisseiten für Bautzen, Görlitz und Weißwasser, Löbau und Hoyerswerda, Kamenz und Zittau erschien die erste Ausgabe der *Rundschau* am 20.

⁶³ Vgl.: Ebd., S. 145.

Mai 1946 ausschließlich im heute sächsischen Teil der Lausitz. Herausgeber war die Sachsenverlag, Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, in deren Gebäude in Bautzen auch die Redaktion saß. Die Erstaussgabe kostete 15 Pfennig. Im Februar 1952 zogen Redaktion und Verlag nach Görlitz, das damals mit über 100.000 Einwohnern die größte Stadt der Oberlausitz war. Hier war die Tageszeitung täglich acht Seiten stark. Im März desselben Jahres wurde auf Leserwunsch ein aktueller Sportteil eingeführt, der immer montags erschien.

Als in der DDR die Bezirke gebildet wurden, stand für die LR nur ein halbes Jahr nach dem Umzug nach Görlitz der nächste Ortswechsel an: Ab dem 15. August 1952 agierte die *Rundschau* als Organ der Bezirksleitung Cottbus der SED in Cottbus. Anfang 1954 erreichte man eine Auflage von 100.000 Exemplaren.

1957 unterzog sich die Tageszeitung einem Format- und Layout-Wechsel. Zur Veränderung des Zeitungskopfes, die damit einherging, wurden den Lesern in der Ausgabe vom 16. März 1957 werden vier verschiedene Entwürfe zur Auswahl gestellt. Am 01. Mai dieses Jahres erhöhten sich mit der Inbetriebnahme der neuen Rotationsdruckmaschine "Laura" nicht nur die Druckkapazität und -qualität, sondern auch die Aktualität der *Lausitzer Rundschau*. Nun erschien das Blatt erstmals im Rheinischen Format und mit neuem Kopf.

1971, zum 25-jährigen Gründungsjubiläum, brach die *Rundschau* die Auflagenmarke von 200.000 Exemplaren. Drei Jahre später begannen die Bauarbeiten für den Neubau in der Straße der Jugend, der fortan die Druckerei sowie das Verlags- und Redaktionengebäude beherbergen sollte. Der erste Probedruck auf der neuen Rollenoffsetmaschine RO 72 wurde im September 1976 unternommen, am 5. April 1977 startete der reguläre Druck der gesamten Zeitung im Rollenoffsetverfahren. Die *Rundschau* erhöhte ihren wöchentlichen Umfang auf 52 Seiten. Dadurch wurde eine deutliche Verbesserung der Zeitungsqualität, insbesondere der Bilderwiedergabe, möglich. Redaktion und Verlag folgten der Druckerei in das neue „Haus der LR“ in der Straße der Jugend 54 am 4. August 1977.

Mit der Wende deklarierten Redakteure und Verlagsmitarbeiter die *Lausitzer*

Rundschau am 18. Januar 1990 zur unabhängigen Zeitung. Die *Lausitzer Rundschau Verlag und Druckerei GmbH* wurde am 1. Juli 1990 gegründet. Im April 1990 verkaufte die Treuhandgesellschaft die *Rundschau* an die *Saarbrücker Zeitung*, wodurch das Blatt Teil der Stuttgarter Holding *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH* wurde.⁶⁴

Wie die anderen beiden großen ehemaligen SED-Bezirkszeitungen in Brandenburg – die *Märkische Allgemeine* und die *Märkische Oderzeitung* behielt die *Lausitzer Rundschau* nach 1991 ihre marktbeherrschende Position in der Presselandschaft bei. Die Phase der Pressekonzentration nach dem Gründungsboom der Wiedervereinigung überstand die *Rundschau* relativ unbeschadet. Mitte der 1990er Jahre wurden die Ausgaben für Cottbus Stadt und Land zusammengelegt. In ihrem Kernverbreitungsgebiet agierte die Zeitung weitestgehend als Monopolist: Lediglich die sächsischen Ausgaben in Weißwasser und Hoyerswerda hatten als Mitbewerber die *Sächsische Zeitung* und in Jessen als einzige Ausgabe für Sachsen-Anhalt die *Mitteldeutsche Zeitung*. Die Jessener Ausgabe wurde jedoch 2001 aufgegeben.⁶⁵

2004 versuchte die *Lausitzer Rundschau* mit dem Tabloid-Format *20Cent Lausitz* eine günstige Straßenverkaufszeitung für eine junge Zielgruppe am Markt zu etablieren. Diese wurde jedoch 2009 wieder eingestellt, da sich dieses Konzept angesichts einer stagnierenden Auflagen von rund 12.000 Exemplaren offenbar nicht rentabel durchsetzen ließ.⁶⁶

