

23.02.2021

## Antwort

der Landesregierung  
auf die Große Anfrage 28  
der Fraktion der SPD  
Drucksache 17/10730

### **Situation und Entwicklung des Online-Medienmarktes in Nordrhein-Westfalen**

#### ***Vorbemerkung der Großen Anfrage***

Die Demokratie braucht eine vielfältige Medienlandschaft. Der von öffentlich-rechtlichen und privaten Radioanbietern geprägte Hörfunkmarkt in NRW spielt dabei eine ebenso wichtige Rolle wie die lokal seit vielen Jahrzehnten verwurzelten Zeitungsredaktionen. Mit den Großen Anfragen der SPD-Fraktion zum Zeitungs- und Radiomarkt in NRW ist es gelungen, seit 2003 einen umfassenden Überblick über die Zeitungs- sowie Radiolandschaft in Nordrhein-Westfalen zu erhalten.

In Studien wurde mehrfach auf die zentrale Funktion des Lokaljournalismus für die lokale Demokratie hingewiesen. Das geänderte und sich ändernde Nutzungsverhalten der Bürgerinnen und Bürger bei der Informationssuche und Nachrichtenrezeption trägt zu einem immer stärkeren Wandel der Medienlandschaft bei. „Klassische“ Presseerzeugnisse, wie Tageszeitungen, haben immer öfter Schwierigkeiten bei der Finanzierung ihrer Lokalredaktionen. Der Digitalradiostandard DAB+ hat den Wettbewerb im Radiomarkt verändert. Medienangebote online, wie Webseiten der Zeitungsverlage, originär online entstandene, online-born, Medienangebote mit journalistisch orientierten Inhalten (z. B. T-Online, gmx, HalloHerne, HalloDuisburg etc.) auch in Form von Blogs oder Videokanälen gewinnen im Lokalen an Bedeutung. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Zeitungs- und Radiomarkt werden medienpolitisch beobachtet, ebenso Entwicklungen auf Social-Media-Kanälen, wie Twitter und Facebook. Unklar ist bislang jedoch, wie sich der Medienmarkt online entwickeln und welche Rolle er für die lokale Medienvielfalt in NRW spielen wird.

Die Barrieren im Internet, Online-Medienangebote mit journalistischen Inhalten – also Informationsmedien online, die professionell betreut werden – anzubieten, sind deutlich geringer als im Zeitungs- oder Radiomarkt. So gehören nicht mehr nur die klassischen Zeitungsverlage zu den Anbietern, sondern ebenfalls Akteure, wie Vermarkter, Media-Agenturen und Bürgerjournalistinnen und -journalisten. Darüber hinaus haben die Nutzerinnen und Nutzer im Internet verstärkt die Möglichkeit, sich ihre Informations-Repertoires individuell zusammenzustellen, ohne zeitlich oder örtlich gebunden zu sein. Sie können nun, im Gegensatz zu Zeitungen, auf spezifische Inhalte der Online-Medienangebote zugreifen, ohne mit den Inhalten des gesamten Angebots in Kontakt zu kommen: z. B. die Fußball-Unterseite besuchen, ohne die politischen Informationsinhalte des Online-Angebotes zu nutzen. Das Zusammenstellen der Informationsquellen ist voraussetzungsreich und kann soziale

Datum des Originals: 23.02.2021/Ausgegeben: 26.02.2021

Ungleichheiten (z. B. hinsichtlich der Bildung) und Exklusion (z. B. Bürgerinnen und Bürger mit geringer Formalbildung) verstärken. Gleichzeitig formt die Nachfrage der Nutzerinnen und Nutzer von spezifischen Inhalten der Online-Medienangebote das Angebot und weniger genutzte Inhalte sind durch geringere Reichweiten weniger rentabel. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen ist es umso wichtiger, den Online-Medienmarkt sowohl hinsichtlich der Anbieter und Angebote als auch der Nutzung dieser – also der konkreten Nachfrage – medienpolitisch zu begleiten.

In folgenden Unterpunkten formulierte Fragen sollen Aufschluss über die Situation des Online-Medienmarktes und lokaljournalistischer Online-Angebote in NRW geben:

- I. Medienlandschaft online
- II. Redaktionen und Personal
- III. Wirtschaftliche Entwicklung
- IV. Maßnahmen zur User-Bindung
- V. Lokale Vielfalt in NRW
- VI. Sicherung der Medienvielfalt online
- VII. Journalistische Online-Video-Kanäle
- VIII. Soziale Netzwerke

**Der Ministerpräsident** hat die Große Anfrage 28 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit dem Minister für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration, dem Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie, dem Minister für Arbeit, Gesundheit und Soziales, der Ministerin für Schule und Bildung und der Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz beantwortet.

### ***Vorbemerkung der Landesregierung***

Inhaltliche Vorbemerkung:

Die Große Anfrage 28 zur Situation und Entwicklung des Online-Medienmarktes in Nordrhein-Westfalen ist eine der umfangreichsten ihrer Art und stellt die Landesregierung vor eine Reihe von Herausforderungen.

Ganz grundsätzlich suggeriert die Große Anfrage, dass Online-Medienangebote klar von klassischen Medien wie Zeitungen oder Hörfunk abgrenzbar seien. Das ist nicht der Fall. Die zunehmende Konvergenz der Medienangebote im digitalen Wandel führt zu einer engen Verzahnung von vormals rein analogen und digitalen Angeboten. Hinzu kommen vielfältigste neue rein digitale Medienangebote und Informations- und Kommunikationsangebote etwa in den sozialen Netzwerken oder auch in privaten Chat-Gruppen o. ä. Insofern erscheint es nachvollziehbar, dass sich auch online (also im Internet) verschiedene Märkte wiederfinden, die sich nicht pauschal und auch nur schwerlich zusammenfassend als Online-Medienmarkt beschreiben lassen. Im Folgenden wird der Begriff „Online-Medienmarkt“ daher als Sammelbegriff für diese diversen Märkte verwendet.

Der Online-Medienmarkt in unserem Bundesland wird ganz überwiegend von Medien und Medienmarken geprägt, die bereits am Markt und erfolgreich waren, als Online-Medienmärkte noch keine Rolle spielten. Das sind wesentlich die Angebote der (regionalen) Tageszeitungen, der lokalen Radiosender, die Angebote des Westdeutschen Rundfunk (WDR) sowie der Anzeigenblätter. All diese Angebote sind keine eigenen (für das Internet entwickelten) Online-Geschäftsmodelle.

Im Überblick sind es einzig die Tageszeitungen, die ihre Paid-Content-Angebote ausbauen und dabei zunehmend Erlöse erzielen, welche aber die Verluste im Printmarkt bislang nicht kompensieren können. Aber auch für die Tageszeitungen ist „online“ kein originäres Geschäftsmodell, sondern die Erweiterung ihres Agierens auf dem Leser- und Anzeigenmarkt. Insofern unterhalten Tageszeitungen in aller Regel auch keine isolierten

(und damit untersuchbaren) Online-Redaktionen, sondern arbeiten bi- oder trimedial in Newsroom- oder Newsdeskstrukturen, weil diese crossmediales Arbeiten ermöglichen (vgl. dazu ausführlich Beiler & Gerstner, 2019). Lokale Zeitungen teilen sich (schon lange nicht mehr) in print und online.

Als beitragsfinanzierter öffentlich-rechtlicher Rundfunk verfolgt der WDR online kein Geschäftsmodell im engeren Sinne. Für die Angebote im Lokalen Hörfunk dienen die Online-Angebote eher der Erweiterung der Distributionswege (Live-Stream) sowie der Verlängerung des Geschäftsmodells.

Anzeigenblätter sind, wenn sie eine Online-Präsenz unterhalten, in der Regel mit einem ePaper vertreten und gestalten in aller Regel auch kein eigenes digitales Geschäftsmodell.

Hinzu kommt eine große Spanne von reinen (in der Regel äußerst kleinen) Online-Angeboten, die kaum eigene Geschäftsmodelle darstellen, auch wenn sie zahlreich in regionalen, lokalen und sublokalen Räumen vorhanden sind. Vielfach handelt es sich eher um Nebenverdienste und/oder bürgerlich-journalistisches Engagement. Die Angebote leisten zwar formal einen Beitrag zur Medienvielfalt, verfügen aber sehr häufig über geringe Reichweiten, und mit Blick auf journalistische Standards sind sie als sehr heterogen zu betrachten. Letztlich ist der Online-Medienmarkt in Nordrhein-Westfalen also zu wesentlichen Teilen ein Markt etablierter Medien aus der vordigitalen Zeit.

Des Weiteren legen die Fragen der Großen Anfrage nahe, die agierenden Mediengattungen würden eigene Online-Redaktionen unterhalten, deren einzige Aufgabe es sei, Online-Inhalte anzubieten. Auch das ist mit Blick auf die Medienstrukturen nicht der Fall.

Bestehende Medien (die Tageszeitungen, die privaten Radiosender, die Anzeigenblätter und auch der WDR) haben im Laufe der Digitalisierung des Medienmarktes ihre Angebote zusätzlich online angeboten und arbeiten heute mehr oder weniger vollständig crossmedial. D. h. Redakteurinnen und Redakteure beliefern z. B. nicht nur den gedruckten Teil ihrer Tageszeitungen, sondern bereiten ihre Inhalte auch für ihre Webseiten auf. Dieses Phänomen zieht sich durch alle Mediengattungen, weshalb eine „reine“ Betrachtung von Online-Redaktionen wenig zielführend und sinnvoll ist, da es sie in aller Regel nicht gibt – zumindest nicht bei Medien, die nicht „online-born“ sind. Ein jeweils gesonderter Blick in die Online-Aktivitäten der Tageszeitungen und Anzeigenblätter, der Radiosender und des WDR (hierzu wird verwiesen auf die Antworten der Landesregierung zur Großen Anfrage 10 „Situation und Entwicklung des Radiomarktes in Nordrhein-Westfalen“ (Drucksache 17/5749) sowie auf die Antworten der Landesregierung zur Großen Anfrage 13 „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung“ (Drucksache 17/8469)) liefert Erkenntnisse über den jeweils eigenen Medienmarkt, der eben kein gesamter Online-Markt für Nordrhein-Westfalen ist. Vielmehr handelt es sich um diverse zu unterscheidende Teilmärkte, deren genaue Bestimmung einer der medienrechtlichen Regulierung folgenden Marktabgrenzung bedürften.

An verschiedenen Stellen wird nach einer dynamischen Perspektive gefragt. So soll etwa eine „quartalsweise Auflistung nach Anbietern“ seit 2014 alle „Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischem Inhalt“ aufführen, ergänzt um Reichweiten und Marktanteile. Die

Landesregierung bezieht diese dynamische Perspektive ein, soweit entsprechende Informationen verfügbar sind. Hinzu kommen in mehreren Fragen gewünschte Vergleiche „mit dem Bundesgebiet“. Entsprechende Informationen müssten aufwändig erhoben werden (siehe auch methodische Vorbemerkung), was in dem Zeitrahmen, der für die Beantwortung der Großen Anfrage auch unter Berücksichtigung der erbetenen Fristverlängerung zur Verfügung steht, nicht möglich ist.

In der Gesamtschau hat die Landesregierung hat große Anstrengungen unternommen, die Fragen der SPD-Fraktion zu beantworten, um zusätzliches Wissen über den Online-Medienmarkt Nordrhein-Westfalen zu generieren und damit die Faktenbasis der nordrhein-westfälischen Medienpolitik weiter zu verbessern. Unterstützt wurde sie dabei von der aserto GmbH & Co. KG, die im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung beauftragt wurde.

#### Methodische Vorbemerkung:

Die Große Anfrage stellt an verschiedenen Stellen methodische Herausforderungen, denen auf sieben Ebenen begegnet wird.

1. Erhebung aller Online-Angebote und Online-Anbieter in Nordrhein-Westfalen
2. Befragung der Anbieter auf Basis einer Stichprobe
3. Befragung der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen
4. Inhaltsanalytische Detailbetrachtung der Angebote auf Basis einer Stichprobe
5. Sekundärauswertung von Reichweitendaten der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e. V. (AGOF) und Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW)
6. Einbezug von Expertinnen und Experten aus Verbänden und von Anbietern
7. Literaturrecherche und Einbezug früherer Großer Anfragen und Gutachten<sup>1</sup>

Ein zentrales Anliegen ist es, einen möglichst vollständigen Überblick über alle Online-Angebote in Nordrhein-Westfalen zu gewinnen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurden **erstens** in allen Gebietskörperschaften Angebote gesucht, die von Tageszeitungen, Anzeigenblättern, lokalen/regionalen Zeitschriften/ Magazinen oder TV-Veranstaltern publiziert werden. Zudem wurden Angebote ohne Medien- bzw. Verlagsanbindung sowie Blogs recherchiert (siehe dazu die detaillierte Erläuterung der Angebotsrecherche im Anhang). Diese Daten liegen erstmalig für alle Kreise und kreisfreien Städte in Nordrhein-Westfalen vor und sind damit medienstatistisch und medienpolitisch von besonderem Wert.

Um den engen Zeitplan der Großen Anfrage einzuhalten, wurde **zweitens** eine bewusste Stichprobe an Gebietskörperschaften gebildet, die ein möglichst gutes Abbild der Online-Angebote für das gesamte Bundesland darstellt. Diese Stichprobe dient als Basis für eine **Anbieterbefragung**.

Die ausgewählten 16 Gebietskörperschaften sind die Heimat von gut 30 Prozent der Landesbevölkerung. In der Stichprobe sind alle Regierungsbezirke in etwa anteilig repräsentiert und sie verteilt sich sowohl auf Landkreise als auch auf kreisfreie Städte. Die Einwohnerzahl in den Regierungsbezirken entspricht in etwa den Proportionen für ganz Nordrhein-Westfalen. Unterschiedliche Wettbewerbskonstellationen (Monopol,

---

<sup>1</sup> Im Anhang wird jeweils auf die Vorgehensweisen im Detail eingegangen. Er enthält also Informationen zur Angebotsrecherche, beschreibt das Vorgehen der Inhaltsanalyse, der Anbieterbefragung und der Bevölkerungsbefragung. Zudem werden viele der angefertigten Tabellen im Anhang präsentiert. Sie sind dort mit dem Buchstaben A und der jeweiligen Fragenummer der Großen Anfrage 28 gekennzeichnet.

eingeschränkter oder echter Wettbewerb) wurden dabei berücksichtigt (siehe Tabelle A0.1 im Anhang).

Wäre die zeitintensive Recherche der Angebote in allen Gebietskörperschaften zunächst abgeschlossen worden, dann wäre im vorgegebenen Zeitfenster für die Beantwortung der Großen Anfrage keine Befragung der Anbieter und keine Inhaltsanalyse mehr möglich gewesen, weshalb der Weg der Stichprobe gegangen wurde. Die Stichprobe stellt die Ausgangsbasis für die Anbieterbefragung und die Inhaltsanalyse der Angebote dar.

Alle 249 Angebote der Stichprobe wurden postalisch angeschrieben und zur Teilnahme an einer Online-Befragung aufgefordert. Jedes Angebot hat einen eigenen einmaligen Zugang zur Befragung erhalten, um Mehrfachbeantwortungen und damit Verzerrungen zu verhindern. Das Anschreiben wurde zu Beginn der Kalenderwoche 49 (2020) verschickt. Die Teilnahme an der Befragung war über drei Wochen möglich. Eine eigene Anbieterbefragung ist mit Blick auf Fragen, die auf Reichweiten, Personal und Vielfalt zielen, notwendig geworden, da insbesondere bei kleineren, lokalen Angeboten keine entsprechenden Daten verfügbar sind. Auch mit dieser Befragung betritt die Landesregierung Neuland und wendet sich erstmals ausdrücklich an Anbieter, die über keine Anbindung an Verlage oder Rundfunksender verfügen. Die Tageszeitungsverlage wurden aus der Befragung ausgeschlossen, da mit transparenten Angaben über Erlöse und Geschäftsdaten nicht zu rechnen war und einige Aspekte in der Befragung (aserto, 2019), die im Rahmen der Großen Anfrage 13 zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen durchgeführt wurde, Berücksichtigung gefunden haben.

**Drittens** wurde eine Bevölkerungsbefragung Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Über tausend Bürger wurden online per Panel mit Blick auf ihre Nutzungsgewohnheiten von Online-Angeboten im Detail befragt. In derselben Befragung wurden Daten zur Nutzung von Online-Angeboten zur Information über politische und lokale bzw. regionale Inhalte erhoben.

In Form einer inhaltsanalytischen Detailbetrachtung wurden **viertens** alle Online-Angebote der Tageszeitungen, der Anzeigenblätter, der Hörfunkangebote, des WDR und die in der Stichprobe identifizierten regionalen/lokalen Angebote untersucht. Diese Inhaltsanalyse liefert Informationen zu Erlösmodellen, Werbeerlösen, zum regionalen Bezug der journalistischen Inhalte, zu politischen Inhalten sowie zu Video- und Social-Media-Inhalten. Hinzu kam eine zusätzliche inhaltsanalytische Betrachtung von Online-Bewegtbild-Angeboten.

**Fünftens** wurden die Reichweitendaten der in der IVW bzw. AGOF gelisteten Online-Angebote aus Nordrhein-Westfalen betrachtet. Die Angebote des WDR werden hier nicht aufgeführt und wurden gesondert abgefragt. Die Reichweiten der kleinen, privaten lokalen/regionalen Angebote sind dort ebenfalls nicht gelistet und wurden in der Anbieterbefragung erhoben.

In einem **sechsten Schritt** wurden Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Bereichen befragt, die zum Teil auch weiterführende Informationen und Daten bereitgestellt haben. Dazu zählten Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner bei der Landesanstalt für Medien NRW, der Medienforschung des WDR, des Digitalpublisher und Zeitungsverlegerverbands NRW (DZV.NRW), des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter, der radio NRW GmbH und des Verbands Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen.

Die **siebtens** durchgeführte Recherche nimmt neben bereits beantworteten Großen Anfragen (hierzu wird verwiesen auf die Antworten der Landesregierung zur Großen Anfrage 6 „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen“ (Drucksache 15/4047), auf die Große Anfrage 22 „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2016 und seine digitale

Entwicklung“ Drucksache (16/14296), auf die Antworten der Landesregierung zur Großen Anfrage 10 „Situation und Entwicklung des Radiomarktes in Nordrhein-Westfalen“ (Drucksache 17/5749) sowie auf die Antworten der Landesregierung zur Großen Anfrage 13 „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung“ (Drucksache 17/8469)) Studien zur Untersuchung lokaler Medienmärkte in Nordrhein-Westfalen, den Medienvielfaltsbericht, Studien zur lokalen/regionalen Mediennutzung (auch von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte) sowie zu Online-Erlösmodellen im Journalismus und Arbeiten zum Non-Profit-Journalismus in den Blick und wertet sie mit Blick auf die formulierten Fragen aus.