Im ersten Quartal 2015 erschien die *Lausitzer Rundschau* mit einer verbreiteten Auflage von 82.203 Exemplaren, darunter 73.364 für Abonnenten und 1.023 E-Paper, in 13 Lokalausgaben in Südbrandenburg und Nordsachsen. Mit Verlusten von über 50 Prozent ist sie eines der Blätter, das in den letzten Jahren die dramatischsten Einbrüche der Auflage verkraften musste⁶⁷:

64 Vgl.: LR-Online: Geschichte. Unter: <<http://www.lr-online.de/unternehmen/ueberuns/art205521,3704983>>

65 Vgl.: Büssow, Robert; Kretzschmar, Constanze; Lohse, Stephan; Neupert, Maik 2010, S. 143 ff..

66 Vgl.: Schütz, Walter J. 2012, S. 570.

67 Vgl.: IVW: Werbeträgerdaten Quartalsauflagen Lausitzer Rundschau Gesamt (Mo – Sa). Unter: <<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>>

Quartal	Verbreitete Auflage
1999 / 01	169.151 Exemplare
2003 / 01	138.286 Exemplare
2007 / 01	108.461 Exemplare
2011 / 01	94.842 Exemplare
2015 / 01	82.203 Exemplare

III.2 Vergleichbare Lokalausgaben

III.2 a) Lokalausgabe Finsterwalde: *Finsterwalder Rundschau*

Die Finsterwalder Lokalausgabe erscheint in ihrem Verbreitungsgebiet im Südwesten Brandenburgs als einzige Tageszeitung. Sie erreichte im ersten Quartal 2015 eine Auflage von 6.249 Exemplaren⁶⁸. Weitere Lokalausgaben der *Lausitzer Rundschau* im Landkreis Elbe-Elster sind die Ausgaben Herzberg und Bad Liebenwerda/ Elsterwerda.

III. 2 b) Lokalausgabe Weißwasser/ Niesky: *Lokal-Rundschau*

Die Lokalausgabe für Weißwasser und Niesky erscheint in einer verbreiteten Auflage von 5.533 Exemplaren⁶⁹ als eine von zwei Ausgaben der *Rundschau* in der sächsischen Oberlausitz neben der in Hoyerswerda. In Weißwasser und Niesky existiert als Konkurrenz eine Lokalausgabe der *Sächsischen Zeitung* mit einer Auflage von 7.572 Exemplaren⁷⁰.

68 Vgl.: Informationsgesellschaft zur Verbreitung von Werbeträgern e. V. (Hg.): Auflagenliste 1/2015. Berlin 2015, S. 43.

69 Vgl.: Ebd..

70 Vgl.: Ebd., S. 48.

IV. Das „Spiegel-Urteil“ als Maßstab journalistischer Qualität

Nun, da mit den beiden Lokalausgaben der Lausitzer Rundschau die Auswahleinheiten bestimmt sind, bedarf es eines sinnvollen Instrumentes, um die journalistische Vielfalt – beziehungsweise Qualität – beider Blätter messbar zu machen.

Einen Hinweis darauf, was Zeitungen in Deutschland zu einer funktionierenden Demokratie beitragen sollen, liefert das sogenannte „Spiegel-Urteil“ des Bundesverfassungsgerichtes vom 5. August 1966, in dem die „öffentliche Aufgabe“ der Presse formuliert ist. Sie definiert einen Qualitätsmaßstab für die Presse und Medien allgemein.

Auf den Hintergrund des Urteils soll an dieser Stelle genauer eingegangen werden, um dessen Bedeutung für die Rolle der Zeitungen in Deutschland zu verdeutlichen.

IV.1 Zur Einordnung des „Spiegel-Urteils“

Während der Anfangszeit der Bundesrepublik nach 1949 musste sich ein kritischer Journalismus erst noch etablieren: Die politische Kultur war geprägt von einem autoritären Denken, das aus der Zeit vor 1933 stammte und den Aufstieg der Nationalsozialisten begünstigt hatte. In dieser Tradition stand die weit verbreitete Ansicht, Medien hätten zuallererst Staatsinteressen zu dienen und den von der Obrigkeit erteilten Weisungen Folge zu leisten. In den 1950er Jahren hatten die anglo-amerikanischen Besatzungsmächte, unterstützt von deutschen Medienpolitikern wie Hans Bredow, Adolf Grimme oder Fritz Säger, die Idee eines unabhängigen, staatsfernen Journalismus noch nicht in der deutschen Gesellschaft – ebenso unter den meisten Journalisten – durchsetzen können.