**Inhaltsverzeichnis**

Abkürzungsverzeichnis.....12

I. Medienlandschaft online.....14

1. Wie viele und welche Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten gibt es in Nordrhein-Westfalen und wie hat sich deren Zahl seit 2014 verändert? (Bitte quartalsweise nach Anbietern auflisten.).....14

2. Wie viele sind online-born, wie viele gehören zu Zeitungsverlagen bzw. Zeitschriftenverlagen? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der Herausbergerschaft.).....14

3. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten für 2014, 2016, 2018 und 2020? .....17

4. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnützigler Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing, etc.) für 2014, 2016, 2018 und 2020? .....17

5. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Angebots-Typen online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten insgesamt und im Vergleich zu deren spezifischen Online-Medienangeboten (Unterseiten) mit politischen Informationsinhalten für 2014, 2016, 2018 und 2020? .....17

6. Welche Marktanteile (z. B. entsprechend des Herfindahl-Hirschman Indexes) erzielen die verschiedenen Online-Angebots-Typen online-born, online Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten insgesamt und im Vergleich zu deren spezifischen Online-Medienangeboten (Unterseiten) mit politischen Informationsinhalten im Online-Medienmarkt für 2014, 2016, 2018 und 2020? .....22

7. Wie bewertet die Landesregierung die Antworten der Fragen 1 bis 5 bezüglich der Reichweitentrends und Trends in den Marktanteilen? .....25

8. Welche Vermarkter vertreten die in Nordrhein-Westfalen verfügbaren Online-Medienangebote? .....27

9. Wie bewertet die Landesregierung die Antwort auf Frage 8 bezüglich der Vermarkter-Konzentration?.....28

10. Welche Rolle spielen auswärtige sowie nicht-deutschsprachige Online-Medienangebote und deren Anbieter in Nordrhein-Westfalen, welche Marktanteile halten sie, und wie haben sich ihre Reichweiten seit 2014 entwickelt? (Bitte jährliche Entwicklung auflisten.) .....29

11. Welche Online-Medienangebote werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen genutzt? .....33

12. Welche Bedeutung haben Online-Medienangebote, Online-Anbieter und deren Vermarkter aus Nordrhein-Westfalen außerhalb von Nordrhein-Westfalen? Wie hat sich deren Engagement außerhalb von Nordrhein-Westfalen seit 2014 entwickelt? .....36

13. Von wem – differenziert nach Alter, Bildung, Einkommen und Geschlecht – werden in Nordrhein-Westfalen Online-Medienangebote genutzt? Welche Veränderungen haben sich seit 2014 ergeben? .....38

14. Wie bewertet die Landesregierung diese User-Trends? .....42

15. Inwiefern bestehen aus Sicht der Landesregierung digitale Ungleichheiten in der Mediennutzung? Welchen Handlungsbedarf sieht die Landesregierung? .....43

16. Welche Online-Redaktionen gibt es in Nordrhein-Westfalen, welche Online-Medienangebote verantworten diese und zu welchem Online-Anbieter werden sie gezählt? .....44

17. Welche ausländischen Online-Medienangebote, Online-Redaktionen und Online-Anbieter sind mit Redaktionsbüros bzw. Korrespondentinnen und Korrespondenten in Nordrhein-Westfalen vertreten und gibt es hierbei Veränderungen seit 2014?.....45
18. Welche ausländischen Vermarkter sind in Nordrhein-Westfalen vertreten und gibt es hierbei Veränderungen seit 2014? .....46
19. Welchem politischen Spektrum lassen sich die Online-Medienangebote aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen?.....46
20. Welchem Medientyp (Qualitäts- vs. Boulevardmedium) lassen sich die Online-Medienangebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen?.....47
21. Welche News-Feeds, Podcasts oder andere Online-Formate, wie Newsletter oder Messenger-Dienste, werden als Nachrichtenquelle in Nordrhein-Westfalen von wem – differenziert nach Alter, Bildung, Einkommen und Geschlecht – genutzt?.....48
22. Inwiefern und von wem werden diese News-Feeds und anderen Online-Formate erstellt bzw. kuratiert?.....49
- II. Redaktionen und Personal .....50
23. Wie viele Personen sind in Nordrhein-Westfalen – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht – bei Online-Redaktionen beschäftigt? (Bitte die Entwicklung seit 2014 jährlich auflisten.) ....50
24. Wie viele Journalistinnen und Journalisten, fest oder frei, mit Tarifvertrag oder ohne, sind bei Online-Redaktionen in Nordrhein-Westfalen beschäftigt? (Bitte die Entwicklung seit 2014 jährlich auflisten.) .....52
25. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung vor, unter welchen Arbeitsbedingungen in den Redaktionen, die Online-Medienangebote produzieren, nach folgenden Kriterien gearbeitet wird: Art des Beschäftigungsverhältnisses (Teilzeit-, Vollzeit-, Zeitarbeitsbeschäftigung), Zahl der Tarifangestellten, Volontärinnen und Volontäre, freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Zahl der eigenen Fotojournalistinnen und -journalisten sowie deren Bezahlung? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der produzierten Online-Medienangebote.) .....53
26. Wie bewertet die Landesregierung die Entwicklung der Beschäftigungssituation in Online-Redaktionen?.....56
27. Wie viele Beschäftigte – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht und Art des Beschäftigungsverhältnisses – gibt es bundesweit bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnütziger Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing etc.)?.....56
28. Wie viele Beschäftigte – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht und Art des Beschäftigungsverhältnisses – gibt es bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnütziger Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing etc.) und Sitz in Nordrhein-Westfalen? .....56
29. Wie bewertet die Landesregierung die Beschäftigungssituation bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen im Vergleich zu jenen mit klassischen Geschäftsmodellen? .....57
30. Wie gestaltet sich die Organisationsstruktur der Online-Redaktionen im Hinblick auf den Status der Vollredaktion bzw. der Erstellung journalistischer Inhalte in Zusammenarbeit mit externen Dienstleisterinnen und Dienstleistern? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der produzierten Online-Medienangebote.).....57
31. Inwiefern unterscheidet sich die Organisationsstruktur bei Online-Medienangeboten, die online-born sind, von solchen, die ein Offline-Pendant haben? .....58
32. Inwiefern finden bei Online-Medienangeboten lokale Redaktionskooperationen statt? (Mit der Bitte um Auflistung der kooperierenden Redaktionen und der Kooperationsform.)..58



33. Wie ist der Stand des Outsourcings von Redaktionen bzw. Redaktionsleistungen bei Online-Medienangeboten im Vergleich zu Offline-Angeboten seit 2014? Welche aktuellen Fälle sind der Landesregierung bekannt? (Bitte jährliche Entwicklung auflisten.) .....59
34. Liegen der Landesregierung aktuelle Erkenntnisse vor, wie viele Online-Redakteurinnen und -Redakteure einen Migrationshintergrund haben und wie sich diese auf die einzelnen Online-Medienangebote und Tätigkeiten verteilen?.....59
35. Wie ist es aktuell um die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses für Online-Formate bzw. cross-mediale Inhalte in Nordrhein-Westfalen bestellt? (Bitte differenzieren nach der Ausbildungssituation in verlagseigenen Schulen und weiteren Ausbildungsstätten und nach Geschlecht auflisten.) .....60
36. Wie ist es aktuell um die Ausbildungs- und Weiterbildungsträger des journalistischen Nachwuchses für Online-Formate bzw. cross-mediale Inhalte in Nordrhein-Westfalen bestellt? Wie bewertet die Landesregierung deren Entwicklung? (Mit der Bitte um Auflistung der Ausbildungs- und Weiterbildungsträger in Nordrhein-Westfalen.) .....60
37. Bei welchen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen werden freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach den vereinbarten „Vergütungsregeln“ der Tarifparteien bezahlt? .....64
38. Wie gestaltet sich die gängige Praxis bei der Vergütung von Online-Erzeugnissen? Inwiefern spielen Klickzahlen dabei eine Rolle? .....65
39. Wie gestaltet sich diese Praxis der Vergütung bei Mehrfachnutzung insbesondere bei lokalen Redaktions-Kooperationen?.....66
40. Wie gestaltet sich die redaktionelle Kooperation innerhalb eines Medienhauses bei Online-Medienangeboten hinsichtlich der Erstellung und Verbreitung der Inhalte?.....66
- III. Wirtschaftliche Entwicklung .....67
41. Wie haben sich seit 2014 die relevanten Marktdaten (Abos, Pay-Wall, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen usw.) für Online-Anbieter entwickelt? (Bitte auflisten nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen (online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten) und Medientyp.) .....67
42. Wie haben sich seit 2014 die relevanten Marktdaten (Abos, Pay-Wall, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen etc.) für Anbieter von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen entwickelt? (Bitte auflisten nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen (online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten) und Medientyp.) .....67
43. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus den Fragen 40 und 41 in Nordrhein-Westfalen von denen im Bundesgebiet? .....69
44. Welche Rolle spielen Ad-Blocker bei Erlösmodellen von Online-Medienangeboten? Wie beeinflusst das die Bereitstellung der Inhalte? .....69
45. Inwiefern gibt es Kooperationen zwischen Anbietern von Ad-Blockern und Online-Medienangeboten? .....72
46. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung hinsichtlich des Erfolgs verschiedener Erlösmodelle von Online-Medienangeboten vor? .....72
47. Welche Online-Medienanbieter haben institutionelle Investoren bzw. welche haben ebensolche aufgenommen und wie sieht die wirtschaftliche und reichweitentechnische Entwicklung dieser Online-Medienanbieter im Gegensatz zu inhabergeführten Online-Medienanbietern aus?.....76
48. Wie finanzieren sich Online-Medienangebote mit alternativen Geschäftsmodellen? Inwieweit sind welche Förderprogramme und institutionelle oder private Investoren an der Finanzierung beteiligt? .....77

49. Wie gestaltet sich das Verhältnis von redaktionellen Anteilen zum Anteil der Anzeigen bei Online-Medienangeboten? (Bitte nach Medientyp aufschlüsseln.) .....	77
50. Welchen Anteil hat Native Advertising als Erlösmodell für Online-Medienangebote? (Bitte nach Online-Medienangeboten auflisten, die dieses Erlösmodell zulassen.) .....	77
51. In welcher Form werden in (Online-)Redaktionen Benchmarking-Systeme anhand der Reichweitzahlen einzelner Online-Artikel zur Messung redaktioneller Leistung eingesetzt? .....	78
52. Welche Rolle spielt „klick-baiting“ bei der Wahl der Überschriften journalistischer Online-Medienangebote? (Bitte auflisten nach Medientyp.) .....	78
53. Welche Rolle spielen Bürgerreporterinnen und -reporter bei Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen? .....	79
IV. Maßnahmen zur User-Bindung .....	80
54. Welche verschiedenen Modelle zur Gewinnung und Bindung ihrer User verfolgen die Online-Medienangebote nach Zielgruppen differenziert? .....	80
55. Wie beurteilt die Landesregierung deren Wirksamkeit? .....	81
56. Welche Rolle spielen Online-Medienangebote in den verschiedenen Schulformen? .....	81
57. Mit welchen Initiativen versuchen Online-Medienangebote Jugendliche innerhalb und außerhalb der Schule für die Nutzung ihrer Inhalte zu gewinnen? .....	82
58. Welche verschiedenen Modelle zur Gewinnung und Bindung der User gibt es bei Online-Medienangeboten im Vergleich zum Zeitungsmarkt? .....	82
V. Lokale Vielfalt .....	83
59. Welche lokalen Online-Angebote gibt es in Nordrhein-Westfalen? (Bitte nach Ort und Anbieter auflisten.) .....	83
60. Wie hat sich die Vielfalt von lokalen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen seit 2014 entwickelt? (Bitte jährlich nach Angebot, Anbieter und Ort auflisten.) .....	83
61. Welche Online-Redaktionsstandorte bzw. Lokalredaktionen, die Online-Inhalte produzierten, sind von welchen Online-Medienangeboten seit 2014 aufgegeben worden und was waren die Gründe dafür? .....	85
62. Wie bewertet die Landesregierung diese Entwicklung? .....	87
63. Wie hat sich die Vielfalt von lokalen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu jener in anderen Bundesländern entwickelt? .....	88
64. Welche Möglichkeiten sieht die Landesregierung unter aktuellen Marktbedingungen, die lokalen Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen zu stärken? .....	88
65. Inwiefern werden lokale Inhalte für Online-Medienangebote von hauptamtlichen sowie freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erstellt und inwiefern sind diese unabhängig von ggf. vorhandenen Lokalteilen in Print-Pendants eines Online-Angebots? (Bitte nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen auflisten.) .....	89
66. Welchen Anteil haben lokale Inhalte bei Online-Medienangeboten aus Nordrhein-Westfalen? Wie haben sich diese jährlich seit 2014 entwickelt? (Bitte auflisten nach lokalen und überregionalen Online-Medienangeboten.) .....	89
67. Wie beurteilt die Landesregierung diese Entwicklung in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu den deutschlandweiten Online-Medienangeboten? .....	91
VI. Sicherung der Medienvielfalt online .....	91
68. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 in den EU-Mitgliedsstaaten zur Förderung von Online-Anbietern und speziell zur Förderung der Medienvielfalt der Online-Medienangebote unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.) .....	91
69. Welche bestehenden Maßnahmen in anderen EU-Mitgliedsstaaten hält die Landesregierung auch hierzulande für sinnvolle Modelle? .....	92
70. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 in Nordrhein-Westfalen zur Förderung von Online-Anbietern und speziell zur Förderung der Medienvielfalt der Online-Medienangebote unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.) .....	93

71. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 zur Förderung von Online-Formaten bundesweit und in Nordrhein-Westfalen unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.).....	93
72. Hält die Landesregierung die bestehenden Maßnahmen zur Stärkung der Medienvielfalt online auf EU-Ebene, in Deutschland und Nordrhein-Westfalen für ausreichend? Falls ja, warum? Falls nein, welche Initiativen zur Stärkung der Medienvielfalt online hält die Landesregierung darüber hinaus für sinnvoll? .....	95
73. Inwiefern hält die Landesregierung die derzeit gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Online-Medienangeboten für ausreichend? Und welche Ergänzungen hält die Landesregierung für sinnvoll? .....	95
VII. Journalistische Online-Video-Kanäle.....	95
74. Welche journalistischen Video-Kanäle gibt es auf Seiten der Online-Medienangebote? (Bitte nach Anbietern und Medientyp auflisten.) .....	96
75. Welchem politischen Spektrum lassen sich diese journalistischen Video-Kanäle aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen? .....	98
76. Welchen Anteil haben lokale und überregionale Inhalte bei diesen journalistischen Video-Kanälen?.....	99
77. Welche Themen-Ressorts werden von diesen journalistischen Video-Kanälen jeweils abgedeckt? (Bitte auflisten nach Anbieter und Video-Kanal.) .....	101
78. Wie ist die Reichweite (Page-Impressions und Unique User) dieser journalistischen Video-Kanäle? (Bitte auflisten nach Online-Medienangebot und Anbieter.) .....	102
79. Wer nutzt Online-Video-Kanäle – differenziert nach Alter, Bildung, sozialem Milieu, Geschlecht? .....	104
80. Wie bewertet die Landesregierung die Rolle von Online-Video-Kanälen für die Verbreitung von Desinformation und Verschwörungstheorien? .....	105
VIII. Soziale Netzwerke .....	106
81. Welche Online-Medienangebote und Anbieter nutzen welche sozialen Netzwerke?.....	106
82. Welche Relevanz haben YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok und SnapChat für die Verbreitung von journalistischen Inhalten? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.) .....	106
83. Wie werden journalistische Inhalte für welche sozialen Netzwerke verarbeitet? .....	109
84. Welchen Anteil haben Texte, Überschriften, Teaser, Bilder, Memes, Gifs und Videos bei den Beiträgen? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.) .....	111
85. Inwieweit sind journalistische Inhalte auf sozialen Netzwerken das Ergebnis einer Mehrfachverwertung? Inwiefern werden Inhalte bearbeitet bzw. neu erstellt? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.).....	111
86. Welche YouTube- bzw. Twitch-Kanäle mit journalistischen bzw. politischen Inhalten werden in Nordrhein-Westfalen produziert? Welche Reichweiten erzielen diese? (Bitte nach Angebot, Anbieter sowie Produktionsort auflisten.).....	112
87. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus der Frage 85 in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern? (Mit der Bitte um Auflistung der Angebote und deren Reichweiten, Marktanteilen und Zahl der Beschäftigten.) .....	112
88. Wie haben sich die durchschnittlichen Produktionsvolumina pro Angebot bzw. Anbieter seit dem Jahr 2014 entwickelt? (Bitte jährlich produzierte Minuten und Budget auflisten.) .....	112
89. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus der Frage 87 in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern?.....	113
90. Wie haben sich die Produktionsvolumina seit 2014 bei abhängigen bzw. unabhängigen Produktionsfirmen für YouTube- bzw. Twitch-Kanäle entwickelt? (Bitte jährlich produzierte Minuten und Budget auflisten.).....	113
91. Wie bewertet die Landesregierung die Ergebnisse aus den Fragen 85 bis 89? .....	113
Literatur .....	114
Anhang.....	121

**Abkürzungsverzeichnis**

<b>Abkürzung</b>	<b>Bedeutung</b>
<b>Ads</b>	Advertisement (Werbung)
<b>AGOF</b>	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e. V.
<b>AKP</b>	Justice and Development Party (Türkei)
<b>ALM</b>	Zusammenschluss der Landesmedienanstalten
<b>ARD</b>	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
<b>BDZV</b>	Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e.V.
<b>BVDW</b>	Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V.
<b>CPC</b>	Kosten pro Klick (Cost per Click)
<b>CPM</b>	Tausender-Kontakt-Preis (Cost per Mille)
<b>DJV NRW</b>	Deutscher Journalisten-Verband
<b>DTJ</b>	Deutsch-Türkische Online-Journal
<b>DvH</b>	Dieter von Holtzbrinck
<b>DvH Medien</b>	Eine von Dieter von Holtzbrinck gegründete Familiengesellschaft mit Sitz in Stuttgart
<b>DW</b>	Deutsche Welle
<b>DZV.NRW</b>	Digitalpublisher und Zeitungsverleger Verband NRW
<b>EDMO</b>	European Digital Media Observatory
<b>FAZ</b>	Frankfurter Allgemeine Zeitung
<b>G+J e MS</b>	Gruner + Jahr
<b>IK-Technologien</b>	Informations- und Kommunikationstechnik
<b>IVW</b>	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.
<b>KEK</b>	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
<b>KKR</b>	Kohlberg Kravis Roberts & Co.
<b>LfM</b>	Landesanstalt für Medien NRW
<b>o. D.(a,b)</b>	ohne Datum (a und b dienen der Differenzierung und eindeutigen Zuordnung der Quellen im Literaturverzeichnis)
<b>OMS</b>	Online Marketing Service GmbH & Co. KG
<b>PI</b>	Page Impression (alle Seitenabrufe)
<b>RBB</b>	Rundfunk Berlin-Brandenburg
<b>RSS-Feeds</b>	Really Simple Syndication
<b>RT</b>	mehrsprachiges Online-Angebot des russischen Auslandsfernsehen; früher Russia Today
<b>RTL</b>	Radio Télévision Luxembourg
<b>SEA</b>	Search engine advertising (Suchmaschinenwerbung)
<b>SEO</b>	Search engine optimization (Suchmaschinenoptimierung)
<b>SWMH</b>	Südwestdeutsche Medienholding GmbH

---

<b>Abkürzung</b>	<b>Bedeutung</b>
<b>UKW</b>	Ultrakurzwelle
<b>URL</b>	Uniform Resource Locator
<b>UU</b>	Unique User
<b>ver.di</b>	Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
<b>VLR</b>	Verband Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen
<b>WDR</b>	Westdeutscher Rundfunk
<b>ZDF</b>	Zweites Deutsches Fernsehen

---

**I. Medienlandschaft online**

1. **Wie viele und welche Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten gibt es in Nordrhein-Westfalen und wie hat sich deren Zahl seit 2014 verändert? (Bitte quartalsweise nach Anbietern auflisten.)**
2. **Wie viele sind online-born, wie viele gehören zu Zeitungsverlagen bzw. Zeitschriftenverlagen? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der Herausgeberschaft.)**

Aufgrund des engen Sachzusammenhangs werden die Fragen 1 und 2 zusammen beantwortet.

In der vorliegenden Großen Anfrage werden „Online-Medienangebote mit journalistischen Inhalten“ benannt und auf „in Nordrhein-Westfalen“ eingegrenzt. Weil eine weitere Spezifizierung nach inhaltlichen oder formalen Kriterien nicht stattfindet, ist eine sehr große Zahl von Online-Angeboten auffindbar, die zumindest journalistisch anmuten.

So wurden weit über 1.000 Online-Angebote in der Recherche ermittelt (vgl. Anhang „Erläuterung zur Angebotsrecherche“). Dies liegt insbesondere daran, dass eine scharfe Abgrenzung zwischen redaktionellen und nicht-redaktionellen Inhalten im Internet kaum möglich ist. Diese verschwimmenden Grenzen zeigt beispielhaft der Blick auf einen Blog, der privat betrieben und gleichwohl professionellen journalistischen Maßstäben folgen kann. Für die Einstufung als journalistisches Online-Angebot wurden daher keine formalen, konstituierenden Kriterien herangezogen. Als journalistische Angebote im weitesten Sinne wurden solche Online-Angebote recherchiert, die Informationen, Meinungen oder Unterhaltung periodisch wiederkehrend veröffentlichen. Augenscheinlich absenderorientierte und werbliche bzw. offensichtliche PR-Inhalte blieben unberücksichtigt.

Sie lassen sich zunächst einmal grob in drei Gruppen einteilen:

1. **Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen**, also in Nordrhein-Westfalen erscheinende und primär lokal, regional oder landesweit ausgerichtete journalistische Online-Angebote
2. **Überregionale Online-Medienangebote**, die entweder ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen haben oder journalistische Inhalte zu Nordrhein-Westfalen innerhalb ihres Angebots bündeln
3. **Online-Bewegtbildangebote, Mediatheken, Webchannel** als spezifische Audio-/Video-Angebote

**Tab. 1.1 Art und Anzahl der Online-Medienangebote**

<b>1. Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen</b>	<b>Anzahl</b>
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	52
Online-Angebote von Anzeigenblättern	86
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	380
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks	47
Weitere Online-Hörfunkangebote	8
Online-Angebote des WDR	8
Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern	3
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	382
<b>Gesamt</b>	<b>966</b>

1. Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen		Anzahl
<b>2. Überregionale Online-Medienangebote</b>		
Überregionale Online-Angebote mit Nordrhein-Westfalen-Rubrik		15
Überregionale private Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen		8
Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen	öffentlich-rechtliche Online-Angebote	7
<b>3. Online-Bewegtbildangebote, Mediatheken, Webchannel</b>		
Video-Kanäle auf den unter 1. genannten Online-Medienangeboten		21
YouTube-Kanäle der unter 1. genannten Online-Medienangebote		29
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen		16
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen		68
Webchannel mit Sitz in Nordrhein-Westfalen		95

Tabelle 1.1 zeigt auf, welche journalistischen Online-Medienangebote wie oft aufgefunden wurden. Im Zentrum stehen dabei die **(1) Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen**. Diese Online-Angebote machen den Kern der Online-Berichterstattung in und über Nordrhein-Westfalen aus. Dabei zeigt sich deutlich, dass die Klassifizierung klassischer Medien entlang gedruckter Zeitungen, Anzeigenblätter und Magazinen sowie Hörfunk und Fernsehen auch den Online-Medienmarkt stark prägt: Die deutliche Mehrzahl der Angebote ist mit einem dieser klassischen Medien verbunden.

Im Folgenden werden die unterschiedlichen Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen näher beschrieben:

Die *Online-Angebote der Tageszeitungen* (und ihrer Verlage) sind im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.1 einzeln aufgeführt unter Nennung der herausgebenden Verlage.

Die *Online-Angebote von Anzeigenblättern* sind eng verbunden mit den gedruckten Anzeigenblättern, die bereits in der Antwort auf die Große Anfrage zur Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen dargestellt sind (Hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 10, Seiten 52-143). Dort werden die Lokalausgaben aller Anzeigenblätter nach Regierungsbezirken aufgelistet). Bei den Online-Ausgaben, die im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.2 einzeln aufgeführt sind, handelt es sich vielfach ausschließlich um E-Paper-Ausgaben, die sowohl inhaltlich als auch gestalterisch (Layout) identisch mit der gedruckten Ausgabe sind. Teilweise sind (zusätzlich) auch Online-Beiträge abrufbar. Manche der Verlage, die eine Vielzahl von Wochenblättern herausgeben, bündeln Inhalte auf einem Online-Angebot, das eine breitere Region umfasst. Teilweise werden auch gezielt Bürgerreporter eingebunden, zum Beispiel auf Community-Plattformen wie unserort.de von der Rautenberg Media KG oder lokalkompass.de von der Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft mbH & Co. KG und der Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (FUNKE Mediengruppe). In diesen Fällen wird das Geschäft der Anzeigenblätter online verlängert, das bleibt aber insgesamt die Ausnahme in Nordrhein-Westfalen.

Die *Online-Angebote von anderen Print-Medien* (insbesondere Magazinen) umfassen eine Vielzahl von Angeboten, die allesamt mit gedruckten Medien verbunden sind. Die Angebote sind einzeln im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.3 aufgeführt. Oft sind die Online-Angebote lokal oder regional eingegrenzt und zusätzlich mitunter auf Themen wie Kultur, Religion, Sport

oder Wirtschaft oder auf Zielgruppen wie Senioren oder Familien ausgerichtet. Anders als bei Anzeigenblättern erscheint das gedruckte Pendant (meist) seltener als wöchentlich.

Die *Online-Angebote des Lokalen Hörfunks* werden von den Lokalradios im Rahmen des Zwei-Säulen-Modells betrieben, in dem programmliche und wirtschaftliche Verantwortung zwischen Veranstaltergemeinschaften und Betriebsgesellschaften getrennt wird. Auf diesen Online-Angeboten, die einzeln im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.4 aufgeführt sind, werden zumeist lokale Beiträge und Nachrichten publiziert. Zudem werden Inhalte von der radio NRW GmbH eingebunden, die als Rahmenprogrammanbieter den lokalen Stationen Inhalte zuliefert.

Die *weiteren Online-Hörfunkangebote* sind nicht den Lokalradios nach dem Zwei-Säulen-Modell zuzurechnen, so zum Beispiel Campusradios oder das katholische Domradio. Diese Angebote sind im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.5 einzeln aufgelistet.

Die *Online-Angebote des WDR* umfassen mehrere landesweite sowie auch überregionale Online-Angebote. Bezugnehmend auf das Genehmigungsverfahren für öffentlich-rechtliche Telemedienangebote, dem sogenannten „Dreistufentest“, werden die Online-Angebote des WDR getrennt betrachtet nach [wdr.de](http://wdr.de), nach dem Online-Angebot des WDR Fernsehens sowie nach den WDR Hörfunksendern (einzeln unterteilt in die Online-Angebote der fünf Wellen sowie COSMO als Gemeinschaftsangebot). Die Angebote sind im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.6 einzeln aufgelistet.

Zudem wurde geprüft, ob die in Nordrhein-Westfalen (lizensierten) TV-Veranstalter Online-Angebote bereitstellen. Die Angebote der Regionalfenster von Radio Télévision Luxembourg (RTL) und SAT.1 sowie die Website von Studio 47 weisen aber vor allem den Charakter einer Mediathek auf: So können die Beiträge und Sendungen aufgerufen werden, ohne dass darüber hinaus online-journalistische Inhalte angeboten werden. Daher werden die Angebote erst in Kapitel VII. als Online-Bewegtbildangebote einbezogen. Eine Auflistung dieser Angebote findet sich jedoch im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.7.

Neben den verschiedenen Online-Angeboten, die eng mit Printmedien und Rundfunk verbunden sind, ist auch eine Vielzahl von Angeboten auffindbar, die keinen Bezug zu etablierten Medien haben. Sie werden als *lokale und regionale Online-Only-Angebote* bezeichnet und sind im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.8 einzeln aufgeführt. Die in der Fragestellung genannte Bezeichnung „Online-born“ suggeriert, dass ein Angebot im Internet gestartet wurde und von Beginn an keinen Bezug zu analogen Medien aufweist. Weil die Angebote in dieser Anfrage lediglich in ihrem bestehenden Ist-Stand bewertet werden können, wird die Bezeichnung „Online-only“ genutzt. Unter dieser Bezeichnung sind eine Vielzahl von Angeboten, die in der Regel lokal, teilweise auch sublokal ausgerichtet sind. Meist berichten diese Online-Angebote im entsprechenden Raum eher breit, vereinzelt fokussieren aber auch sie bestimmte Themen oder Zielgruppen. Mitunter ist zu erkennen, dass die Betreiber in anderen Feldern wirtschaftlich tätig sind: etwa als Agentur oder als Orts- und Heimatverein – oder ein Blog wird von einer Person privat geführt.

Neben den Angeboten, die hauptsächlich auf Nordrhein-Westfalen oder Orte und Regionen innerhalb des Bundeslandes ausgerichtet sind, bestehen zudem eine Reihe überregionaler Angebote. Diese sind unter **2. Überregionale Online-Medienangebote** zusammengefasst. Darunter sind *überregionale Online-Angebote mit Rubrik „Nordrhein-Westfalen“*, die regelmäßig Inhalte zu Nordrhein-Westfalen erstellen und diese in einem gesonderten Bereich bündeln (siehe Tabelle A1.9 im Anhang zu Frage 1). Solche Rubriken findet man zum Beispiel bei den großen, überregionalen Online-Nachrichtenportalen [spiegel.de](http://spiegel.de) oder [welt.de](http://welt.de) sowie auf Seiten wie [web.de](http://web.de) (von United Internet) oder [t-online.de](http://t-online.de) (Ströer). Davon sind einzelne *überregionale private Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen*, z. B. [handelsblatt.com](http://handelsblatt.com)



(siehe Tabelle A1.10 im Anhang zu Frage 1). Die Recherche erstreckte sich auf alle Online-Angebote, die bei der AGOF (436 digitale Gesamtangebote, Stand Dezember (agof, 2020)) sowie bei der IVW (726 Online-Angebote) gelistet sind. Die überregionalen Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen werden bezüglich ihres Engagements außerhalb des Bundeslandes ausführlich in Frage 12 betrachtet.

Darüber hinaus betreiben die öffentlich-rechtlichen Sender WDR (z. B. [sportschau.de](http://sportschau.de)) und Deutschlandradio von ihrem Sitz in Köln aus mehrere überregionale Online-Angebote. Hinzu kommt das Online-Angebot [dw.com](http://dw.com) der Deutschen Welle (DW) mit Sitz in Bonn. Alle *überregional öffentlich-rechtlichen Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen* sind in Tabelle A1.11 im Anhang zu Frage 1 aufgeführt.

Unter **3. Online-Bewegtbildangebote, Mediatheken, Webchannel** sind verschiedene multimediale Bereiche innerhalb der Online-Angebote sowie Kanäle auf der Plattform YouTube verzeichnet. Diese werden in Abschnitt VII. ab Frage 74 vertiefend behandelt.

Hinzu kommen 95 Internet-Radiosender, die per Streaming angeboten werden. Diese 95 Sender entstammen einer Auflistung aller bundesweit angezeigten Internet-Radiosender, die der Zusammenschluss der Landesmedienanstalten (ALM) herausgibt (die-medienanstalten.de, 2020). Alle Internet-Radiosender aus dieser Liste mit Sitz in Nordrhein-Westfalen sind im Anhang zu Frage 1 in Tabelle A1.12 einzeln aufgeführt.

Ein Vergleich der Daten im Zeitverlauf ist, wie bereits eingangs in der Vorbemerkung erläutert, nicht möglich, auch weil sich nachträglich kaum zweifelsfrei feststellen lässt, ob die Angebote seit 2014 oder in den Folgejahren durchgängig mit journalistischen Inhalten erschienen sind.

- 3. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten für 2014, 2016, 2018 und 2020?**
- 4. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Medienangebote und Online-Anbieter mit journalistischen Inhalten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnütziger Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing, etc.) für 2014, 2016, 2018 und 2020?**
- 5. Welche Reichweite (Page Impressions und Unique User) erzielen die verschiedenen Online-Angebots-Typen online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten insgesamt und im Vergleich zu deren spezifischen Online-Medienangeboten (Unterseiten) mit politischen Informationsinhalten für 2014, 2016, 2018 und 2020?**

Aufgrund des engen Sachzusammenhangs und zur Vermeidung von Dopplungen werden die Fragen 3 bis 5 zusammenfassend beantwortet.

Die Fragen zielen ab auf Unique User (UU) und Page Impressions (PI).

Unique User werden eingesetzt, um Auswertungen und insbesondere Mediaplanungen auf Basis von Personen und nicht von Browser-Betrachtungen durchzuführen. Die AGOF ermittelt in einem mehrstufigen Verfahren (basierend auf technischen Messungen sowie Befragungen), wie viele Personen auf ein Angebot zugreifen. Allerdings sind bei der AGOF lediglich 43

journalistische Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen verzeichnet: 21 Online-Angebote von Tageszeitungen sowie 22 des Lokalen Hörfunks NRW. Mitunter sind in den gelisteten Werten mehrere Angebote zusammengefasst. So umfasst die „Funke Medien NRW GmbH“ die URLs (Uniform Resource Locators) [waz.de](http://waz.de), [derwesten.de](http://derwesten.de), [reviersport.de](http://reviersport.de), [nrz.de](http://nrz.de), [wp.de](http://wp.de), [lokalkompass.de](http://lokalkompass.de), [wr.de](http://wr.de), [trauer.de](http://trauer.de), [ikz-online.de](http://ikz-online.de).

Praktisch überhaupt nicht vorhanden sind Unique User für kleinere, lokale Angebote, die einen Großteil der recherchierten Angebote ausmachen. Aus Online-Trackingtools (z. B. Google Analytics) werden keine Unique User oder Werte, die man analog dazu bewerten könnte, ausgegeben.

In Tabelle 3.1 werden die Unique User gemäß AGOF für die verfügbaren Angebote aufgeführt. Die Daten zeigen einerseits, dass die Zahl der Unique User in den letzten beiden Jahren deutlich gewachsen ist. Sie zeigen aber auch, wie stark sich die Online-Angebote unterscheiden zwischen kleineren lokalen Online-Angeboten von Zeitungen und großen regionalen Online-Angeboten. Die Unterschiede werden zwar dadurch relativiert, dass die drei größten Anbieter, die Funke Medien NRW GmbH, die DuMont Mediengruppe GmbH sowie die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RP Online) ihre Unique User gebündelt für eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote der Mediengruppen ausweisen. Zum Teil sind darin auch Angebote außerhalb von Nordrhein-Westfalen enthalten, wie die Angebote der digitalen Saarbrücker Zeitung bei RP Online. Alle ausgewiesenen Angebote sind im Anhang zu Frage 3 auch einzeln aufgeführt.

Bei den Online-Angeboten des Lokalen Hörfunks deuten die Ergebnisse auf ein sehr deutliches Wachstum der Unique User hin sowie auf eine homogenere Struktur der Angebote.

**Tab. 3.1 Unique User nach AGOF**

	UU (in Mio.)	
	Oktober 2020	Oktober 2018
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen</b>		
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten UU	14,96	11,29
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	2,94	2,15
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten UU	0,09	0,05
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>		
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten UU	0,38	0,09
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	0,20	0,04
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten UU	0,06	0,01

Quelle: AGOF

Die zweite nachgefragte Kennzahl, Page Impression, wird als Zugriff auf eine Seite bzw. als Nutzeraktion auf einer Seite definiert. Nutzeraktion meint eine Handlung auf einer Seite, die darauf ausgerichtet ist, eine wesentliche Veränderung des Seiteninhalts zu bewirken.

Page Impressions (alle Seitenabrufe) sind bei der IVW abrufbar. Allerdings sind auch hier lediglich 71 journalistische Online-Angebote aus Nordrhein-Westfalen verzeichnet, davon 26 Online-Angebote von Tageszeitungen und 45 des Lokalen Hörfunks.

Die in Tabelle 3.2 verzeichneten Seitenabrufe gehen einher mit den Ergebnissen, die oben für die Unique User beschrieben sind. Besonders markant ist das erhebliche Wachstum bei den Zugriffszahlen des Lokalen Hörfunks, das insbesondere auf die Online-Angebote aus (Ost-)Westfalen zurückgeht. Die Werte für die einzelnen Angebote sind im Anhang zu Frage 3 aufgeführt.

Auf Nachfrage führt die AMS als Betreiberin der digitalen Lokalradio-Angebote in Ostwestfalen-Lippe und im Kreis Warendorf konzeptionelle und technische Gründe für den Anstieg an, darunter die intensiven Anstrengungen zur digitalen Transformation und die Wahl des Content-Management-Systems. Darüber hinaus sei das Nachrichteninteresse im Zusammenhang mit der Pandemie stark angestiegen, das mit einem vornehmlich lokalen und zudem kostenfreien Angebot bedient werde.

**Tab. 3.2 Page Impressions nach IVW**

	Page Impressions			
	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen</b>				
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten PI	178.819.929	138.911.473	87.572.001	80.670.404
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	32.974.066	24.157.474	17.420.485	16.658.878
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten PI	811.099	671.819	560.882	438.463

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten PI	4.692.502	672.304	757.815	472.634
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	1.285.312	222.587	270.179	188.606
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten PI	250.774	59.216	80.683	55.895

Quelle: IVW

Neben den Page Impressions werden an dieser Stelle auch die Visits aufgeführt, die ebenfalls bei der IVW abrufbar sind. Ein Visit beschreibt einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang und summiert alle Page Impressions einer Sitzung. Hierfür gelten dieselben Hinweise und Einschränkungen wie für die Page Impressions. Die Visits werden aufgeführt, weil sie genauso wie Page Impressions den Vorteil (gegenüber Unique User) haben, dass Anbieter sie auch selbst im Rahmen ihres Online-Trackings erheben können. Daher dienen sie an dieser Stelle als Referenzgröße für weitere Online-Angebote, bei denen im Rahmen einer Anbieterbefragung nach Page Impressions und Visits gefragt wurde.

Auch bei den Visits der Online-Angebote (vgl. Tab. 3.3) von Tageszeitungen sowie des Lokalen Hörfunks zeichnet sich eine stetig wachsende Zahl der Besuche ab.

**Tab. 3.3 Visits nach IVW**

	Visits			
	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen</b>				
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten Visits	75.898.688	50.577.514	23.233.396	18.517.215
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	13.939.272	8.477.015	4.519.547	3.745.375
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten Visits	242.112	164.442	130.295	112.953
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>				
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten Visits	2.200.678	305.929	267.900	158.171
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	619.687	100.706	100.882	67.540
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten Visits	126.452	28.702	29.802	22.103

Quelle: IVW

Neben den Online-Angeboten von Tageszeitungen und des Lokalen Hörfunks erhebt auch der WDR die Zahl der Page Impressions und Visits, sowohl über das Messsystem der INFOnline als auch über das hauseigene Tracking (Mapp/Webtrekk). Die bis 2018 vorliegenden Daten hat der WDR auf Anfrage bereitgestellt. Der WDR nimmt (wie alle Angebote der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)) nicht am Messverfahren der AGOF teil, so dass keine Unique User vorliegen. In Tabelle 3.4 sind die Page Impressions und Visits für das Online-Gesamtangebot des WDR dargestellt. Eine detailliertere Aufschlüsselung findet sich im Anhang zu Frage 3 in Tabelle A3.8.

**Tab. 3.4 Page Impressions und Visits des Online-Angebots des WDR**

<b>Page Impressions</b>	<b>Oktober 2020</b>	<b>Oktober 2018</b>
WDR Online gesamt	158.217.922	105.495.526

<b>Visits</b>	<b>Oktober 2020</b>	<b>Oktober 2018</b>
WDR Online gesamt	54.983.010	29.867.979

Quelle: Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021

Um für die übrigen Online-Angebote aus den anderen Segmenten annäherungsweise erste Hinweise auf die Reichweite zu bekommen, wurden in der Anbieterbefragung (Näheres zur Anbieterbefragung vgl. Anhang „Erläuterung zur Anbieterbefragung“ (aserto, 2020b)) die Betreiber von Online-Angeboten von Anzeigenblättern und weiteren Print-Medien sowie von Online-Only-Angeboten darum gebeten, die Page Impressions sowie Visits aus ihren Online-Trackingtools abzulesen und in den Fragebogen einzutragen. Diese Abfrage als Selbstauskunft ist keine geprüfte Messung, wie sie die IVW durchführt. Es bietet aber die Chance einer ungefähren Einordnung, welche Reichweiten die Angebote zumindest beispielhaft erreichen.