Dieses Bild, dass Medien eine Verantwortung für die Nation tragen und der Politik dienlich sein sollen, wurde bestärkt durch die Medienpolitik der ersten Bundesregierungen unter Konrad Adenauer: 1952 wurde ein Bundespressegesetz

entworfen, das dem Innenminister die Möglichkeit bot, missliebige Zeitungen einzustellen. Der Versuch des ersten Kanzlers, 1960 mit der *Deutschland-Fernsehen-GmbH* einen privatrechtlichen Sender nach dem Vorbild der Rundfunkstruktur in der Weimarer Republik zu gründen, scheiterte am Bundesverfassungsgericht. Dessen Urteil vom 28. Februar 1961 besagte, dass für Fernsehen und Radio die im Artikel fünf des Grundgesetzes festgeschriebene Pressefreiheit als institutionelles Recht ebenso gelte. Daher dürfe der Staat keinen Rundfunkveranstalter beherrschen – was aber im Falle der *Deutschland-Fernsehen-GmbH* zuträfe, da sie komplett in staatlicher Hand gelegen hätte. Diese Politik Adenauers und publizistische Kampagnen wie diejenigen zu Deutschlandpolitik der Blätter aus dem Hause Axel Springer demonstrierten, dass der Gedanke, Journalismus habe eher eine staatstragende als rein sachliche und für Transparenz sorgende Rolle zu spielen, noch nicht aus den Köpfen von Politikern wie Journalisten verschwunden war.

In diesem Zusammenhang ist auch die Reaktion des Verteidigungsministeriums unter Franz Josef Strauß (CSU) auf den militärpolitischen Artikel „Bedingt abwehrbereit“ des stellvertretenden *Spiegel*-Chefredakteurs Conrad Ahlers, erschienen in der Ausgabe 41 am 10. Oktober 1962 zu sehen. Ahlers Reportage befasste sich mit der Rüstungsstrategie der Bundesregierung um Kanzler Adenauer und Verteidigungsminister Strauß: Aus zahllosen kleineren Informationen zeichnete er das Bild, die BRD vernachlässige konventionelle Verteidigungskraft zugunsten nuklearer Rüstung. Im Text wurde kritisiert, die Bundesrepublik könne sich aufgrund dieser Strategie nicht wirksam gegen einen Angriff seitens der Sowjetarmee verteidigen.

Am Tag nach Erscheinen des Artikels erstatte der von Strauß beförderte Staatsrechtler Friedrich August von Heydte Strafanzeige wegen Landesverrates gegen die *Spiegel*-Redaktion. Die Bundesanwaltschaft, gestützt auf ein Gutachten des Verteidigungsministeriums, beantragte daraufhin eine Durchsuchung und Haftbefehle für führende Mitarbeiter des Magazins beim Bundesgerichtshof. Auf dessen Beschluss wiederum durchsuchten Beamte des Bundeskriminalamtes am 26. Oktober 1962 die Redaktion der Zeitschrift in Hamburg und nahmen eine Reihe wichtiger Spiegel-

Mitarbeiter fest, unter ihnen der Chefredakteur, der Verlagsdirektor und Herausgeber Rudolf Augstein. Die Durchsuchung zog sich fast einen Monat hin, Augstein wurde über drei Monate festgehalten – ihm wurde zusätzlich Bestechung von Bundeswehrmitgliedern vorgeworfen.

Trotz gründlichster Untersuchungen ließen sich keine Belege dafür finden, dass sich die *Spiegel*-Mitarbeiter des Landesverrates oder der Korruption schuldig gemacht hätten. Zwar wurden Augstein, Ahlers sowie ein Offizier angeklagt, doch der Bundesgerichtshof lehnte es ab, ein Hauptverfahren gegen die Journalisten zu eröffnen. Die meisten deutschen Zeitungen und Journalistenverbände stellten sich auf die Seite des Hamburger Nachrichtenmagazins, ebenso wie Studenten und bald darauf auch die politische Publizistik sowie Mitglieder des Bundestages.

Der *Spiegel* legte eine Verfassungsbeschwerde beim Bundesverfassungsgericht ein, die das Gericht in seinem Urteil vom 5. August 1966 bei Stimmgleichheit der Richter zwar zurückwies, darin aber den hohen Wert der Pressefreiheit sowie ihren Schutz vor staatlichen Eingriffen verankerte. Die Verfassungsrichter hielten im *Spiegel*-Urteil fest, dass in diesem Falle das öffentliche Informationsinteresse schwerer wiege als der Wunsch der militärischen Führungsriege nach Geheimhaltung.⁷¹

IV.2 Die „öffentliche Aufgabe“ der Presse

Mit dieser Bestärkung der Unabhängigkeit der Presse verknüpfte das Gericht gleichzeitig durch die Formulierung der „öffentlichen Aufgabe“ eine Definition der Funktionen, die Zeitungen und Zeitschriften für den gesellschaftlichen Diskurs zu erfüllen haben:

„Soll der Bürger politische Entscheidungen treffen, muss er umfassend informiert sein, aber auch die Meinungen kennen und gegeneinander abwägen können, die andere sich gebildet haben. Die Presse hält diese ständige Diskussion in Gang; sie beschafft die

⁷¹ Vgl.: Pöttker, Horst: Meilenstein der Pressefreiheit – 50 Jahre „Spiegel“-Affäre. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): *Aus Politik und Zeitgeschichte* 29 – 31 / 2012 (62. Jahrgang), S. 39 ff..

Informationen, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung.“⁷²

Somit ergeben sich aus dem Urteil drei Anforderungen, die Qualitätsjournalismus kennzeichnen beziehungsweise Indikatoren, mithilfe derer sich die Qualität einer Zeitung beurteilen lässt. Zum einen soll sie „umfassend informieren“, also eine möglichst große Menge von Informationen zu einer ebenfalls größtmöglichen Bandbreite von Themen liefern. Dabei sollen, zweitens, Meinungen von Akteuren und Experten zu den einzelnen Themen dargestellt werden, damit der mündige Bürger diese „gegeneinander abwägen“ kann. Drittens soll die Presse als „orientierende Kraft“ selbst zu den Themen Stellung beziehen und diese kommentieren.

V. Anlage der Untersuchung: Die Methode der Inhaltsanalyse

V.1 Methodenwahl

Als Methode für diese Untersuchung eignet sich die standardisierte Medieninhaltsanalyse, da Medienberichterstattung – in diesem Fall die zweier Lokalausgaben der *Lausitzer Rundschau* – auf ihre zentralen Strukturen reduziert und die Muster dahinter sichtbar gemacht werden sollen. Um die einzelnen Presseartikel zu analysieren und diesen Mustern zuzuordnen, ist es notwendig, bereits vor der Untersuchung des Materials die dafür bedeutsamen Kriterien festzulegen⁷³, hier die einzelnen Teile der „öffentlichen Aufgabe“ aus dem Spiegel-Urteil. Auch für das Ziel, die Berichterstattung zu beschreiben und zwei mediale Quellen zu vergleichen, ist die Inhaltsanalyse geeignet⁷⁴.

72 Vgl.: Das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes. In: Der Spiegel. Spiegel-Verlag: 35/ 1966, S. 64.

73 Vgl.: Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. UVK: Konstanz 2005, S. 16 ff..

74 Vgl.: Ebd., S 24 ff..

V.2 Codebuch

1. Forschungsfrage:

Erfüllt eine Lokalzeitung aus einem Einzeitungskreis die „öffentliche Aufgabe“ (nach Definition durch das Spiegel-Urteil) in geringerem Umfang als eine Lokalzeitung mit Konkurrenz?

2. Hypothese:

H1: Die *Finsterwalder Rundschau* (Lokalausgabe der Lausitzer Rundschau aus einem Einzeitungskreis) informiert im Vergleich zur *Lokal-Rundschau Weißwasser und Niesky* (Lokalausgabe der Lausitzer Rundschau mit Konkurrenz) weniger vielfältig.

Um diese Vielfalt zu überprüfen, wird sie in die drei einzelnen Elemente der behandelten Themen, der Menge an Informationen und Meinungen aufgeschlüsselt.

3. Unterhypothesen:

U1: Die *Lokal-Rundschau Weißwasser und Niesky* behandelt eine größere Vielzahl von Themen als die *Finsterwalder Rundschau*.

U2: Die *Lokal-Rundschau Weißwasser und Niesky* gewährleistet mehr Informationsvielfalt innerhalb der Artikel zu den einzelnen Themen als die *Finsterwalder Rundschau*.

U3: Die *Lokal-Rundschau Weißwasser und Niesky* gewährleistet mehr Meinungsvielfalt als die *Finsterwalder Rundschau*.

Die Vielfalt an journalistischen Meinungen der beiden Zeitungen gegenüberzustellen erscheint wenig sinnvoll, da beide als Lokalausgaben der Lausitzer Rundschau an das gleiche Layout gebunden sind und in der Regel jeden Tag einen Kommentar zum jeweiligen lokalen Titelthema enthalten.

4. Codierte Auswahleinheiten:

01 Lausitzer Rundschau, Lokalausgabe Finsterwalde

02 Lausitzer Rundschau, Lokalausgabe Weißwasser

5. Untersuchungsmaterial und Analysezeitraum:

Die Grundgesamtheit bilden sämtliche Lokalteile der Lausitzer Rundschau für Finsterwalde sowie Weißwasser und Niesky aus dem Zeitraum vom 03. November 2014 bis zum 24. Januar 2015.