In Tabelle 3.4 sind die Antworten der Anbieterbefragung zusammengefasst (Näheres zur Anbieterbefragung vgl. Anhang „Erläuterung zur Anbieterbefragung“ (aserto, 2020b)). Für die Online-Only-Angebote haben insgesamt 16 Angebote geantwortet. Auch wenn die Ergebnisse aufgrund der niedrigen Teilnehmerzahl schwer zu verallgemeinern sind, so deutet sich dennoch an, dass die Nutzungsintensität der Online-Only-Angebote insgesamt auf einem eher geringen Niveau liegt, wenn man sie mit den Online-Angeboten der Tageszeitung oder auch mit dem Lokalen Hörfunk Nordrhein-Westfalen vergleicht.

**Tab. 3.5 Page Impressions (PI) und Visits nach Eigenauskunft**

	<b>Page Impressions</b>	<b>Visits</b>
	<b>Oktober 2020</b>	<b>Oktober 2020</b>
<b>Online-Only-Angebote</b>		
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten PI	408.089	140.804
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	111.657	47.800
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten PI	994	639

Quelle: Anbieterbefragung; 16 gültige Antworten bei der Frage nach PI/Visits

Für Online-Angebote von weiteren Printmedien haben insgesamt nur 7 Betreiber Auskunft zu ihren Nutzungsintensitäten gegeben. Auf eine Quantifizierung wird aufgrund der wenigen Rückmeldungen verzichtet. In der Tendenz deutet sich aber eine ähnliche, tendenziell sogar noch niedrigere Nutzungsintensität an.

Als alternative Geschäftsmodelle kommen einerseits Online-Only-Angebote infrage, die nicht mit etablierten Medien wie Zeitungen oder Hörfunk verbunden sind und die zudem (anders als die meisten Online-Angebote) nicht allein oder nicht überwiegend Erlöse aus Display-Werbung erzielen, sondern ein Geschäftsmodell auf Basis von Vertriebs Erlösen wie Abonnements aufgebaut haben. Hier gibt es bislang allerdings nur sehr wenige Online-Only-Angebote, die entsprechende Erlösmodelle geschaffen haben. Aus Nordrhein-Westfalen zu nennen ist taeglich.me aus Wülfrath, das nach eigenen Angaben monatlich etwa 550.000 Seitenaufrufe (Page Impressions) (taeglich.me, o. D.) erzielt und 1.500 zahlende Abonnenten angibt (Ophoven, 2020). Daneben ist 2020 in Münster das lokaljournalistische Angebot RUMS entstanden, das kostenpflichtig abonniert werden kann. Die Nutzungszahlen sind nicht bekannt und weil sich das Angebot nicht über Reichweite und Werbung verkauft, wohl auch weniger relevant. RUMS gibt 900 zahlende Nutzer an (Humborg, 2020).

Daneben wird in der Großen Anfrage auch nach gemeinnützigem Journalismus gefragt. Er spielt in Nordrhein-Westfalen (und in Deutschland) in der Breite bislang keine größere Rolle. Eine Ausnahme in Nordrhein-Westfalen ist das Recherchezentrum CORRECTIV (correctiv.org). Seine Recherchen werden nach eigenen Angaben auf der Webseite veröffentlicht (Informationen zur Reichweite liegen nicht vor), kostenlos anderen Medien zur Verfügung gestellt und sind nicht auf lokale oder regionale Inhalte begrenzt. Einen ausführlichen Bericht zur Situation des Non-Profit-Journalismus hat das gemeinnützige Unternehmen Phineo (phineo.org, o. D.) veröffentlicht.

Gerade bei den kleineren Online-Only-Angeboten ist vielfach ehrenamtliches Engagement sichtbar. Viele Angebote sind zudem spendenfinanziert. Für diese Angebote liegen aber im Einzelnen keine Nutzungszahlen vor.

**6. Welche Marktanteile (z. B. entsprechend des Herfindahl-Hirschman Indexes) erzielen die verschiedenen Online-Angebots-Typen online-born, online Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten insgesamt und im Vergleich zu deren spezifischen Online-Medienangeboten (Unterseiten) mit politischen Informationsinhalten im Online-Medienmarkt für 2014, 2016, 2018 und 2020?**

Die Frage 6 zielt darauf ab, welche Bedeutung einzelne Arten von Online-Medien im Markt haben. Zudem deutet die beispielhafte Nennung des Herfindahl-Index auf Kennzahlen zur Konzentrationsmessung hin. Beides ist aus den folgenden Gründen nicht zu vereinen: Bei Konzentrationsmessungen, wie sie der Herfindahl-Index nahelegt, werden Marktteilnehmer betrachtet, also unternehmerisch zusammenhängende Unternehmen, und nicht Arten von Medien wie Online-Angebote von Tages- oder Wochenzeitungen.

Zudem bleibt in der Frage unklar, wie der Markt genau abzugrenzen ist, welche Arten von Online-Angeboten hinzuzurechnen sind und welche nicht. So sind politische Informationsinhalte genauso wie „spezifische Online-Medienangebote (Unterseiten)“ genannt. Weitere Details bleiben aber unklar, beispielsweise inwieweit ein bundes- oder landesweiter

Markt oder eher lokale und regionale Märkte gemeint sind. Gerade auf lokaler Ebene sind am ehesten Konzentrationstendenzen zu erwarten.<sup>2</sup>

Dem Kontext der Großen Anfrage nach sowie entsprechend der Datenlage (mit Wunsch nach Vergleichen im Zeitverlauf) werden hier insbesondere zwei etablierte Perspektiven auf den Online-Medienmarkt auf Bundes- und Landesebene beschrieben:

- (1) Bundesweite Betrachtung des gesamten Online-Medienmarktes auf Basis der Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten sowie der Konzentrationsberichte der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)
- (2) Landesweite Betrachtung auf Basis des Medienvielfaltsberichts der Landesanstalt für Medien NRW

Zu (1):

Im kontinuierlichen Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten, zuletzt aus August 2020 (die medienanstalten, 2020a), werden auf Basis von Beteiligungsverhältnissen, Reichweiten und der Bedeutung für die Meinungsbildung die Marktanteile der wichtigsten Medienunternehmen am „Meinungsmarkt Deutschlands“ dargestellt. Hierauf nimmt auch die KEK in den regelmäßigen Medienkonzentrationsberichten Bezug, zuletzt jenem aus dem Jahr 2018 (die medienanstalten, 2018a). Den Ergebnissen aus Tabelle 6.1 nach sind im Zeitverlauf von 2014 bis 2020 keine massiven Konzentrationstendenzen auf Seiten der großen Medienunternehmen sichtbar. Zudem zeigt sich insgesamt in der Messung der Landesmedienanstalten eine geringere Konzentration im Markt der Onlinemedien als in den übrigen Medienmärkten wie Fernsehen, Tageszeitungen oder Zeitschriften. Zu berücksichtigen ist bei der Bestimmung des Grads an Meinungsmacht gemäß der Landesmedienanstalten sowie der KEK, dass Suchmaschinen (z. B. Google), soziale Netzwerke (Facebook und angeschlossenen Instagram) sowie E-Commerce-Plattformen (Amazon) nicht in die Betrachtung einbezogen werden, sondern es werden lediglich publizistische Internetangebote betrachtet (die medienanstalten, 2020b). Gerade diese großen, internationalen Plattform-Konzerne wie Google, Facebook und Amazon üben eine „zunehmende Substitutionskonkurrenz“ (Lobigs & Neuberger 2018, S. 277) auf die traditionellen Medienunternehmen aus und gewinnen eine erhebliche Bedeutung im Meinungsmarkt. Die wird jedoch in den hier vorliegenden Ergebnissen zu den publizistischen Medienunternehmen nicht deutlich.

**Tab. 6.1 Anteile der Medienunternehmen am Meinungsmarkt Internet bundesweit**

	I/2020	I/2018	I/2016	I/2014
	in %	in %	in %	in %
Bertelsmann	9,9	9,4	9,4	9,6
Burda	8,9	9,3	8,3	7,2
Axel Springer	7,7	8,5	8,7	12,0
United Internet	7,3	8,0	7,1	9,2
Kohlberg Kravis Roberts & Co. (KKR)	7,3			
ARD	7,1	6,0	5,5	6,2
Ströer	5,6	5,7	5,3	
Dieter von Holtzbrinck (DvH) Medien	3,3	2,8	2,2	

<sup>2</sup> Für 53 Gebietskörperschaften (Landkreise und kreisfreie Städte) sind entsprechende Berechnungen im Zuge dieser Antwort nicht darstellbar. Sämtliche Online-Angebote in den jeweiligen Gebietskörperschaften wurden jedoch recherchiert und werden in Kapitel V tiefergehend erörtert.

	I/2020	I/2018	I/2016	I/2014
	in %	in %	in %	in %
Verizon	2,9			
ProSiebenSat.1	2,4	2,7	3,7	4,8
F. Wolff & Sohn	2,0			
Medien Union	1,7	1,5	1,2	
Funke	1,6		1,2	1,0
Rundfunkanstalt Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)	1,5	1,5	1,4	1,3
Netflix	1,4			
Microsoft		4,3	1,9	2,0
Telekom		2,0		7,0
DuMont Schauberg		1,6	1,7	1,5
Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck		1,6	1,4	
Fazit-Stiftung		1,3		
Bauer		1,2	1,2	1,9
Yahoo			1,7	3,4
Südwest Presse / Südwestdeutsche Medienholding GmbH (SWMH)				1,5
Murdoch				1,1
Holtzbrinck				2,2
Sonstige	40,9	35,3	40,1	29,2

Quelle: Medienvielfaltsmonitor (die medienanstalten, 2020a, 2018b, 2016, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, 2014)  
 Angegeben sind jeweils nur die Medienunternehmen mit den höchsten Anteilen am Meinungsmarkt Internet; Falls für ein Jahr keine Werte abgetragen sind, so können diese auch unter Sonstige subsumiert sein; Überschreitungen von 100 Prozent ergeben sich daraus, dass Beteiligungsanteile von 25 Prozent und mehr einem Unternehmen voll zugerechnet werden.

Zu (2):

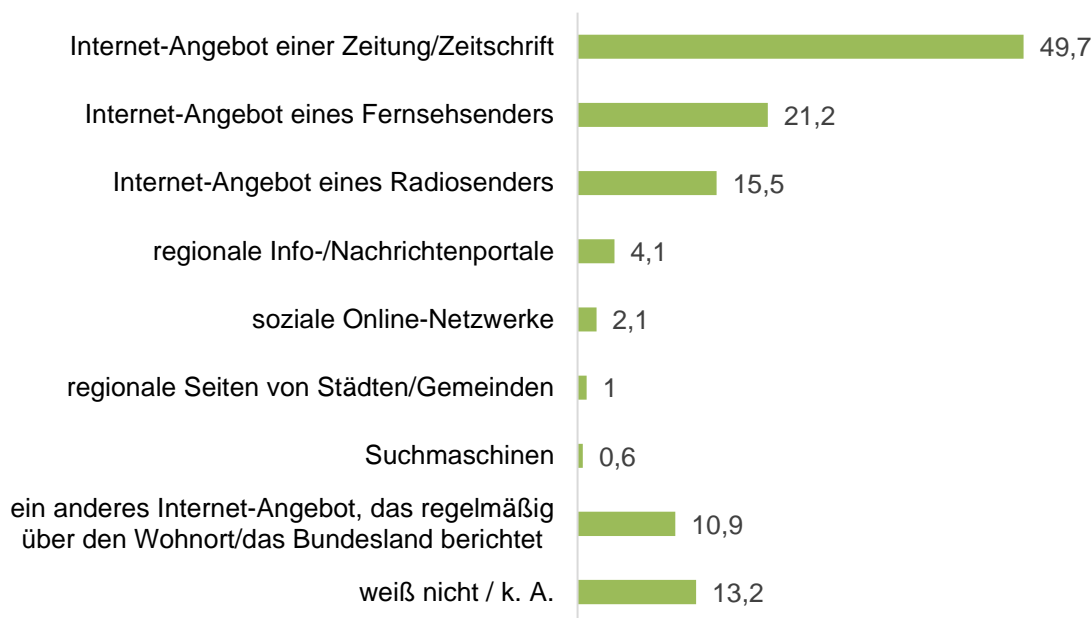
Dem Medienvielfaltsbericht der Landesanstalt für Medien NRW zufolge (2019) weist das Radio mit 28,6 Prozent den höchsten Marktanteil in Bezug auf die „informierende Mediennutzung gestern“ auf. An zweiter Stelle folgen dann jedoch bereits mit 24,7 Prozent Internetangebote, was deren Wichtigkeit für die Meinungsbildung der Bevölkerung aufzeigt (S. 8). Auch bei der Frage nach dem wichtigsten Informationsmedium rangiert das Internet mit 27,4 Prozent hinter Tageszeitungen (38,7 Prozent) auf Platz 2. Gleiches gilt ebenso im Hinblick auf das Gewicht für die Meinungsbildung, das sich aus diesen beiden Dimensionen ergibt. Während Tageszeitungen mit 31 Prozent das größte Gewicht vorweisen, liegt das Internet mit 26,1 Prozent auch hier auf dem zweiten Rang (ebd., S. 10). Online-Angebote – zunächst unabhängig welcher Art – haben somit einen hohen Stellenwert bei den Befragten in Nordrhein-Westfalen ab 14 Jahren für die Informationssuche. Und nicht nur dort: Im Vergleich mit dem bundesdeutschen Durchschnitt zeigen sich keine großen Unterschiede für Nordrhein-Westfalen (vgl. ebd., S. 10).

Betrachtet man die einzelnen Online-Medienangebote schließlich genauer, zeigt sich, dass vor allem Internetangebote von Zeitungen oder Zeitschriften eine große Relevanz für die lokale



Informationsbeschaffung aufweisen (vgl. Abbildung 6.2). Soziale Netzwerke spielen hier keine Rolle.

**Abb. 6.1 Genutzte Internetangebote für lokale Information**



Angaben in Prozent, Quelle: Landesanstalt für Medien NRW, 2019, S. 13

Blickt man zwei Jahre zurück zeigt sich auch dort, dass Internetangebote von Tageszeitungen (14,7 Prozent) und Zeitschriften (14,2 Prozent) die höchsten Tagesreichweiten erzielt haben (Formatt Institut, 2017, S. 76). In einer etwas veränderten Abfrage nach informierend genutzten Online-Medien rangiert hier Wikipedia (11,2 Prozent) auf dem dritten Rang, gefolgt von Internetangeboten von Portalen (10,1 Prozent) (ebd.).

Online-Audioangebote werden als eigene Gattung noch einmal spezifischer untersucht. In einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung zeigte sich, dass 4,6 Mio. Personen aus Nordrhein-Westfalen Online-Audio-Angebote (fast) täglich nutzen, weitere 6,1 Mio. mindestens einmal pro Woche (Landesanstalt für Medien NRW, 2019, S. 15).

**7. *Wie bewertet die Landesregierung die Antworten der Fragen 1 bis 5 bezüglich der Reichweitentrends und Trends in den Marktanteilen?***

Die reichweitenstärksten Medien sind etablierte Medienmarken, die vornehmlich in lokalen und regionalen Märkten agieren. Die Suche der User nach Verlässlichkeit und Orientierung bringen etablierten und profilierten Medienmarken Reichweite. Das Überangebot an Information kann durch bekannte Marken überschaubar bleiben, wenn es diesen Medienmarken gelingt, unverwechselbar, wiedererkennbar und für ihre Publika berechenbar (mit Blick auf Inhalte, Werte und Standpunkte) zu sein, ohne dabei an Attraktion zu verlieren.

Hervorzuheben sind hier die regionalen Tageszeitungsverlage, zu deren Kooperationen und Fusionen in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 ausführlich informiert wurde (Frage 59

auf den Seiten 241-243). Inwiefern diese derzeit beobachtbare Rolle der Verlage auch in Zukunft noch so bedeutsam sein wird, hängt in starkem Maße davon ab, inwieweit ihre digitalen Geschäftsmodelle erfolgreich sind. Laut einer Studie des Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e. V. (BDZV) sehen derzeit über 90 Prozent der Tageszeitungsverleger in Deutschland nicht, dass ihre Digitalerlöse die Verluste aus dem Printgeschäft kompensieren können. Ob und wie das mittelfristig gelingt, wird auch für die publizistische Vielfalt online entscheidend sein. Derzeit ist nicht absehbar, wie die auf Nutzerseite nach wie vor weit verbreitete „Gratis-Mentalität“ mit Blick auf Inhalte im Internet überwunden werden könnte, auch wenn verschiedene Ansätze (Vereinfachung, Vergünstigung, Hedonisierung sowie Habitualisierung journalistischer Produkte) diskutiert und z.T. evaluiert werden (Wellbrock & Buschow, 2020, S. 69 ff.).

Hervorzuheben sind zudem die Online-Angebote des WDR sowie des Lokalen Hörfunks. Der WDR erreicht durch sein Angebot auf regionaler und landesweiter Ebene hohe Zugriffszahlen. Auf lokaler Ebene sind zudem die Online-Angebote der lokalen Hörfunkstationen eine relevante Quelle für Lokalnachrichten.

Die große Zahl an Angeboten, die für die Gebietskörperschaften in Nordrhein-Westfalen recherchiert wurde, kann keineswegs automatisch als hohe publizistische Vielfalt gedeutet werden. Insbesondere die Vielzahl an kleineren verlags- und senderunabhängigen Angeboten ist nicht als Garant für publizistische Vielfalt zu betrachten, da ihre journalistische Qualität sehr heterogen ist. Von anspruchsvollen journalistischen Angeboten auf lokaler Ebene bis hin zu Seiten mit mutmaßlich geringem Vielfaltsbeitrag findet sich letztlich alles. Dass hier kein verlässlich vielfaltssichernder Markt entsteht, zeigt sich auch darin, dass kaum tragfähige Geschäftsmodelle für den Journalismus sichtbar werden. Bislang gelingt es Online-Only-Angeboten nur vereinzelt Bezahlmodelle zu etablieren. Der überwiegende Anteil der Online-Only-Medien erzielt die Einnahmen lediglich aus Online-Werbung, was zur kostendeckenden Finanzierung einer Redaktion schwer ausreicht, wenn man die Nutzungszahlen, die von den Anbietern genannt werden, in ungefähre Größenordnung mit zu erwartenden Werbeerlösen (Tausender-Kontakt-Preise) verrechnet. Daher ist nicht verwunderlich, dass viele der Betreiber die Seiten parallel zu einem Unternehmen (wie zum Beispiel einer Agentur oder einem IT-Unternehmen) betreiben oder sogar ehrenamtlich und deshalb vielfach nach gewisser Zeit ihr Engagement aufgeben, wie bereits im Bericht zur Medienkonzentration 2015 (Format Institut, 2016) dargestellt wurde.

Es zeigt sich, dass die Rolle der Verlage, des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie des Lokalen Hörfunks als zentrale Säulen des dualen Mediensystems auch online von großer Bedeutung ist. Die im Zeitungsmarkt beobachteten Konzentrationstendenzen (hierzu wird auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 42, Seite 216-217) wirken sich auch online aus.

Deutschlandweit zeigt sich anhand der Marktanteile, dass die Konzentration publizierender Online-Angebote im bundesweiten Medienmarkt weniger stark ausgeprägt ist als in anderen Mediensegmenten. Anders sieht es jedoch bei den Plattformen aus, deren Marktanteile sich bei Amazon, Apple, Facebook, Google und Netflix jeweils massiv konzentrieren. Die Plattform- und Streaming-Revolution setzt die Geschäftsmodelle etablierter Medienanbieter unter Druck, während die Plattformen enorme Markt- und Meinungsmacht erlangen.

Zukunftsorientierte Medienpolitik hat aus Sicht der Landesregierung darauf hinzuwirken, dass es in Deutschland und Nordrhein-Westfalen auch in Zukunft gute rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen für ein breites Spektrum unabhängiger und hier verwurzelter publizistischer (Online-)Angebote gibt.

## **8. Welche Vermarkter vertreten die in Nordrhein-Westfalen verfügbaren Online-Medienangebote?**

Die Entwicklung verschiedener Online-Werbeformen (wie Suchmaschinenwerbung, Suchmaschinenoptimierung, Bannerwerbung, Mobile Werbung und Werbung in Social Media) und die Verbreitung des Internets haben dafür gesorgt, dass viele digitale Dienstleistungen online angeboten und häufig ausschließlich über Werbung finanziert werden können.