Da in den Lokalausgaben der Lausitzer Rundschau die Woche eine wichtige Bezugsgröße für die Struktur der Berichterstattung ist, setzt sich die gezogene Stichprobe aus zwei aufeinander folgenden „künstlichen Wochen“ zusammen. So lässt sich ein verkleinertes, strukturgleiches Abbild der Grundgesamtheit bilden⁷⁵. Zugleich kann die temporäre Dominanz beziehungsweise Häufung einzelner Ereignisse und Themen in der Berichterstattung – in diesem Falle etwa während der Karnevalszeit – ausgeblendet werden.

Codiert werden alle Artikel auf den lokalen Titelseiten der beiden Lokalausgaben der Lausitzer Rundschau, denn sie liefern wegen ihres deckungsgleichen Layouts bessere Vergleichsmöglichkeiten als die folgenden Kreis- und Regionalseiten, die zudem auch Artikel anderer Lokalredaktionen enthalten. Als Artikel gilt dabei ein graphisch abgesetzter Beitrag. Illustrationen wie Grafiken, Fotos und Karikaturen zählen ebenso wie nicht-redaktionelle Beiträge, etwa Kreuzworträtsel, Leserbriefe oder Anzeigen, nicht dazu. Bildunterschriften werden ebenfalls codiert, da auch sie Informationen liefern.

6. Inhaltliche Kategorien:

10 Thema:

⁷⁵ Vgl.: Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2005, S. 56 ff..

Das Thema bezeichnet den Anlass, der zum Verfassen des Artikels führte, und meint somit den im Zeitungsartikel beschriebenen zentralen Sachverhalt samt seiner dazugehörigen Informationen und Meinungen. Diese stellen keine eigenständigen Themen dar, sodass für jeden Artikel jeweils exakt ein Thema bestimmt und folgenden Themenfeldern zugeordnet wird.

Die Ausprägungen der Themenkategorie dieser Studie orientieren sich – mit gewissen Anpassungen an moderne Entwicklungen wie die Frage der Energiegewinnung – an Josef-Paul Benzingers Inhaltskategorien des Lokalteils, der die besonderen Erfordernisse einer Inhaltsanalyse von Lokalzeitungen an den Kategorienapparat in seine Untersuchung einbezog. Er stellt fest, dass im Gegensatz zur nach inhaltlichen Gesichtspunkten differenzierten Sparteneinteilung des Hauptteils und der daraus resultierenden thematischen Homogenität die Platzierung der Beiträge im Lokalteil weitgehend durch den geografischen Bezug bestimmt wird⁷⁶.

Die einzelnen Themengebiete beziehen sich auf verschiedene gesellschaftliche Felder⁷⁷:

11 Politik

Dieser Themenbereich umfasst die Unterkategorien:

- 111 – allgemeine Kommunalpolitik
- 112 – Gemeinderatssitzungen
- 113 – Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen
- 114 – Sozialpolitik und Gesundheitswesen
- 115 – Verkehrswesen
- 116 – Stadt- und Landschaftsplanung, kommunale Bauten
- 117 – Bekanntmachungen der öffentlichen Verwaltung
- 118 – Parteiveranstaltungen

12 Kultur:

76 Vgl.: Benzinger, Josef-Paul: Lokalpresse und Macht in der Gemeinde, Publizistische Alleinstellung von Tageszeitungen in lokalen Räumen. Nürnberg: Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e. V. 1980, S. 506 ff.

77 Vgl.: Rössler, Patrik 2005, S. 128.

Dieser Themenbereich umfasst die Unterkategorien:

121 – Bildung und Erziehung

122 – Kunst inklusive kultureller Veranstaltungen

123 – Lokalfeuilleton

13 Wirtschaft:

Dieser Themenbereich umfasst die Unterkategorien:

131 – Industrie und Handwerk

132 – Handel

133 – Banken

134 – öffentlicher Dienst

135 – Landwirtschaft

136 – Wochenmarktberichte

137 – Arbeit und Beruf

138 – Energie (Energiegewinnung, - sparmöglichkeiten etc.)

14 Human Interest:

Dieser Themenbereich umfasst die Unterkategorien:

141 – Gerichtsberichterstattung

142 – Kriminalistik und Verbrechen

143 – Verkehrsunfälle sowie andere Unglücke und Katastrophen

144 – Personalien und Ehrungen

145 – Umwelt und Umweltschutz

146 – Freizeit und Hobbys

147 – Tiere

148 – Vereinsleben und Freiwillige Feuerwehr

149 – Kuriosa

15 Heimat und Veranstaltungen:

Dieser Themenbereich umfasst die Unterkategorien:

151 – Heimatgeschichte

152 – Heimatfeste

153 – Veranstaltungen von Kirchen und Vereinen sowie deren Ankündigungen

20 Information:

Mit Informationen sind die einzelnen Merkmale und Umstände des behandelten Themas gemeint. Sie beantworten dazu die W-Fragen und beinhalten zusätzliche Erläuterungen sowie Fakten zu den handelnden Akteuren.