Bis auf die Paid-Content-Angebote der Tageszeitungen sind die allermeisten Online-Medienangebote kostenlos. Der größte Teil dieser Angebote wird durch Werbung bzw. Online-Anzeigen refinanziert. Die Vermarktung der Werbeflächen und die Abwicklung der Werbebuchungen übernehmen Vermarkter. Diese Vermarkter verfügen über eigene Portfolios (z. B. eine bestimmte Anzahl von Webseiten, deren Werbeflächen sie betreuen), die sie im Werbemarkt anbieten.

Die für Nordrhein-Westfalen recherchierten Vermarkter sind auf den ersten Blick auf die jeweiligen Mediengattungen mit ihren Online-Erweiterungen spezialisiert. Online-Vermarktung lässt sich aber generell schwer auf die Grenzen eines Bundeslandes eingrenzen. Grob lassen sie sich clustern in

- Vermarkter im Bereich Radio
- Vermarktungstöchter von Einzelverlagen
- Vermarktungsk Kooperationen von Verlagen
- Größere Vermarkterfusionen, nationale Vermarkter
- Plattformen/plattformorientierte Vermarkter

Die Radiosender haben eigene Vermarktungsgesellschaften, die einzelne Sendegebietskombinationen vermarkten. Hier sind die radio NRW GmbH und die Werbegesellschaft für privaten Rundfunk zu nennen.

Im Bereich der Vermarktung von Verlagen (und eben auch ihrer Online-Angebote) vermarkten einzelne Verlage ihre Angebote selbst (wie z. B. Aschendorff, Lensing, Boll oder Altmeyden) oder auch über diverse Titel und Kanäle wie Funke Media Sales oder DuMont-Regionmedienholding).

Zusammenschlüsse von Vermarktern im Bereich der Verlage sind ebenfalls aktiv. Hier ist beispielsweise die Score-Media-Group GmbH & Co. KG oder (bis zur Fusion mit Ströer) die Online Marketing Service GmbH & Co. KG (OMS) zu nennen.

Auf bundesweite Leitmedien ist der Vermarkter iq digital mit Sitz in Düsseldorf spezialisiert, ein Gemeinschaftsunternehmen des Verlags der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Handelsblatt Media Group, des Verlags der Süddeutschen Zeitung und der Zeit Verlagsgruppe.

Als große Vermarkterfusion (mit bundesweiter Aktivität) ist der Zusammenschluss von Ströer (Köln) mit OMS (Bonn) und MediaInteractiv (Berlin) zu nennen, der vom Bundeskartellamt bereits im Jahr 2015 genehmigt wurde, weil den Werbekunden weiterhin „hinreichende Ausweichalternativen zur Verfügung“ stünden (Bundeskartellamt, 2015). Die AdAlliance (mit einem Standort in Düsseldorf) ist ein Zusammenschluss von IP Deutschland (die als Fernsehvermarkter von RTL ihren Sitz in Köln haben), Gruner + Jahr (G+J) e|MS, SPIEGEL Media, smartclip und Media Impact und agiert national wie international.

Im Bereich der Plattformen kommt Google und Facebook eine gewichtige Rolle zu, deren Angebote (Advertisement (Ads), Search engine optimization (SEO), Search engine advertising

(SEA)) zusätzlich von großen Vermarktern angeboten werden. Hinzu kommen national spezialisierte Vermarkter (wie glomex im Bereich Video oder plista im Bereich „Native Advertising“) sowie international auf „Publisher“ spezialisierte Vermarkter wie teads, die damit weit über Nordrhein-Westfalen hinausweisen.

Aufgrund der hohen Bedeutung der Vermarkter befasst sich auch das Bundeskartellamt mit dem diesem Markt und blickt besonders auf Plattformanbieter: „Auf der anderen Seite stehen die oft diskutierten, vielfach als „Walled Garden“ wahrgenommenen Angebote der großen Akteure mit ihrer augenscheinlich hohen Marktbedeutung gerade in einem gewissen Spannungsverhältnis zu einem Ökosystem vielgestaltiger und offener technischer Dienstleistungen von unterschiedlichen Anbietern. Auch Verhaltensweisen einzelner Anbieter in Reaktion auf dieses Spannungsverhältnis könnten unter dem Gesichtspunkt der Abschottung von wettbewerblichem Interesse sein. Wettbewerblich bedeutsam erscheint nicht zuletzt auch die Frage des Zugangs zu und der Verarbeitung von Daten, die für Online-Werbung – insbesondere zur Zielgruppenaussteuerung – von großer Bedeutung sind.“ (Bundeskartellamt, 2018, S. 27).

### **9. Wie bewertet die Landesregierung die Antwort auf Frage 8 bezüglich der Vermarkter-Konzentration?**

Es zeigt sich im Medienmarkt eine Tendenz zu einer verstärkten Kooperation und Zusammenführung der Vermarktung.

Belege dafür sind die in Antwort zu Frage 8 beschriebenen Verbünde OMS/Ströer, Ad Alliance (u. a. Bertelsmann, Axel Springer) oder iq digital (Online-Angebote von Leitmedien wie [handelsblatt.com](http://handelsblatt.com), [faz.net](http://faz.net), [sueddeutsche.de](http://sueddeutsche.de), [zeit.de](http://zeit.de)).

Dies geht einerseits einher mit einer verstärkten Nachfrage nach crossmedialer und breiter Werbeschaltung, die Medienverbünde besser bedienen können als einzelne Medienmarken.

Auf der anderen Seite sind die Publisher auf den Werbemärkten inzwischen einem erheblichen Wettbewerbsdruck durch Plattformen wie Facebook und Google ausgesetzt, die hohe Werbeerlöse erzielen, ohne selbst Inhalte zu publizieren.

Das Bundeskartellamt hat bei der Übernahme von OMS durch Ströer entschieden, dass eine „erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs nicht zu erwarten sei“ und dass für Werbekunden noch „hinreichende Ausweichalternativen“ bestehen (Bundeskartellamt, 2015). Der Landesregierung liegen keine Hinweise vor, die dem mit Blick auf den Online-Medienmarkt in Nordrhein-Westfalen entgegenstehen.

Entscheidend wird es sein, in Zukunft die Plattformen viel stärker als Vermarkter wahrzunehmen, auch wenn sie eigentlich keine Inhalte zur Vermarktung bereitstellen. Denn „Ein erheblicher Teil der Werbegelder in digitalen Medien hat sich heute zu Google und Facebook und damit zu branchenfremden Akteuren verlagert, deren Kerngeschäft nicht mehr mit der Investition in die teure Produktion journalistischer Inhalte verbunden ist.“ (Wellbrock & Buschow, 2020, S. 12)

**10. Welche Rolle spielen auswärtige sowie nicht-deutschsprachige Online-Medienangebote und deren Anbieter in Nordrhein-Westfalen, welche Marktanteile halten sie, und wie haben sich ihre Reichweiten seit 2014 entwickelt? (Bitte jährliche Entwicklung auflisten.)**

Eine umfassende Einordnung aller in Deutschland und Nordrhein-Westfalen abrufbaren auswärtigen sowie nicht-deutschsprachigen Online-Medienangebote ist im Rahmen dieser Antwort nicht möglich. Was auswärtige Online-Medienangebote genau meint, bleibt unklar.

Im Kontext der Frage 10 sowie der nachfolgenden Frage 11 betrachten wir als auswärtige Angebote solche, die von Medienunternehmen außerhalb Deutschlands herausgegeben werden, aber nicht zwingend fremdsprachig sein müssen. Ein Beispiel wäre die deutschsprachige Ausgabe [hurriyet.de](http://hurriyet.de) von der Demirören Holding.

Um eine bestmögliche Annäherung an fremdsprachige sowie auswärtige Online-Angebote zu schaffen, wurden drei Schritte unternommen:

- (1) Es wurden alle Angebote, die im Rahmen der **deutschsprachigen Recherche** ermittelt und inhaltsanalytisch untersucht wurden, darauf überprüft, ob sie auch nicht-deutschsprachige Inhalte veröffentlichen.
- (2) Für **Türkisch** (als die am häufigsten verwendete Fremdsprache in vorwiegend nicht Deutsch sprechenden Haushalten in Nordrhein-Westfalen) wurden breite Recherchen nach fremdsprachigen Angeboten durchgeführt.
- (3) Ebenso wurde für **Russisch** eine intensive Recherche durchgeführt. Die russische folgt der türkischen Sprache als die am zweithäufigsten genutzte Fremdsprache in vorwiegend nicht Deutsch sprechenden Haushalten.

Zu (1):

Bei der inhaltsanalytischen Detailbetrachtung wurden die im Rahmen der deutschsprachigen Recherche insgesamt ermittelten 344 Online-Medienangebote dahingehend untersucht, ob diese auch nicht-deutschsprachige Inhalte aufweisen, und/oder ob diese Angebote komplett fremdsprachig sind. Die Ergebnisse zeigen, dass nur vereinzelt (6) nicht-deutschsprachige Inhalte innerhalb der Angebote zu finden sind. Zu diesen Angeboten zählen hauptsächlich Online-Only sowie Online-Angebote von Tageszeitungen und anderen Printmedien.

Gefunden wurden drei Angebote mit Beiträgen in englischer Sprache ([vivid-magazin.de](http://vivid-magazin.de), [kunstbar.de/home/tag/Düsseldorf](http://kunstbar.de/home/tag/Düsseldorf) und [general-anzeigerbonn.de](http://general-anzeigerbonn.de)). Ein Angebot stellt Beiträge auf Niederländisch zur Verfügung ([muenster-journal.de](http://muenster-journal.de)). Zudem konnte ein Angebot recherchiert werden, auf dem die Texte maschinell in verschiedene Sprachen übersetzt werden ([madeinbocholt.de](http://madeinbocholt.de)). Darüber hinaus bietet das Angebot COSMO des WDR ebenfalls Beiträge in diversen Sprachen an.

**Tab. 10.1. Nicht-deutschsprachige Online-Medienangebote**

Online-Angebote	Nicht-deutschsprachige Inhalte		
	abs.	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	1	2%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	0	0%
Online-Angebote des WDR	8	1	13%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	0	0%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	1	1%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	3	2%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>6</b>	<b>2%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Zu (2):

Im Anschluss an die Inhaltsanalyse der deutschsprachigen Angebote wurde gezielt nach türkischen Angeboten recherchiert. Dabei wurden verschiedene Begriffe wie Nachrichten (übersetzt auf Türkisch: Haberler) in Kombination mit Nordrhein-Westfalen sowie verschiedenen Gebietskörperschaften (analog zur Stichprobe sowie zusätzlichen Orten mit besonders hohem Anteil an Personen mit türkischem Migrationshintergrund wie in Duisburg) in der türkischsprachigen Version von Google ([google.com.tr](https://www.google.com.tr)) eingegeben.

In Deutschland und in Nordrhein-Westfalen sind eine Vielzahl türkischer sowie türkischsprachiger Medien von Bedeutung. Dies ist angesichts der hohen Zahl Türkisch sprechender Personen in Nordrhein-Westfalen nachvollziehbar. Nach Informationen des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen sprechen 2,1 Mio. Menschen in Nordrhein-Westfalen im Haushalt vorwiegend eine andere Sprache als Deutsch. Davon wird die türkische Sprache mit Abstand am häufigsten verwendet (24,0 Prozent, entsprechen 509 Tsd. Personen) (Landesbetrieb IT.NRW, 2020).

In Deutschland sind mehrere türkischsprachige Online-Angebote ansässig, zum Beispiel die Online-Medienangebote Türkiye ([turkiyegazetesi.de](https://www.turkiyegazetesi.de)) sowie Post Aktüel ([postaktuel.com](https://www.postaktuel.com)). Beide werden herausgegeben von der Medien-Holding İhlas, die der regierenden Justice and Development Party (AKP) nahesteht. Deutscher Sitz beider Ausgaben ist Mörfelden-Walldorf im Rhein-Main-Gebiet. Ebenfalls in Mörfelden-Walldorf hat das deutschsprachige Online-Angebot [hurriyet.de](https://www.hurriyet.de) seinen Sitz, das mit der gleichnamigen Zeitung verbunden ist. Das Angebot gehört zur türkischen Demirören Holding, die ebenfalls der AKP nahesteht und verschiedene Medien aus der früheren Dogan Media Group übernommen hat. Daneben bestehen weitere türkischsprachige Angebote in Deutschland, wie die Seite [ahaber.de](https://www.ahaber.de) aus Duisburg oder [nrwgundem.de](https://www.nrwgundem.de) aus Dortmund sowie vereinzelt lokal, beziehungsweise eher regional, ausgerichtete Angebote, wie [ozturk.de](https://www.ozturk.de) aus Bielefeld oder [lokalbakis.com](https://www.lokalbakis.com) aus Moers. Mit dem Deutsch-Türkischen Verhältnis beschäftigt sich das Deutsch-Türkische Online-Journal [DTJ-Online.de](https://www.dtj-online.de) aus Köln, das in deutscher Sprache erscheint und Verbindungen zur Gülen-Bewegung aufweist. Daten über die Reichweite und Nutzung dieser Angebote liegen nicht vor. Der Aktualisierungsgrad vieler, gerade regionaler Angebote deutet aber auf eine weniger bedeutsame Rolle dieser Online-Medien hin.

Zusätzlich bestehen auch türkische Online-Angebote in deutschen Medien. So ist in Nordrhein-Westfalen ein öffentlich-rechtliches Angebot der Deutschen Welle in türkischer Sprache ([dw.com/tr/](http://dw.com/tr/)) nutzbar. Hinzu kommt das Online-Angebot von COSMO, einem Gemeinschaftsprogramm von WDR, Radio Bremen und dem Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB), zur türkischsprachigen Sendung Köln Radyosu<sup>3</sup>. Als Marke des Recherchezentrums CORRECTIV mit Sitz in Essen erscheint [ozguruz.de](http://ozguruz.de) des Journalisten Can Dündar.

Vereinzelt erscheinen zudem in überregionalen Online-Medienangeboten Inhalte auf Türkisch. Im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 wurden türkischsprachige Informationen auf dem Online-Angebot des Wochenmagazins Spiegel<sup>4</sup> veröffentlicht. Darüber hinaus erscheinen zweisprachige Serien über die Situation in der Türkei auf Türkisch und auf Deutsch von Bülent Mumay in der Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) sowie im Online-Angebot faz.net<sup>5</sup> und von Can Dündar in der Wochenzeitung Die Zeit sowie auf Zeit Online<sup>6</sup>.

Neben den genannten türkischsprachigen Online-Medien, die in Deutschland erscheinen, ist davon auszugehen, dass auch türkischsprachige Online-Medien, die in der Türkei erscheinen, in Deutschland intensiv genutzt werden. So führt die Suche in türkischer Sprache von Deutschland aus häufig zu Angeboten, die in der Türkei ansässig sind. In diesen türkischen Medien wird über Deutschland, speziell über Nordrhein-Westfalen, regelmäßig berichtet, wie Stichproben vermuten lassen. Möglicherweise besteht aufgrund der vielen Personen mit türkischem Migrationshintergrund ein hohes Interesse an Themen aus Nordrhein-Westfalen.

Über die genaue Nutzung und Reichweite der türkischsprachigen Angebote aus dem Ausland liegen nur annäherungsweise Informationen vor. In den frei verfügbaren weltweiten Nutzungsdaten der Plattform Similar Web zeigt sich, dass die drei reichweitenstärksten türkischsprachigen Online-Medien Sabah ([sabah.com.tr](http://sabah.com.tr)), Hürriyet ([hurriyet.com.tr](http://hurriyet.com.tr)) sowie Milliyet ([milliyet.com.tr](http://milliyet.com.tr)) zu einem Anteil von ein bis drei Prozent auch in Deutschland genutzt werden. Dies ist quantitativ insoweit beachtenswert, da die Angebote jeweils über 100 Millionen Visits pro Monat aufweisen, so die Schätzung von Similar Web<sup>7</sup> für November 2020.

Die reichweitenstarken Online-Nachrichtenangebote in der Türkei sind eng mit den auflagenstarken gedruckten Medien verbunden und weisen eine deutliche Nähe zur türkischen Staatsführung auf.

Dagegen steht durchaus eine Breite an türkischsprachigen Angeboten, die sich kritisch mit der Situation in der Türkei auseinandersetzen. Diese Online-Medien haben ihren Sitz häufig außerhalb der Türkei und werden mutmaßlich auch in Deutschland genutzt. Zu nennen ist beispielsweise das Angebot [ahvalnews.com](http://ahvalnews.com) des in den USA lebenden Journalisten İlhan Tanır, das in türkischer, englischer und arabischer Sprache erscheint. Das türkischsprachige Online-Angebot [samanyoluhaber.com](http://samanyoluhaber.com), das der Gülen-Bewegung nahesteht, berichtet sowohl über die Türkei als auch regelmäßig über Ereignisse in Deutschland.

---

<sup>3</sup> Das Online-Angebot von Köln Radyosu ist zu finden unter:

<https://www1.wdr.de/radio/cosmo/programm/sendungen/koeln-radyosu/index.html>

<sup>4</sup> Die Journalistinnen Ferda Ataman und Nalan Şipar haben auf [spiegel.de](http://spiegel.de) von März bis Juni 2020 ein türkischsprachiges Video-Update zu Corona veröffentlicht: <https://www.spiegel.de/kultur/corona-news-auf-tuerkisch-warum-es-das-angebot-beim-spiegel-gibt-a-4d4d90ed-91e9-42d3-a218-74cb41932e89>

<sup>5</sup> Die Serie „Brief aus Istanbul“ von Bülent Mumay ist zu finden unter:

<https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/brief-aus-istanbul/>

<sup>6</sup> Die Serie „Meine Türkei“ von Can Dündar ist zu finden unter: <https://www.zeit.de/serie/meine-tuerkei>

<sup>7</sup> Die Daten von Similar Web basieren nicht auf präzisen Messungen, sondern schätzen die Internetnutzung verschiedener, insbesondere reichweitenstarker Seiten auf Basis unterschiedlicher Quellen. Die Daten für Sabah (und analog für Hürriyet und Milliyet) sind hier aufzufinden:

<https://www.similarweb.com/website/sabah.com.tr/#overview>



Zu (3):

Analog zur türkischsprachigen Recherche wurden gezielt Begriffe wie Nachrichten (новости) oder Zeitung (Газета) mit Nordrhein-Westfalen und den verschiedenen Gebietskörperschaften in der russischsprachigen Version von Google ([google.ru](http://google.ru)) sowie in der Suchmaschine Yandex ([yandex.ru](http://yandex.ru)) kombiniert.

Den Ergebnissen nach zeigt die russischsprachige Medienlandschaft, die in Nordrhein-Westfalen genutzt wird, deutliche Parallelen zur türkischsprachigen.

So gibt es mehrere in Deutschland ansässige Verlage, die neben Print-Ausgaben auch Online-Portale herausbringen. Aus Nordrhein-Westfalen sind zu nennen der Verlag MedienHaus aus Dortmund, der neben der monatlich erscheinenden Zeitschrift „Partner“ auch ein dazugehöriges Online-Angebot ([partner-inform.de](http://partner-inform.de)) betreibt sowie die Zeitschrift Neue Semljaki (übersetzt: Aussiedler) nebst Online-Angebot ([neue-semljaki.de](http://neue-semljaki.de)) aus Paderborn. Weitere Verlage mit ähnlichen Presse- und Online-Angeboten sind auch im Rhein-Main-Gebiet (LTC Media Verlag) sowie in Berlin (ReLine Verlag) zu finden. Daten über die Reichweite und Nutzung liegen nicht vor. Die Online-Angebote weisen insoweit Ähnlichkeiten auf, dass meist deutlich das Printprodukt im Vordergrund steht (und weniger die Online-Berichterstattung) und sich das Angebot eher an eine ältere Zielgruppe oder explizit an Zugewanderte richtet.

Reine russischsprachige Online-Medienangebote aus Nordrhein-Westfalen sind kaum zu finden oder eher von kommerziellen Interessen geprägt, wie zum Beispiel das Angebot [koeln24.ru](http://koeln24.ru) mit Schwesterportalen für Düsseldorf und Essen. Häufiger sind hingegen eher absenderorientierte Angebote der in Nordrhein-Westfalen ansässigen russisch-orthodoxen Kirchen aufzufinden.