Informationen gliedern sich in folgende Ausprägungen:

21 Wer? (Akteur):

Als Akteure bezeichnet werden Personen, aber auch Objekte, Institutionen oder Abstrakta, die im jeweiligen Beitrag handeln. Bei mehrmaliger Nennung desselben Akteurs wird nicht mehrfach codiert.

22 akteursbezogene Fakten:

Akteursbezogene Fakten sind objektive Fakten zu den Akteuren wie deren Alter, Parteizugehörigkeit oder Nationalität. Auch nicht auf das Thema des jeweiligen Artikels bezogene Fakten zur Person der Akteure, zum Beispiel aus deren Privatleben oder Vergangenheit, zählen ebenfalls hierzu.

23 Was? (Handlung):

Die Handlung bezeichnet die von den Akteuren ausgeführten Tätigkeiten.

24 Wie? (Art und Weise):

Die Art und Weise bezeichnet die auf das Thema des jeweiligen Artikels bezogene Beschreibung der Akteure und ihrer Handlungen.

25 Wann? (Zeitpunkt):

Zeitangaben geben an, wann Handlungen der Akteure stattfanden beziehungsweise wie lange diese dauerten.

26 Wo? (Ort):

Ortsangaben, auch sogenannte Ortsmarken, zeigen, wo sich Handlungen abspielen. Wenn eine Institution gleichzeitig als Ortsangabe dient (zum Beispiel „Rathaus“), wird diese als Akteur erfasst.

27 Woher? (Quelle):

Hiermit verweist der Autor des Textes auf den Ursprung seiner Informationen.

28 Erläuterung:

Im Gegensatz zu den W-Fragen dienen diese kleinteiligen Informationen nicht zum generellen Verständnis des jeweiligen Artikels. Stattdessen liefern sie Hintergrundwissen und einzelne Fakten, die das Thema oder die bisher aufgeführten Informationen näher erklären. Erläuterungen beinhalten keine Meinungen.

30 Meinung:

Meinungen setzen sich aus einem Akteur, einem Bezugsobjekt oder -thema und dem Standpunkt beziehungsweise der Ansicht des Akteurs dazu zusammen. Ändert sich mindestens eine der drei Komponenten, tritt eine neue Meinung auf.

VI. Ergebnisse der Untersuchung

VI.1 Auswertung des Datenmaterials

Bei der Auswertung der verschiedenen Themen als erstem Kriterium für publizistische Vielfalt ist augenscheinlich, dass die Lokalausgabe Finsterwalde über mehr Themen berichtet als die *Lokal-Rundschau* in Weißwasser. Dies gelingt der *Finsterwalder Rundschau* durch kürzere und knappere Artikel als in Weißwasser.

Themengebiet	Anzahl in Finsterwalde	Anzahl in Weißwasser
<i>Politik</i>	23	24
Allgemeine Kommunalpolitik	2	5
Gemeinderatssitzungen	4	2
Wahlen	0	0
Soziales und Gesundheit	3	4
Verkehrswesen	0	0
Stadtplanung, Bauvorhaben	10	12
Bekanntmachungen der Verwaltung	4	1
Parteiveranstaltungen	1	1
<i>Kultur</i>	10	15
Bildung und Erziehung	2	9
Kunst, kulturelle Veranstaltung	7	5
Lokalfeuilleton	1	0
<i>Wirtschaft</i>	5	8
Industrie und Handwerk	1	2
Handel	2	3

Banken	0	0
Öffentlicher Dienst	0	0
Landwirtschaft	0	1
Wochenmarktberichte	0	0
Arbeit und Beruf	0	0
Energie	2	2
<i>Human Interest</i>	46	39
Gerichtsberichterstattung	0	1
Kriminalistik, Verbrechen	16	6
Verkehrsunfälle, Unglücke	17	21
Personalien, Ehrungen	3	1
Umwelt und Umweltschutz	2	1
Freizeit und Hobbys	4	0
Tiere	3	4
Feuerwehr, Vereinsleben	2	4
Kuriosa	1	1
<i>Heimat und Veranstaltungen</i>	28	14
Heimatgeschichte	15	1
Heimatfeste	3	3
Veranstaltungen von Kirchen und Vereinen	10	10
Gesamt	112	100

Auffällig ist bei beiden Blättern der hohe Anteil von „Human-Interest“-Themen: Sowohl in Finsterwalde als auch in Weißwasser machen sie rund 40 Prozent der Themenanzahl aus. Dabei liegt der Fokus in beiden Redaktionen deutlich auf den Gebieten „Verkehrsunfälle“ sowie „Kriminalistik und Verbrechen“. Die Ursache für den hohen Anteil dieser Themenkategorien an der absoluten Gesamtzahl ist in der täglichen Rubrik „Polizeibericht“ zu finden. Gleichzeitig relativiert dies die Bedeutung besagter Themenkategorien, da hier nur kurz die wichtigsten Fakten zu ihnen geklärt werden.

Bei den „harten“ Themenkomplexen Politik und Wirtschaft sind nur geringe Abweichungen beider Lokalausgaben voneinander festzustellen. Bemerkenswert erscheint jedoch der große Raum, welcher der Kategorie „Stadt- und Landschaftsplanung, kommunale Bauten“ sowohl in Finsterwalde als auch Weißwasser zugemessen wird.

In zwei weiteren klassischen Themenfeldern des Lokaljournalismus – der Berichterstattung über „Freiwillige Feuerwehren und Vereinsleben“ sowie über „Veranstaltungen von Kirchen und Vereinen“ sind nur marginale Differenzen zwischen den zwei Ausgaben der Lausitzer Rundschau zu erkennen. Gravierender unterscheiden sich beide Lokalausgaben im Punkt „Heimatgeschichte“: Im Gegensatz zur Finsterwalder Ausgabe gibt es in Weißwasser die tägliche Rubrik „Vor 100 Jahren“ nicht.

Deutlichere Unterschiede als auf dem Gebiet der thematischen Vielfalt sind bei den verschiedenen Arten der Informationen zu bemerken. Diese liegen teilweise in der Themenanzahl begründet – die Finsterwalder Rundschau weist etwa mit 27 Akteuren im Schnitt pro Titelseite eine deutlich größere Vielfalt in dieser Kategorie auf als die Ausgabe in Weißwasser und Niesky mit durchschnittlich 21,5. Dies mag an der größeren Anzahl der Artikel liegen. Ebenso erklärt sich, dass die *Lokal-Rundschau* mit durchschnittlich etwas mehr als 16 Hintergrundinformationen klar vor dem Schnitt von 13,5 der Finsterwalder Ausgabe liegt: In längeren Texten ist mehr Platz für solche Erläuterungen. In diesem Zusammenhang erklärt sich auch, dass die Ausgabe Weißwasser trotz einer geringeren Anzahl von Akteuren mehr Fakten zu ihnen liefert: Sie hat im Durchschnitt etwas mehr als zehn akteursbezogene Informationen auf ihrer lokalen Aufmacherseite, die *Finsterwalder Rundschau* hingegen nur knapp neun.

In den Kategorien der „Zeit- und Ortsangaben“ sowie der „Art und Weise des Geschehens“ halten sich die zwei Lokalzeitungen in etwa die Waage. Bei den Handlungen der Akteure macht sich wiederum die größere Vielzahl der Akteure in Finsterwalde bemerkbar: Rund 28 Handlungen werden hier durchschnittlich geschildert, in der Ausgabe Weißwasser lediglich 25.

In puncto Meinungsvielfalt liegen die *Finsterwalder* und die *Lokal-Rundschau* nahezu gleichauf bei einem Schnitt von fünf Meinungen in nachrichtlichen Beiträgen pro Titelseite.

VI.2 Schlussfolgerungen

Die Resultate der Inhaltsanalyse lassen keine Rückschlüsse auf ein klares qualitatives Defizit des Blattes aus einem Einzeitungskreis, der *Finsterwalder Rundschau*, gegenüber der Ausgabe aus Weißwasser, die unter Konkurrenzdruck agiert, zu. Die Lokalzeitung in Finsterwalde berichtete sogar über mehr Themen, lieferte dafür allerdings auch weniger Hintergrundinformationen als die *Lokal-Rundschau*. Beim Erfüllen des Auftrages der Meinungsbildung sind ebenso kaum Unterschiede erkennbar.

Insofern unterstützen die Ergebnisse dieser Untersuchung die These Marcinkowiskis und Herbers¹, dass Monopolstellungen auf dem lokalen Zeitungsmarkt keinesfalls zu einem Qualitätsverlust führten⁷⁸.