Analog zu türkischsprachigen Online-Angeboten in deutschen Medien aus Nordrhein-Westfalen bestehen auch russischsprachige. Zu nennen sind wiederum das Angebot der Deutschen Welle ([dw.com/ru/](http://dw.com/ru/)) und von COSMO die Sendung Radio Po-Ruski<sup>8</sup>, beide in russischer Sprache. Zu erwähnen ist noch das gemeinnützige Online-Angebot Dekoder ([dekoder.org](http://dekoder.org)), das Stimmen von unabhängigen Medien und Journalisten aus Russland zweisprachig in Deutsch und Russisch publiziert, und sich durch Spenden und Zuwendungen von Stiftungen finanziert. Dem russischen Staat hingegen sehr nah steht das mehrsprachige Online-Angebot des russischen Auslandsfernsehen Russia Today (RT) (in Deutsch: [de.rt.com](http://de.rt.com); in Russisch: [russian.rt.com](http://russian.rt.com)), dessen deutsche Redaktion ihren Sitz in Berlin hat. Gleiches gilt für das Angebot [snanews.de](http://snanews.de) (früher Sputnik News) des russischen Auslandsrundfunks Rossiya Segodnya.

Auch bei der russischsprachigen Recherche fiel auf, dass die Suchmaschinen vielfach zu Online-Angeboten aus Russland führten, die durchaus regelmäßig über Ereignisse aus Nordrhein-Westfalen berichten. So besteht ebenfalls die Vermutung, möglicherweise gestärkt durch die Verbreitung in sozialen Netzwerken und eine gute Auffindbarkeit in Suchmaschinen, dass viele Personen mit russischem Migrationshintergrund Online-Angebote direkt aus Russland aufrufen.

Über die genaue Nutzung und Reichweite der reichweitenstarken, russischsprachigen Angebote aus dem Ausland können zumindest annäherungsweise Informationen über die Plattform Similar Web ermittelt werden. So erreichen die reichweitenstärksten Plattformen wie [rambler.ru](http://rambler.ru) oder Online-Nachrichtenangebote wie [lenta.ru](http://lenta.ru) oder [ria.ru](http://ria.ru), die allesamt dem russischen Staat nahestehen, jeweils mehr als 100 Millionen Visits pro Monat nach

---

<sup>8</sup> Das Online-Angebot von Radio Po-Ruski ist zu finden unter: <https://www1.wdr.de/radio/cosmo/programm/sendungen/radio-po-ruski/index.html>



Schätzungen vor Similar Web für Dezember 2020<sup>9</sup>. Davon stammen jeweils ein bis drei Prozent aus Deutschland. Ebenfalls in Deutschland genutzt (allerdings mit geringerer Gesamtreichweite) wird das unabhängige, russische Online-Angebot [novayagazeta.ru](https://www.novayagazeta.ru) der gleichnamigen Zeitung „Novaya Gazeta“, die für eine kritische und unabhängige Berichterstattung aus Russland bekannt ist (ndr.de, 2019). Ein weiteres unabhängiges und auch in Deutschland genutztes Online-Medienangebot ist [meduza.io](https://www.meduza.io) mit Sitz in Lettland, für das Teile der früheren Redaktion von [lenta.ru](https://www.lenta.ru) schreiben. Von hoher Bedeutung könnten ferner russischsprachige YouTube-Kanäle sein, insbesondere auch solche, die sich kritisch mit der russischen Staatsführung auseinandersetzen. So kommt der YouTube-Kanal von Alexei Nawalny auf 4,82 Mio. Abonnenten.<sup>10</sup>

### **11. Welche Online-Medienangebote werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen genutzt?**

In der Beantwortung der letzten Großen Anfrage zur Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen wurde skizziert, dass leider keine umfangreichen Daten zur Nutzung von Online-Medienangeboten durch Migrantinnen und Migranten vorliegen (hierzu wird auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 71, Seite 298), LT-Drs. 17/8469). Bekannt ist lediglich, dass die Mehrheit aller Personen mit Migrationshintergrund regelmäßig deutsche Medien nutzt. Diese Angaben stammen allerdings aus dem Jahr 2011 und wurden auch in der Großen Anfrage 22 thematisiert (ebd.) (hierzu wird auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 verwiesen (Frage 67, S. 166-168), LT-Drs. 16/14296).

Aktuell lässt sich zu dieser Thematik eine im letzten Jahr durchgeführte Studie des WDR anführen, in der die Mediennutzung junger Menschen zwischen 20 und 40 Jahren mit Zuwanderungsgeschichte untersucht wurde (vgl. Simon, Krtalic & Kloppenburg, 2020). Mittels eines zweistufigen Vorgehens (Publikumsgespräch und Online-Befragung) zeigte sich, dass attraktive digitale Angebote essenziell sind, um Menschen mit Migrationshintergrund zu erreichen. In der inhaltlichen Nutzung zeigen sich viele Analogien zu bevölkerungsrepräsentativen Studien: So dominieren auch bei Menschen mit Zuwanderungsgeschichte soziale Medien wie WhatsApp, YouTube und Instagram sowie Streaming-Angebote wie Netflix. Ebenfalls häufig genutzt werden Nachrichten-Apps. Innerhalb der untersuchten Altersgruppe zeigen sich signifikante Unterschiede. 20-29-Jährige nutzen deutlich häufiger Web- und Social-Media-Dienste zur Orientierung als klassische Medien wie Fernsehen oder Radio.

---

<sup>9</sup> Die Daten für Rambler (und analog für Lenta und Ria) sind hier aufzufinden: <https://www.similarweb.com/website/rambler.ru/#overview>

<sup>10</sup> Der YouTube-Kanal von Alexei Nawalny ist unter folgender URL zu finden: <https://www.youtube.com/channel/UCsAw3WynQJMm7tMy093y37A>

**Tab. 11.1 Stammnutzer ausgewählter Medienangebote (in %)**

	gesamt	Geschlecht		Alter		Bildung		Geburtsland	
		männlich	weiblich	20-29	30-40	gering/mittel	hoch	Deutschland	Anderes Land
		n=170	n=305	n=274	n=201	n=125	n=339	n=264	n=211
WhatsApp	92	92	93	94	90	87	94	91	94
YouTube	78	84	73	83	72	78	79	80	76
Video-Streamingdienste	67	66	68	75	56	63	68	75	57
Fernsehen	62	56	68	56	71	68	60	62	62
Instagram	62	56	67	69	51	54	64	65	57
Nachrichten-Apps	56	61	52	57	54	53	57	60	52
Facebook	54	50	58	54	54	53	54	54	54
Audio-Streamingdienste	53	52	54	60	43	42	57	59	46
Webportale/ Nachrichtenseiten	48	47	49	44	53	47	49	51	45
Radio	46	44	48	37	59	44	46	46	46
Mediatheken	31	30	31	30	32	32	30	31	30
Snapchat	26	31	22	32	17	22	27	32	19
Audiotheken	23	28	19	23	25	26	23	27	19
Twitter	21	28	14	25	16	10	25	26	15
Tageszeitung	21	25	16	17	26	19	21	20	21
Zeitschriften/ Wochenzeitung	20	24	16	15	26	15	22	18	22
Podcasts	19	21	17	19	20	16	21	20	17

Basis: 475 Befragte mit Zuwanderungsbiografie, 20 bis 40 Jahre

Frage: Wie häufig nutzen Sie im Allgemeinen in einer Woche – also an den 7 Tagen von Montag bis Sonntag – die folgenden Medien und Plattformen? Bitte denken Sie auch an Angebote, die nicht aus Deutschland kommen. Quelle: mindline media, Onlinebefragung in Nordrhein-Westfalen. Untersuchungszeitraum 23.9.-21.10.2019. Nutzung an 4-7 Tagen pro Woche, in %; Abbildung von: Simon, Krtalic & Kloppenburg, 2020, S. 449

Der WDR teilt auf Anfrage mit, dass es sich bei der Befragung im Online-Panel um eine nicht-repräsentative Studie handelt und dass für die Berechnung der Gesamtergebnisse ein Geschlechterverhältnis von jeweils 50 Prozent Frauen und Männern angesetzt wurde.

In Bezug auf Radiosender ist 1Live der favorisierte Sender, gefolgt von Radio NRW und WDR2, im Bereich Bewegtbild ist RTL führend vor Pro7 gemeinsam mit Streamingdiensten (Simon, Krtalic, Kloppenburg, 2020, S. 449).

Medien aus den jeweiligen Herkunftsländern werden von den Befragten parallel oder als Ergänzung zu deutschsprachigen Angeboten verwendet, um v. a. bei „kontroversen Themen und besonderen Ereignislagen [...] das Informationsspektrum zu erweitern, Informationen zu validieren und andere Perspektiven der Einordnung und Bewertung zu erhalten.“ (ebd.)

Im Hinblick auf die Nutzung von Online-Angeboten (Webseiten, Apps und soziale Netzwerke) zeigt sich, dass vorrangig Nachrichten aus Deutschland genutzt werden, ebenso solche aus dem eigenen Bundesland oder der Region.

**Tabelle 11.2 Genutzte Inhalte auf Webseiten, in Apps oder in den sozialen Medien (in %)**

	gesa mt	Geschlecht		Alter		Bildung		Geburtsland	
		männ -lich	weib -lich	20- 29	30- 40	gerin g/mitt el	hoc h	Deutsc h-land	andere s Land
		n=17 0	n=30 5	n=27 4	n=2 01	n=125	n=3 39	n=264	n=211
Wetter und Verkehr	76	68	83	71	83	81	74	74	78
Musik	72	72	72	72	72	74	71	72	72
Unterhaltung, Comedy	68	68	68	71	63	69	67	71	65
Wissen, Wissenschaft	64	68	60	62	67	56	68	63	65
Kochen/Rezepte	63	53	72	58	69	59	64	61	65
Freizeit/Veranstaltungstipps	60	59	61	57	65	54	62	59	62
Internet, Gaming, Digitale Themen	59	72	46	62	54	60	58	62	56
Reise und Urlaub	59	56	61	55	65	54	61	56	62
Mode, Styling, Beauty	57	46	68	55	60	54	58	57	56
Kultur	57	57	56	54	60	55	57	56	57
Politik	54	61	47	52	57	46	58	55	53
Beruf und Ausbildung	54	56	51	54	53	50	55	51	58
Sport	52	69	34	56	45	48	53	55	47
Heimwerken/Basteln/Selbermachen	46	42	49	42	51	48	45	44	48
Prominente, Stars, Lifestyle	44	39	48	46	41	45	43	46	41
Wirtschaft und Börse	34	44	25	31	39	28	37	33	37

Basis: 475 Befragte mit Zuwanderungsbiografie, 20 bis 40 Jahre

Quelle: mindline media, Onlinebefragung in Nordrhein-Westfalen, Untersuchungszeitraum 23.9.-21.10.2019. Angabe von „nutze ich häufig/gelegentlich“ in %, ebd. S. 450

Der WDR teilt auf Anfrage mit, dass es sich bei der Befragung im Online-Panel um eine nicht-repräsentative Studie handelt und dass für die Berechnung der Gesamtergebnisse ein Geschlechterverhältnis von jeweils 50 Prozent Frauen und Männern angesetzt wurde.

Großes Vertrauen genießen bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund generell öffentlich-rechtliche Sender, hier liegen der WDR (66%), das ZDF (66%) und die ARD (63%) vorne. Dahinter folgen – mit größerem Abstand – die sozialen Medien YouTube (48%), Instagram (33%), Facebook (30%) und Twitter (22%) sowie die privaten (RTL, 38%) bzw. boulevardesken Angebote (Bild, 30%) (ebd. S. 451). Es zeigt sich, dass soziale Medien vorrangig zur Identifikation und weniger zur klassischen Information genutzt werden – in den Aspekten Nähe, Interaktion, direkte Kommunikation und Erlebniswelt können klassische Medien für diese Zielgruppe nicht mehr mithalten (ebd.).

Insgesamt zeigt sich, dass junge Menschen v. a. nach attraktiven Online-Angeboten suchen, die „authentische Geschichten, welche die Lebenswirklichkeit abbilden“ (ebd. S. 456-457) und die Themen Einwanderung und Migration aus verschiedenen Blickwinkeln darstellen. Hierbei genießen öffentlich-rechtliche Angebote das größte Vertrauen.

**12. Welche Bedeutung haben Online-Medienangebote, Online-Anbieter und deren Vermarkter aus Nordrhein-Westfalen außerhalb von Nordrhein-Westfalen? Wie hat sich deren Engagement außerhalb von Nordrhein-Westfalen seit 2014 entwickelt?**

Die Online-Medienangebote, die in Nordrhein-Westfalen herausgegeben werden und auch über Nordrhein-Westfalen hinaus eine besondere Bedeutung (bundesweit oder in angrenzenden Bundesländern) haben sowie die wichtigsten Anbieter mit Sitz in Nordrhein-Westfalen und überregionalem Tätigkeitsfeld, können in drei Gruppen zusammengefasst werden:

- (1) Online-Angebote von Verlagen
- (2) Überregionale Online-Angebote von Fernsehsendern der in Köln ansässigen Mediengruppe RTL Deutschland GmbH
- (3) Überregionale öffentlich-rechtliche Online-Angebote

Nicht näher eingegangen wird auf das Angebot [t-online.de](http://t-online.de), das zwar zum börsennotierten Unternehmen Ströer SE & Co. KGaA mit Hauptsitz in Köln gehört: Die verlegerischen Aktivitäten von Ströer sind aber beim Tochterunternehmen Ströer Digital Publishing GmbH in Frankfurt gebündelt und die Redaktion von [t-online.de](http://t-online.de) ist im Tochterunternehmen Ströer News Publishing GmbH in Berlin ausgliedert.

Zu (1):

Als bedeutende überregionale Online-Angebote mit Sitz in Düsseldorf sind die in der Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG erscheinenden Online-Angebote [handelsblatt.com](http://handelsblatt.com) sowie [wirtschaftswoche.de](http://wirtschaftswoche.de) zu nennen. Die Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG gehört dem Verleger Dieter von Holtzbrinck (DvH Medien). Die digitalen Produkte der Verlagsgruppe werden von dem auf Leitmedien spezialisierten Vermarkter iq digital GmbH mit Sitz in Düsseldorf vermarktet, ein Gemeinschaftsunternehmen des Verlags der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH, der Handelsblatt Media Group GmbH, des Verlags der Süddeutsche Zeitung GmbH und der Zeit Verlagsgruppe.

Daneben ist die Funke Mediengruppe GmbH & Co. KGaA mit Sitz in Essen als Inhaber verschiedener Tageszeitungen außerhalb Nordrhein-Westfalens mit entsprechenden Online-Angeboten zu nennen. Diese Aktivitäten der Funke Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

außerhalb von Nordrhein-Westfalen sind ausführlich in der Antwort auf die Große Anfrage 13 beschrieben (Große Anfrage 13, Frage 7, S. 36-38).

Weiterhin hält die Rheinische Post Mediengruppe (Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH mit Sitz in Düsseldorf) Anteile an Tageszeitungen im Saarland (Saarbrücker Zeitung) sowie in Rheinland-Pfalz (Trierischer Volksfreund, Pfälzischer Merkur), zu denen auch Online-Angebote gehören. Auf die Verlagsgruppe wird in der Antwort auf die Große Anfrage 13 näher eingegangen (Große Anfrage 13, Frage 7, S. 44-45).

Abschließend sei noch auf diejenigen Tageszeitungen (mit entsprechenden Online-Angeboten) verwiesen, deren Verbreitungsgebiet über die Landesgrenze hinausreicht, wie die Siegener Zeitung (Altenkirchen) und der General-Anzeiger aus Bonn (Ahrweiler/Neuwied). Dies wird ebenfalls in den o. g. Antworten auf die Große Anfrage 13 beschrieben (Große Anfrage 13, Frage 7, S. 35). Es wird hierin auf die Bedeutung der Tageszeitungen eingegangen, deren Verbreitungsgebiete über Nordrhein-Westfalen hinausreichen.

Zu (2):

Die digitalen Angebote der privaten Mediengruppe RTL Deutschland GmbH sind insbesondere bei der Tochterfirma RTL Interactive zusammengefasst, die Angebote zu Sendern wie RTL ([rtl.de](http://rtl.de)) und VOX ([vox.de](http://vox.de)) sowie zu den Themen Prominente ([vip.de](http://vip.de)) und Sport ([sport.de](http://sport.de)) werden gemeinsam mit der Heimspiel Medien GmbH & Co. KG aus Münster) bereitgestellt. RTL Interactive bündelt die Videoinhalte im Streaming-Dienst TVNOW. Das Angebot hat nach Informationen von medienkorrespondenz.de inzwischen 800.000 Abonnenten und will diese deutlich ausbauen (Nünning, 2020). Seit April 2020 bietet TVNOW ein zusätzliches Abonnement „Premium Plus“ an. Kostenfrei und werbefinanziert können einzelne Sendungen bis zu sieben Tage nach ihrer Ausstrahlung abgerufen werden.

Zur Mediengruppe RTL gehört auch der Sender n-tv. Dessen Online-Angebot wird von der Firma Nachrichtenmanufaktur in Berlin erstellt.

Vermarktet werden die Online-Angebote wie auch die Fernsehsender von der RTL-Tochter IP Deutschland GmbH. Die IP Deutschland GmbH hat sich 2016 mit dem Tochterunternehmen smartclip Europe GmbH sowie G+J eMS (G+J Electronic Media Sales GmbH) in der Ad Alliance GmbH zusammengeschlossen, wo insbesondere Inhalte des Bertelsmann-Konzerns gattungsübergreifend vermarktet werden. Weiteres Mitglied ist die Vermarktungseinheit Spiegel Media der Hamburger Wochenzeitschrift. Mit Beginn des Jahres 2021 baut auch die Vermarktungstochter der Axel Springer SE ihre Kooperation mit der Ad Alliance aus.

Zu (3):

Zu den überregionalen öffentlich-rechtlichen Online-Angeboten mit Sitz in Nordrhein-Westfalen gehören diejenigen des Deutschlandradios, der Deutschen Welle und des WDR.

Das Online-Angebot des Deutschlandradios teilt sich gemäß Telemedienkonzept (deutschlandradio.de, 2020) aus Oktober 2020 in folgende journalistische Webseiten auf: [Deutschlandfunk.de](http://Deutschlandfunk.de) und [Deutschlandfunkkultur.de](http://Deutschlandfunkkultur.de) und [Deutschlandfunknova.de](http://Deutschlandfunknova.de) als Online-Angebote der drei bundesweiten Hörfunkwellen (wobei Deutschlandfunk Nova nicht terrestrisch über Ultrakurzwelle (UKW) verbreitet wird) sowie die Seiten [nachrichtenleicht.de](http://nachrichtenleicht.de) mit Nachrichten in einfacher Sprache und [kakadu.de](http://kakadu.de) als Angebot für Kinder. Im Vergleich der Telemedienkonzepte 2010 mit 2020 lässt sich feststellen, dass die größten Entwicklungen und Veränderungen insbesondere die angebotenen Apps, die Präsenz in sozialen Medien und das Angebot auf Drittplattformen betreffen (deutschlandradio.de, o. D.a, o. D.b). Bei den begleitenden Angeboten zu den Hörfunkwellen sowie bei der Kinderplattform [kakadu.de](http://kakadu.de) sind

keine wesentlichen Veränderungen in der Ausrichtung sichtbar. Der Hauptsitz des Deutschlandradios ist Köln.

Die Deutsche Welle als Auslandsrundfunk mit Sitz in Bonn gibt unter [dw.com](http://dw.com) ein journalistisches Online-Angebot in 30 Sprachen heraus. Die Inhalte des Online-Angebots wurden auf die mobile Nutzung hin optimiert und verstärkt Bewegtbild integriert (dw.com, 2019). Onlinewerbung auf [dw.com](http://dw.com) wird von der Deutschen Welle selbst angeboten.