Um der eingangs beschriebenen Krise der Tagespresse zu begegnen, ist daher vielleicht sogar die Abkehr vom Prinzip, die Regionalzeitung müsse in größtmöglicher Vielfalt informieren, ein Lösungsweg. Den Anspruch eines universellen Nachrichtenlieferanten könnten Zeitungen angesichts der Medienkonkurrenz und eines globalisierten Blickwinkels der Leser ohnehin nicht mehr erfüllen, so Andreas Vogel, Leiter des selbstständigen „Wissenschaftlichen Instituts für Presseforschung und Medienberatung“ in Köln. Er fordert statt des Versuchs, möglichst umfassend zu berichten, Geschehnisse und Entwicklungen mit Bezug zum lokalen Umfeld der Rezipienten ohne jeglichen thematischen Filter eigenständig zu behandeln⁷⁹ – „einzig und allein orientiert an der heutigen und zukünftigen Relevanz für die Lebenswelten des eigenen Lesepublikums“⁸⁰. So könnte der Ansatz von weniger Vielfalt, dafür mehr

78 Vgl.: Herbers, Martin R.; Marcinkowski, Frank 2013, S. 384.

79 Vgl.: Vogel, Andreas 2014, S. 111 f..

80 Siehe: Ebd., S. 112.

Inhalte, die exakter auf den Rezipienten zugeschnitten sind, ein erster Schritt aus der Misere sein.

Literatur:

- Altmeppen, Klaus-Dieter: Handlungsmöglichkeiten zur Sicherung publizistischer Vielfalt. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 22-23/ 2014. Bundeszentrale für politische Bildung: Bonn 2014.
- Altmeppen, Klaus-Dieter; Kamarsin, Matthias (Hg.): Medien und Ökonomie, Bd. 1/ 1 Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden 2003.
- Beiler, Markus; Machill, Marcel; Gerstner, Johannes R. (Hg.): Medienfreiheit nach der Wende, Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK: Konstanz 2010.
- Benzinger, Josef-Paul: Lokalpresse und Macht in der Gemeinde, Publizistische Alleinstellung von Tageszeitungen in lokalen Räumen. Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e. V.: Nürnberg 1980.
- Brich, Stefanie; Hasenbalg, Claudia: Kompakt-Lexikon Wirtschaftstheorie, 1.800 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. Springer Gabler: Wiesbaden 2013.
- Das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes. In: Der Spiegel. Spiegel-Verlag: 35/ 1966.
- Eggert, Christian; Keller, Dieter: Ein starkes Medium – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: BDZV (Hg.): Zeitungen 2013/14. ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH: Berlin 2013.

- Herbers, Martin R.; Marcinkowski, Frank: Mehr Konkurrenz – bessere Publizistik? Wettbewerbsbedingungen und Informationsqualität im deutschen Zeitungsmarkt. In: Jarren, Otfried; Künzler, Matthias; Puppis, Manuel (Hg.): Medienstrukturen und Performanz: Forschungsstand und Perspektiven. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften 2013.
- Informationsgesellschaft zur Verbreitung von Werbeträgern e. V. (Hg.): Auflagenliste 1/2015. Berlin 2015.
- Kastner, Daniel: Besser dank Monopol? In: Medium, Magazin für Journalisten 07+08/2011.
- Möhring, Wiebke; Stürzebecher, Dieter: Lokale Tagespresse, Publizistischer Wettbewerb stärkt Zeitungen. In: Media Perspektiven 2/ 2008.
- Pöttker, Horst: Meilenstein der Pressefreiheit – 50 Jahre „Spiegel“-Affäre. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte 29 – 31 / 2012 (62. Jahrgang).
- Pöttker, Horst; Vehmaier, Anke (Hg.): Das verkannte Ressort, Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus. Springer Fachmedien: Wiesbaden 2013.
- Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2014: Erneut Höchstwert bei Pressekonzentration. In: Media Perspektiven, 05/ 2014.
- Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. UVK: Konstanz 2005.
- Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2012, Ergebnisse der aktuellen Stichtagssammlung. In: Media Perspektiven, 11/ 2012.

- Sehl, Annika: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen. Nomos: Baden-Baden 2013.
- Vogel, Andreas: Talfahrt der Tagespresse: Eine Ursachensuche, Der Auflagenrückgang der Regionalzeitungen. Bub Bonner Universitäts-Buchdruckerei: Bonn 2014.
- Wilking, Thomas: Strukturen lokaler Nachrichten, Eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. Saur: München u. a. 1990.

Internet:

- IVW: Werbeträgerdaten Quartalsauflagen.
 Unter: <<http://www.ivw.eu/index.php?menuid=37&reporeid=10#tageszeitungen>>
 (letzter Zugriff: 08.01.2015)
- IVW: Werbeträgerdaten Quartalsauflagen Lausitzer Rundschau Gesamt (Mo – Sa).
 Unter: <<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>>
 (letzter Zugriff: 28.04.2015)
- LR-Online: Geschichte.
 Unter: <<http://www.lr-online.de/unternehmen/ueberuns/art205521,3704983>>
 (letzter Zugriff: 28.04.2015)

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäß entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit hat noch keiner Hochschule als wissenschaftliche Arbeit vorgelegen.

Holger Manigk

Magdeburg, den 09.05.2015