Der WDR mit Sitz in Köln produziert neben den Online-Angeboten, die auf Nordrhein-Westfalen ausgerichtet sind, wie [wdr.de](http://wdr.de) und die Angebote des Fernsehens sowie der Hörfunkwellen, auch überregionale Inhalte, die in den Online-Angeboten des ARD-Verbunds erscheinen. Vom WDR verantwortet wird das Online-Angebot [sportschau.de](http://sportschau.de), das die überregionale Sportberichterstattung der ARD bündelt. Zusätzlich ist im Telemedienkonzept (wdr.de, 2010) das Online-Angebot [einsfestival.de](http://einsfestival.de) genannt. Das programmbegleitende Angebot des Spartensenders One (vormals Einsfestival) ist inzwischen in die ARD Mediathek integriert.<sup>11</sup>

Mit Blick auf Vermarkter wie Ströer, AdAlliance (über IP mit Sitz in Köln) oder iq digital lässt sich festhalten, dass sie selbstverständlich auch außerhalb Nordrhein-Westfalens und national bzw. international tätig sind. Damit haben relevante Marktteilnehmer ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen, was insgesamt zur Stärkung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen beiträgt.

**13. Von wem – differenziert nach Alter, Bildung, Einkommen und Geschlecht – werden in Nordrhein-Westfalen Online-Medienangebote genutzt? Welche Veränderungen haben sich seit 2014 ergeben?**

In den Antworten gilt es zunächst zu differenzieren, in welchen Kontexten Online-Medienangebote genutzt werden. Je nachdem, ob informierende oder unterhaltende Medieninhalte gesucht werden, können ganz unterschiedliche Online-Angebote infrage kommen. Die Frage lässt offen, auf welche Themen sich die Nutzung von Online-Medienangeboten bezieht. Nach dem Kontext der Großen Anfrage geht die Landesregierung davon aus, dass zwei Themen von besonderer Relevanz sind, nämlich politische Informationen sowie lokale und regionale Themen.

Im Rahmen einer eigens für die Beantwortung dieser Großen Anfrage durchgeführten Befragung (ausführliche Beschreibung der Methodik im Anhang; aserto, 2020c) wurde erhoben, wie häufig sich die Teilnehmenden sowohl bezüglich der Politik als auch bezüglich lokaler und regionaler Themen informieren: Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung zeigen, dass sich jeweils fast 90 Prozent aller befragten<sup>12</sup> Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen regelmäßig (mindestens wöchentlich) sowohl über politische als auch über lokale/regionale Themen informieren (vgl. Tab. 13.1).

**Tab. 13.1 Informationsverhalten (mindestens wöchentlich)**

	Ja		Nein	
	abs.	in %	abs.	in %
Politisches Geschehen	954	91%	97	9%
Themen aus Ihrem Ort / Ihrer Region	910	87%	141	13%

<sup>11</sup> Die URL [one.ard.de](http://one.ard.de) wird weitergeleitet zu [ardmediathek.de/one](http://ardmediathek.de/one).

<sup>12</sup> Befragt wurden insgesamt 1.051 Personen.

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Fragen: Wie häufig informieren Sie sich über das politische Geschehen in den Medien?  
Wie häufig informieren Sie sich in Medien über folgende Themen? Themen aus Ihrem Ort / Ihrer Region

Mit den weiteren Fragen stellte sich heraus, dass für politische Informationen insbesondere drei Kategorien von Online-Medienangeboten von besonderer Relevanz sind:

- Kostenlose Online-Nachrichtenangebote von Zeitungen oder Magazinen (z. B. [spiegel.de](http://spiegel.de))
- Kostenpflichtige Online-Nachrichtenangebote, also Bezahlmodelle auf den Webseiten von Zeitungen oder Magazinen (z. B. Spiegel+)
- Kostenlose Online-Nachrichtenangebote bei Internet- oder E-Mail-Providern (z. B. [t-online.de](http://t-online.de), [web.de](http://web.de), [gmx.de](http://gmx.de))

In Tabelle 13.2 werden diese – differenziert nach Geschlecht, Alter, Bildung, Haushaltsnettoeinkommen und ländlichem/städtischem Raum – ausgewertet.

In den Ergebnissen zeigt sich, dass kostenlose Online-Nachrichtenangebote von Zeitungen und Magazinen für beide Themengebiete am häufigsten genutzt werden, wobei Männer sowie Personen mit formal höherer Bildung und einem höheren Einkommen deutlich überrepräsentiert sind.

Dasselbe gilt für kostenpflichtige Online-Nachrichtenangebote, wobei hier gerade Personen mittleren Alters zwischen 30 und 49 Jahren diese Inhalte von Bezahlangeboten besonders oft nutzen.

Bei den kostenlosen Angeboten der E-Mail-Provider (wie [t-online.de](http://t-online.de)) zeigen sich die Trends der kostenlosen Medienangebote nur in Ansätzen. Insgesamt ist die soziodemografische Verteilung etwas näher am Durchschnitt des Bundeslandes.

**Tab. 13.2 Wöchentliche Nutzung ausgewählter Online-Angebote zur politischen Information**

		Kostenpflichtige Online-Nachrichten- angebote, z. B. von Zeitungen oder Magazinen	Kostenlose Online-Nachrichten- angebote, z. B. von Zeitungen oder Magazinen	Kostenlose Online-Nachrichten- angebote bei einem Inter- oder E-Mail-Provider, z. B. <a href="http://t-online.de">t-online.de</a> , <a href="http://web.de">web.de</a> , <a href="http://gmx.de">gmx.de</a>
		In %	In %	In %
Gesamt		12	46	36
Geschlecht	Männlich	16	53	38
	Weiblich	9	40	34
Altersgruppen	16-29 Jahre	*10	39	28
	30-39 Jahre	*16	47	41
	40-49 Jahre	*17	48	39
	50-59 Jahre	*11	50	37
	60+ Jahre	11	46	37
Formale Bildung	Hauptschule/ Volksschule <sup>b</sup>	*8	31	29



		Kostenpflichtige Online-Nachrichten- angebote, z. B. von Zeitungen oder Magazinen In %	Kostenlose Online-Nachrichten- angebote, z. B. von Zeitungen oder Magazinen In %	Kostenlose Online-Nachrichten- angebote bei einem Inter- oder E-Mail-Provider, z. B. <a href="http://t-online.de">t-online.de</a> , <a href="http://web.de">web.de</a> , <a href="http://gmx.de">gmx.de</a> In %
	weiterführende Schule ohne Abitur	12	47	37
	Abitur/Studium	17	57	42
Haushalts- netto- einkomme n	Unter 2.000 €	10	41	33
	Über 2.000 € bis unter 4.000 €	13	45	36
	Über 4.000 €	16	56	42
Ort <sup>a</sup>	Großstadt atmosphäre	14	50	37
	Klein-/ Mittelstädtisch	12	44	34
	Ländlich	*11	43	39

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Frage: In welchen der folgenden Angebote mit Text informieren Sie sich mindestens 1x pro Woche über das politische Geschehen?

<sup>a</sup> Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

<sup>b</sup> einschließlich ohne Schulabschluss\* Geringe Fallzahlen (<30)

Wenn es um lokale und regionale Informationen geht, dann kommen mehrere Kategorien von Online-Angeboten infrage:

- Kostenpflichtige Inhalte einer Tageszeitung im Internet, also Bezahlmodelle der Lokal-/Regionalzeitung
- Kostenlose Inhalte einer Tageszeitung im Internet, also das kostenlose (Teil-) Angebot der Tageszeitung
- Inhalte einer kostenlosen Wochenzeitung oder eines Anzeigenblatts im Internet
- WDR.de, das Online-Nachrichtenangebot des WDR
- Online-Angebote lokaler Hörfunksender
- Regionale Online-Angebote wie z. B. lokale Blogs

Bei den drei erstgenannten Kategorien mit Verlagsbezug zeigen sich soziodemografische Unterschiede in den Ergebnissen (vgl. Tab. 13.3) insgesamt weniger deutlich als bei politischen Informationen. Allerdings wird deutlich, dass wiederum Männer die Online-Angebote überdurchschnittlich oft im Vergleich zu Frauen nutzen. Eine formal höhere Bildung und ein höheres Einkommen geht ebenfalls mit einer stärkeren Nutzung von Online-Angeboten von Tageszeitungen einher.

Bei den Online-Angeboten von Anzeigenblättern ist das soziodemografische Bild am ausgeglichtesten: Hier zeigen sich nur geringfügige Abweichungen.



**Tab. 13.3 Wöchentliche Nutzung ausgewählter Online-Angebote von Verlagen zur lokalen/regionalen Information**

		Kostenpflichtige Inhalte einer Tageszeitung im Internet In %	Kostenlose Inhalte einer Tageszeitung im Internet In %	Inhalte einer kostenlosen Wochenzeitung oder eines Anzeigenblatts im Internet In %
Gesamt		10	30	18
Geschlecht	Männlich	12	34	20
	Weiblich	7	27	16
Altersgruppen	16-29 Jahre	*5	25	17
	30-39 Jahre	*9	34	*16
	40-49 Jahre	*11	37	22
	50-59 Jahre	*11	29	16
	60+ Jahre	11	29	20
Formale Bildung	Hauptschule/ Volksschule <sup>b</sup>	*8	24	18
	weiterführende Schule ohne Abitur	9	32	21
	Abitur/Studium	11	34	17
Haushaltsnettoeinkommen	Unter 2.000 €	*8	27	18
	Über 2.000 € bis unter 4.000 €	10	29	17
	Über 4.000 €	*12	37	21
Ort <sup>a</sup>	Großstadtatmosphäre	11	35	16
	Klein-/Mittelstädtisch	9	29	19
	Ländlich	*10	26	20

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Frage: In welchen der folgenden Angebote mit Text informieren Sie sich mindestens 1x pro Woche über Themen aus Ihrem Ort oder Ihrer Region?

<sup>a</sup> Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

<sup>b</sup> einschließlich ohne Schulabschluss\* Geringe Fallzahlen (<30)

Zu den weiteren Online-Angeboten zählen [WDR.de](http://WDR.de) sowie die Online-Angebote des Lokalen Hörfunks und weitere lokale/regionale Angebote wie Blogs. Die Ergebnisse in Tabelle 13.4 deuten ebenfalls darauf hin, dass höhere Einstufungen beim Einkommen und bei der formalen Bildung mit einer höheren Nutzung der Angebote korrespondieren. Weniger stark ausgeprägt ist bei diesen Angeboten allerdings der Unterschied zwischen Männern und Frauen.

**Tab. 13.4 Wöchentliche Nutzung weiterer ausgewählter Online-Angebote zur lokalen/regionalen Information**

		WDR.de, Online- Nachrichten- angebot des WDR (kein Live-Stream, keine Mediathek)	das Online-Angebote lokaler Hörfunksender (kein Live-Stream)	Regionale Online-Angebote wie lokale Blogs
		In %	In %	In %
Gesamt		29	14	8
Geschlecht	Männlich	31	14	9
	Weiblich	28	14	7
Altersgruppen	16-29 Jahre	*13	*12	*9
	30-39 Jahre	31	*15	*7
	40-49 Jahre	34	*16	*14
	50-59 Jahre	28	16	*6
	60+ Jahre	35	12	*6
Formale Bildung	Hauptschule/ Volksschule <sup>b</sup>	22	10	4*
	weiterführende Schule ohne Abitur	28	13	*7
	Abitur/Studium	35	18	11
Haushalts- netto- einkommen	Unter 2.000 €	27	10	*6
	Über 2.000 € bis unter 4.000 €	28	13	8
	Über 4.000 €	35	21	*11
Ort <sup>a</sup>	Großstadt- atmosphäre	33	16	*8
	Klein-/ Mittelstädtisch	26	12	7
	Ländlich	29	14	*9

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Frage: In welchen der folgenden Angebote mit Text informieren Sie sich mindestens 1x pro Woche über Themen aus Ihrem Ort oder Ihrer Region?

<sup>a</sup> Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

<sup>b</sup> einschließlich ohne Schulabschluss\* Geringe Fallzahlen (<30)

Der WDR hat soziodemografische Merkmale seiner Nutzerinnen und Nutzer ebenfalls auf Basis einer eigenen Erhebung zur Verfügung gestellt, die im Anhang zu Frage 13 dargestellt sind (vgl. Tab. A13.1). Die Ergebnisse decken sich weitgehend mit den Ergebnissen der Bevölkerungsbefragung, gerade in Bezug auf Geschlecht und Bildung.

#### 14. Wie bewertet die Landesregierung diese User-Trends?

Die Befunde hinsichtlich der soziodemografischen Unterschiede in der Mediennutzung überraschen nicht. Sie bewegen sich in dem bekannten Rahmen. Sie verdeutlichen allerdings, dass es für alle Medienanbieter eine Herausforderung bleibt, Angebote zu unterbreiten, die

über alle gesellschaftlichen Gruppen hinweg auf Interesse stoßen. Davon lebt der demokratische Diskurs in unserer Gesellschaft.

Auffällig ist das große Interesse an lokalen Informationen. Etwa 90 Prozent der Bevölkerung informieren sich mindestens wöchentlich über politisches bzw. lokales Geschehen in den Medien. Das unterstreicht die Relevanz von Lokaljournalismus in seiner ganzen Vielfalt und bestätigt darin, dass eine Medienpolitik erforderlich ist, die gerade auch diesen Bereich im Blick behält und gute ökonomische und regulative Rahmenbedingungen für alle Medienakteure gewährleistet.

Ebenfalls nicht überraschend aber unverändert besorgniserregend ist die Tatsache, dass sich journalistische Bezahlangebote im Netz unverändert extrem schwertun, auch auf der lokalen Ebene. Unter den Online-Angeboten zur politischen und lokalen Information spielen kostenpflichtige Angebote mit jeweils ca. zehn Prozent eine deutlich nachgelagerte Rolle. Auch ältere Bürger sind an Kostenlosmodelle gewöhnt. Angesichts rückläufiger Werbeumsätze, analog wie online, müssen nicht nur die Zeitungsverlage, sondern auch alle anderen privatwirtschaftlichen Anbieter weiter intensiv an tragfähigen Monetarisierungsstrategien im digitalen Wandel arbeiten.

Dabei hilft den „gelernten Medienmarken“, dass die Bürgerinnen und Bürger sie aufsuchen, weil sie ihnen nach wie vor großes Vertrauen schenken – mehr als allen anderen abgefragten Medien.

#### **15. Inwiefern bestehen aus Sicht der Landesregierung digitale Ungleichheiten in der Mediennutzung? Welchen Handlungsbedarf sieht die Landesregierung?**

Digitale Medienangebote sind relevant für gesellschaftliche Teilhabe und somit idealerweise allen Bürgerinnen und Bürgern technisch und inhaltlich zugänglich zu machen. Daran haben die Anbieter selbst größtes Interesse.

Die Sorge vor einem technischen Digital Divide (also den unterschiedlichen Zugangsmöglichkeiten und Ausstattungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik (IK-Technologien)) ist zunächst einmal unbegründet, insofern die Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen durchgehend und flächendeckend über den Zugang zum Internet verfügt. Zugangsungleichheiten sind insofern kein wesentlicher Punkt, wenn auch die technische Infrastruktur mit Blick auf die jeweiligen finanziellen Möglichkeiten (Endgeräte, Software) und Bandbreiten (je nach geografischer Lage) variieren dürfte. Die variierende Rezeption von Medieninhalten ist kein digitales Phänomen, sondern ein gesellschaftliches, das sich im Digitalen widerspiegelt. Je nach Bildung, Erfahrung, Medienkompetenz und kulturellem Kapital variiert auch die Online-Mediennutzung.

Medien- und Bildungspolitik ist gefordert, darauf hinzuwirken, dass alle Bürgerinnen und Bürger kompetent und reflektiert mit den Möglichkeiten der Mediennutzung im digitalen Wandel umgehen können. Der Förderung von Medienkompetenz in den Schulen und darüber hinaus über alle Alters- und Zielgruppen hinweg kommt hier besondere Bedeutung zu. Ein wichtiger Teilbereich ist hier unter anderem die Förderung von Nachrichten- und Informationskompetenz, wie sie im Medienkompetenzrahmen NRW abgebildet ist.

Mit dem #DigitalCheckNRW hat die Landesregierung 2020 ein Angebot gestartet, mit dem jeder sehr niederschwellig seine Medienkompetenz testen kann. Überdies werden passgenaue Angebote der Weiterbildung unterbreitet, die es ermöglichen, die individuelle Medienkompetenz auszubauen. Der #DigitalCheckNRW ist damit eine große Chance, im

ganzen Land und individuell passend Bedarfe und Angebote noch besser zusammenzubringen als dies bisher der Fall ist.

Im digitalen Wandel und angesichts der weiter wachsenden Relevanz der Kommunikation und Information über soziale Netzwerke ist es eine große Herausforderung zu verhindern, dass sich in unserer Gesellschaft voneinander getrennte Kommunikationsräume entwickeln, die den übergreifenden demokratischen Diskurs und damit den sozialen Zusammenhalt gefährden. Die Förderung von Medienkompetenz ist hier nur ein Aspekt. Von größter Bedeutung ist daneben ein konsistenter Regulierungsrahmen, der die Medienvielfalt sichert, Zugänge zu meinungsrelevanten Inhalten gewährleistet und gerade auch im Online-Bereich Vorkehrungen für die Beachtung von journalistischen Sorgfaltspflichten trifft. Ein wichtiger Meilenstein ist hier der Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland, der im November 2020 in Kraft getreten ist.

**16. Welche Online-Redaktionen gibt es in Nordrhein-Westfalen, welche Online-Medienangebote verantworten diese und zu welchem Online-Anbieter werden sie gezählt?**

Tageszeitungen haben schon vor Jahren ihre Arbeitsweisen überwiegend auf Newsroom- und Newsdesk-Strukturen umgestellt, um redaktionell crossmedial arbeiten zu können. Dieser Umstellung liegt die Erkenntnis zu Grunde, dass wesentlich schneller und zielgruppenadäquater gearbeitet werden kann, wenn an einer Stelle für mehrere Ausspielkanäle Inhalt produziert werden kann. Aufgrund des täglichen Erscheinungsrhythmus von Print und der häufig fortlaufenden Aktualisierung von Webseiten ist der Newsroom bzw. Newsdesk die effizienteste Art der redaktionellen Arbeit. Sie machen die Bewältigung der stark gewachsenen redaktionellen Aktivitäten erst möglich. Mit getrennten Print- und Online-Redaktionen lässt sich nicht (mehr) wirtschaftlich arbeiten.

Mit Blick auf die Anzeigenblätter ist der Unterhalt von eigenen Online-Redaktionen im Prinzip nicht zu beobachten. Die Online-Angebote der Anzeigenblätter liefern ihre Inhalte, wenn überhaupt, online häufig nur als ePaper und verfügen zumeist über kein eigenes Online-Geschäftsmodell. Vereinzelt sind hier die unter „lokalkompass“ gebündelten Angebote der Funke-Mediengruppe oder die Community-Plattformen [unserort.de](https://www.unserort.de) von Rautenberg Media.

Für die Online-Angebote des Lokalen Hörfunks gilt, dass diese keine eigenständigen Online-Redaktionen bilden, wie der Verband Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen (VLR) mitteilt. Die Erstellung von Online-Inhalten werde von der gesamten Redaktion übernommen, die Inhalte sowohl für das Radioprogramm als auch für das Online-Angebot erstellt und veröffentlicht. Hinzu kommt, dass in manchen der Sender einzelne Redaktionsmitglieder schwerpunktmäßig an Online-Inhalten arbeiten und dies dort auch arbeitsvertraglich vereinbart ist. Beispiele für diese Online-Schwerpunkte sind die Erstellung von Bild/Bewegtbild (gerade bei besonders wichtigen Ereignissen), die Moderation in sozialen Netzwerken oder die Schulung der übrigen Redaktion bei der Erstellung digitaler Inhalte. Auch bei radio NRW gibt es keine „Online-Redaktion“, sondern lediglich einzelne Personen, die im Bereich „Digitaler Content“ angestellt sind.

Die in der Antwort zu Frage 2 aufgeführten Angebote des WDR stammen in der Regel aus denselben Programmredaktionen wie die linearen Angebote. Die crossmediale Strategie des WDR sieht einen medienübergreifenden Knowhow-Transfer in den Content-Teams und Bereichen vor. Schon deshalb sind eigene, reine Online-Redaktionen beim WDR nicht üblich und crossmediales Arbeiten dürfte selbstverständlich sein.

Als reine „Online-Redaktionen“ kommen vorrangig Online-Only-Angebote infrage, die im (sub-)lokalen oder regional spezialisierten Bereich ihr Angebot betreiben. Allerdings ist anzumerken, dass diese „reinen“ Online-Medienangebote vielfach über kein tragfähiges Geschäftsmodell verfügen, das Journalismus nach professionellen Standards angemessen refinanziert, von einzelnen Ausnahmen abgesehen. So ist vielfach im Impressum zu sehen, dass Angebote nebenberuflich betrieben werden, zum Beispiel von einer PR- oder Werbeagentur oder einem IT-Unternehmen. Oder es sind Vereine oder Privatpersonen, die Blogs betreiben.

**17. Welche ausländischen Online-Medienangebote, Online-Redaktionen und Online-Anbieter sind mit Redaktionsbüros bzw. Korrespondentinnen und Korrespondenten in Nordrhein-Westfalen vertreten und gibt es hierbei Veränderungen seit 2014?**

Nachfolgende Tabelle zeigt alle ausländischen Journalistinnen und Journalisten, die ihren Wohnsitz in Nordrhein-Westfalen haben. Grundlage ist – wie bereits in den vergangenen Beantwortungen Großer Anfragen zum Zeitungsmarkt (hierzu wird u. a. auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 9, S. 51-52)) – eine uns auf Nachfrage zur Verfügung gestellte Auflistung des Mitgliederverzeichnisses des Vereins der Ausländischen Presse in Deutschland, Stand Dezember 2020. Dieses identische Vorgehen lässt belastbare Vergleiche im Hinblick auf Veränderungen in den letzten Jahren zu.

Im Vergleich zur letzten Großen Anfrage (ebd.), die wiederum Veränderungen zum Vorgängerbericht ausführlich beschreibt, ist Aalla Ahmad-Hemken neu in den Verein eingetreten. Luciano Barile ist in diesem Jahr aus dem Verein ausgetreten, Marie-Rosine De Dijn ebenfalls. Jessica Saltz und Irene Anastassopoulou sind nach Berlin verzogen.

**Tabelle 17.1 Ausländische Journalisten in Nordrhein-Westfalen**

Name	Vorname	Ort	Medium	Land
Ahmad-Hemken	Aalla	Düsseldorf	Rudaw Media Network	Region Kurdistan-Irak
Jordan	Don F.	Bonn	freier Journalist	USA
Lundin	Tomas	Bonn	Svenska Dagbladet	Schweden
Knight	Sara	Bergheim	freie Journalistin / Energie und Umwelt; Windpower Monthly Magazine	Großbritannien
Niebel	Ingo	Köln	Gara, Agencia Venezolana de Noticias	Spanien, Venezuela
Opperskalski	Michael	Köln	Al-Tayar, Soberania	Libanon, Nicaragua
Raissi	Morteza	Bonn	freier Journalist	Iran
Resi	Kjell G.	Bonn	Norwegischer Rundfunk P 4	Norwegen

Name	Vorname	Ort	Medium	Land
Schott	Hendrik	Bonn	Democratic Media Holdings, NASPERS	Namibia, Südafrika
Yadav	Ramnarayan	Lohmar	Webdunia	Indien

Quelle: VAP-Mitgliederverzeichnis; Stand 12.2020 (Kommunikation mit dem Verein der Ausländischen Presse in Deutschland e. V., Dezember 2020)

Grau hinterlegt sind Neuaufnahmen bzw. Anpassungen im Vergleich zur Antwort auf die Große Anfrage 13 (Große Anfrage 13, Frage 9, S. 51-52).

**18. Welche ausländischen Vermarkter sind in Nordrhein-Westfalen vertreten und gibt es hierbei Veränderungen seit 2014?**

Dazu liegen der Landesregierung keine Kenntnisse vor.

**19. Welchem politischen Spektrum lassen sich die Online-Medienangebote aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen?**

Eine verlässliche empirische Untersuchung des politischen Spektrums ist im Rahmen dieser Großen Anfrage unmöglich. Der sozialwissenschaftliche definitorische und theoretische Aufwand, „politisches Spektrum“ angemessen empirisch zu operationalisieren, wäre beträchtlich und sicher diskutabel.

Der übliche und intersubjektiv gut nachvollziehbare inhaltsanalytische Weg, nämlich die Bewertung von Parteien und/oder ihren politischen Vertretern, fällt in diesem Fall aus. Denn dafür müsste je zu untersuchendem Online-Angebot eine ausreichend große Zahl von politischen Bewertungen erhoben werden. Nach stichprobenartiger Durchsicht des Materials liegen solche Bewertungen, wenn überhaupt, nur in Einzelfällen vor, weshalb über diesen Weg keine aussagekräftige Varianz in den Angeboten zu ermitteln ist. Vermutlich wäre es sogar notwendig, jeden einzelnen in Frage stehenden Beitrag tiefergehend und qualitativ zu analysieren, um linke bzw. rechte Semantiken zu identifizieren. Summarische Aussagen sind aus den genannten Gründen hier nicht zulässig und die Betrachtung von Einzelfällen erscheint nicht als zielführend im Sinne der Fragestellung.

Im Rahmen der durchgeführten Inhaltsanalyse (Näheres zur Inhaltsanalyse vgl. Anhang „Erläuterung zur Inhaltsanalyse“ (aserto, 2020a)) zeigt sich, dass etwa drei Viertel der untersuchten Angebote politische Inhalte veröffentlichen, wenn z. B. Politiker, Parteien oder Entscheidungen in Gemeinderäten, Verwaltungen oder Parlamenten diese erörtern. In der nachstehenden Tabelle 19.1 wird ersichtlich, dass die meisten Online-Medienangebote politische Inhalte aufweisen, darunter sind auch alle Angebote von Tageszeitungen sowie des Lokalen Hörfunks.

**Tab. 19.1 Online-Medienangebote mit politischen Inhalten**

Online-Angebote	Politische Inhalte		
	abs.	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	44	96%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	45	100%
Online-Angebote des WDR	8	5	63%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	20	87%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	53	58%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	93	72%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>260</b>	<b>76%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**20. Welchem Medientyp (Qualitäts- vs. Boulevardmedium) lassen sich die Online-Medienangebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen?**

Zunächst bedarf es einer definitorischen Unterscheidung: Die Deutsche Journalisten-Akademie beschreibt Boulevardjournalismus als eine „Form der Berichterstattung, die auf die Emotionalisierung von Inhalten abzielt. Sachverhalte werden gezielt vereinfacht, beschönigt, dramatisiert oder verzerrt dargestellt, um beim Leser Interesse zu erregen“ (Deutsche Journalisten-Akademie, 2020a). Qualitätsjournalismus soll sich durch die Einhaltung der journalistischen Berufsethik vom Laienjournalismus abgrenzen (Deutsche Journalisten-Akademie, 2020b).<sup>13</sup>

Aus zwei Gründen ist eine Zuordnung der Online-Medienangebote in Qualitäts- oder Boulevardmedien und somit die Beantwortung der Frage nicht möglich:

Erstes zeigen Erkenntnisse aus der Medienwissenschaft, dass es insbesondere im Internet deutlich schwieriger geworden ist, zwischen Boulevard- und Qualitätsjournalismus zu unterscheiden. Aufgrund einer fortschreitenden Boulevardisierung<sup>14</sup> verstärken sich „Hybridisierungsprozesse“ (Lünenborg, 2013, S. 321). Der Bedeutungszuwachs des Boulevardjournalismus werde besonders in journalistischen Onlineangeboten deutlich. Somit dürfte vielfach die Eindeutigkeit fehlen.

Zweitens bedarf es eines trennscharfen Kriterienkataloges, damit die Angebote (mehrere hundert an der Zahl) als Boulevard- oder Qualitätsmedien im Rahmen der vorgenommenen Inhaltsanalyse zugeordnet werden können. Die oben genannten definitorischen Ansätze beruhen vor allem auf journalistischen Arbeits- und Erzählweisen und nicht auf formal messbaren Kriterien.

<sup>13</sup> Als Kriterien werden genannt: Wahrhaftigkeit, Sorgfalt bei Recherche und Dokumentation, Sachlichkeit bei der Berichterstattung, Unparteilichkeit im Konfliktfall, Argumentation statt Meinungsinfektion, Ausgewogenheit, Unabhängigkeit und Unbestechlichkeit sowie Vertraulichkeit.

<sup>14</sup> Als Boulevardisierung beschreibt Lünenborg (2013, S. 321) die „Adaption populärer Erzähl- und Berichterstattungsformen sowie von Mustern der Themenselektion in Formaten des Informationsjournalismus“.

**21. Welche News-Feeds, Podcasts oder andere Online-Formate, wie Newsletter oder Messenger-Dienste, werden als Nachrichtenquelle in Nordrhein-Westfalen von wem – differenziert nach Alter, Bildung, Einkommen und Geschlecht – genutzt?**

Hinsichtlich der Frage nach der Nutzung von News-Feeds, Podcasts, Newslettern sowie Messenger-Diensten werden die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung (Näheres zur Bevölkerungsbefragung vgl. Anhang „Erläuterung zur Bevölkerungsbefragung“ (aserto, 2020c)) für Nordrhein-Westfalen herangezogen. Darin wurde auch gefragt, ob die in der Frage genannten Dienste genutzt werden, wenn man sich über politisches Geschehen informiert.<sup>15</sup> Insgesamt zeigt sich, dass Push-Benachrichtigungen über Apps oder Messenger-Dienste<sup>16</sup> (16 Prozent) und Newsletter von Medien (14 Prozent) stärker genutzt werden als Podcasts (10 Prozent) und News-Feeds (8 Prozent). Bei News-Feeds sind die Fallzahlen etwas zu niedrig, sodass eine statistisch belastbare Aufschlüsselung nach soziodemografischen Merkmalen statistisch zu vage wäre.

Für die übrigen drei Kanäle zeigt sich in Tabelle 21.1 in Bezug auf politische Informationen, dass Personen mit formal höherer Bildung diese Kanäle bevorzugt nutzen. Insbesondere bei Podcasts ist der Zusammenhang zu hoher Bildung offensichtlich. Unterschiede zeigen sich in Nordrhein-Westfalen beim Alter: Während E-Mail-Newsletter häufiger auch von älteren Personen abonniert werden, sind hingegen sowohl Podcasts als auch Push-Nachrichten eher bei jüngeren, speziell aber in der Altersgruppe 30 bis 39 Jahre verbreitet. Männer zeigen eine etwas höhere Affinität zu E-Mail-Newslettern und Push-Nachrichten, während die Nutzung bei Podcasts ausgewogener ist.

**Tab. 21.1 Nutzung von Podcasts, Push-Nachrichten oder Newslettern zur politischen Informationsbeschaffung**

		Podcasts zeitversetzte Radiosendungen im Internet	oder E-Mail-Newsletter von Journalisten Medien/	Push- Nachrichten über Apps oder Messenger- Dienste
		In %	In %	In %
Gesamt		10	14	16
Geschlecht	Männlich	11	17	17
	Weiblich	9	11	16
Alters- gruppen	16-29 Jahre	16	*8	22
	30-39 Jahre	*19	*16	25
	40-49 Jahre	*12	*13	*16
	50-59 Jahre	*5	14	16
	60+ Jahre	*5	16	10
Formale Bildung	Hauptschule/ Volksschule <sup>b</sup>	*4	10	*9

<sup>15</sup> Die Frage wurde auch für lokales und regionales Geschehen gestellt. Hier stellte sich aber heraus, dass die in der Frage genannten Dienste eine deutlich geringere Rolle spielen als bei politischen Themen.

<sup>16</sup> Die Antwortvorgabe wurde auf Push-Nachrichten in Apps ausgeweitet, weil diese eine ähnliche Funktion ausüben und befürchtet wurde, dass die Befragten hier nicht präzise unterscheiden. Bei Messenger-Diensten ist zudem zu beachten, dass dieser Kommunikationsweg seit Dezember 2019 deutlich seltener von Verlagen angeboten wird, seitdem WhatsApp entsprechende Aussendungen untersagt hat.



		Podcasts zeitversetzte Radiosendungen im Internet	oder	E-Mail-Newsletter von Medien/ Journalisten	Push- Nachrichten über Apps oder Messenger- Dienste
		In %		In %	In %
	weiterführende Schule ohne Abitur	*8		16	18
	Abitur/Studium	17		16	21
Haushalts- netto- einkomme n	Unter 2.000 €	*9		14	15
	Über 2.000 € bis unter 4.000 €	11		14	15
	Über 4.000 €	*11		15	22
Ort <sup>a</sup>	Großstadt- atmosphäre	13		14	18
	Klein-/ Mittelstädtisch	11		15	15
	Ländlich	*5		*10	14

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Frage: In welchen der folgenden Angebote Hörfunk- und Audio-Angeboten / Angeboten mit Text informieren Sie sich mindestens 1x pro Woche über das politische Geschehen?

<sup>a</sup> Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

<sup>b</sup> einschließlich ohne Schulabschluss

\* Geringe Fallzahlen (<30)

## 22. Inwiefern und von wem werden diese News-Feeds und anderen Online-Formate erstellt bzw. kuratiert?

Bei News-Feeds (Nachrichtenströmen) sind zwei unterschiedliche Arten zu unterscheiden:

Einerseits bieten Medien oder auch Blogs oft ihre aktuellen Beiträge (auch unterteilt nach speziellen Themen) in einem standardisierten Format an, das sich in einem Feed-Reader abrufen lässt. Häufig sind diese Feeds als so genannte Really Simple Syndication (RSS) Feeds bekannt, in denen Nutzende über neue Beiträge informiert werden. Ähnlich wie in einem Posteingang sehen die Nutzenden neue Beiträge, ohne dass sie die Webseite aufrufen müssen. Da alle neuen Beiträge zu einem bestimmten Thema vom RSS-Reader ausgelesen werden, kuratieren Nutzerinnen und Nutzer ihre Online-Medieninhalte also in gewisser Weise selbständig, indem sie bestimmte RSS-Feeds abonnieren.

Andererseits werden als News-Feeds oft auch die persönlichen Startseiten auf sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram bezeichnet, auf denen – basierend auf Algorithmen – Inhalte von befreundeten Personen, Institutionen, Organisationen und auch Medien präsentiert werden. Von dort gelangen Nutzer zu anderen Profilen, zu Blogs zu Nachrichtenseiten, zu Online-Shopping-Angeboten, Spielen etc. Insofern sind Feeds vielfach der Startpunkt für die Nutzung des Internets. Heutige Newsfeeds zeigen nicht mehr die Chronologie aller mit dem eigenen Profil verbundenen Posts, sondern es handelt sich um eine

personalisierte Auswahl, die auf Basis des eigenen Nutzungsverhaltens „kuratiert“ wird. Die Nutzenden kuratieren ihre Inhalte jedoch nur im eingeschränkten Maße – vielmehr kuratiert ein jeweiliger Algorithmus (z. B. von Facebook oder Twitter oder Instagram) auf Basis des digitalen Verhaltens und der digitalen Spuren, die User im Netz hinterlassen.

## II. Redaktionen und Personal

### 23. *Wie viele Personen sind in Nordrhein-Westfalen – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht – bei Online-Redaktionen beschäftigt? (Bitte die Entwicklung seit 2014 jährlich auflisten.)*

Der Tätigkeitsbereich/Wirtschaftszweig der Online-Redaktionen wird in der amtlichen Statistik der Bundesagentur für Arbeit nicht separat ausgewiesen. Eine Beantwortung der Frage 23 kann daher nur anhand von Erhebungen des Wirtschaftszweiges Verlagswesen (Verlegen von Zeitungen und Zeitschriften) erfolgen (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Fragen 12-13, Seiten 144-152)). Dargestellt werden die Beschäftigtenzahlen der relevantesten Wirtschaftszweige. Diese beinhalten u. a. periodische Druckschriften in gedruckter oder elektronischer Form (einschließlich Internet), die veröffentlicht werden.

Im Folgenden werden hierfür die Beschäftigtenzahlen (insgesamt, Männer, Frauen) der relevanten Wirtschaftszweige dargestellt.<sup>17</sup> Daten nach Berufsgruppen bzw. nach freien und hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei Online-Redaktionen liegen nicht vor.

Im Bereich des Verlagswesens von Zeitungen und Zeitschriften sind in Nordrhein- Westfalen 11.083 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt (Stand 31. März 2020). Das sind 2.814 Personen weniger (-20 Prozent) als im Jahr 2014 (13.897). Der Beschäftigungsverlust traf Männer (von 6.617 auf 5.171) mit -22 Prozent und Frauen (von 7.280 auf 5.912) mit rund -19 Prozent annähernd gleich. Im Wirtschaftszweig „Verlegen von Zeitungen“ liegen Frauen und Männer mit je 50 Prozent Anteil im Bereich gleichauf. Im Wirtschaftszweig „Verlegen von Zeitschriften“ sind, mit einem Anteil von 58 Prozent an allen Beschäftigten, Frauen stärker vertreten als Männer.

**Tab. 23.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort**

Wirtschaftszweige 2008	Männer						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Erhebung jeweils zum Stichtag 31.03.							
<b>Insgesamt</b>	3,5 Mio.	3,5 Mio.	3,5 Mio.	3,6 Mio.	3,7 Mio.	3,8 Mio.	3,9 Mio.
<b>58 Verlagswesen</b>	<b>11.463</b>	<b>11.423</b>	<b>11.528</b>	<b>11.744</b>	<b>11.676</b>	<b>11.624</b>	<b>11.405</b>
<b>5813 Verlegen von Zeitungen</b>	<b>4.088</b>	<b>4.034</b>	<b>3.772</b>	<b>3.678</b>	<b>3.397</b>	<b>3.268</b>	<b>3.084</b>
<b>5814 Verlegen von Zeitschriften</b>	<b>2.529</b>	<b>2.283</b>	<b>2.139</b>	<b>2.188</b>	<b>2.169</b>	<b>2.164</b>	<b>2.087</b>

<sup>17</sup> Dieses Vorgehen wurde in identischer Form in den vergangenen Beantwortungen Großer Anfragen angewendet, sodass eine hohe Vergleichbarkeit gewährleistet ist (hierzu wird auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 12 und 13, S. 144-152)).

<b>Wirtschaftszweige 2008</b>	<b>Frauen</b>						
Erhebung jeweils zum Stichtag 31.03.	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Insgesamt</b>	2,8 Mio.	2,9 Mio.	2,9 Mio.	3,0 Mio.	3,0 Mio.	3,1 Mio.	3,2 Mio.
<b>58 Verlagswesen</b>	<b>11.461</b>	<b>11.148</b>	<b>11.237</b>	<b>11.046</b>	<b>10.860</b>	<b>10.804</b>	<b>10.657</b>
<b>5813 Verlegen von Zeitungen</b>	<b>3.908</b>	<b>3.806</b>	<b>3.664</b>	<b>3.520</b>	<b>3.250</b>	<b>3.168</b>	<b>3.072</b>
<b>5814 Verlegen von Zeitschriften</b>	<b>3.372</b>	<b>3.232</b>	<b>2.986</b>	<b>2.898</b>	<b>2.872</b>	<b>2.856</b>	<b>2.840</b>

Ausgewählte Stichtage jeweils zum 31.03. des Jahres. Datenstand: Oktober 2020

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

Neben den Online-Angeboten gedruckter Medien wird hier auf weitere Online-Angebote näher eingegangen.

Für die Online-Angebote des lokalen Hörfunks gilt, dass diese keine eigenständigen Online-Redaktionen bilden (vgl. Antwort auf Frage 16), sondern dass die Erstellung der Online-Inhalte von der Gesamtreaktion übernommen wird, entweder von crossmedial arbeitenden Mitgliedern der Redaktion oder von einzelnen Mitgliedern der Redaktion, die ihren Schwerpunkt auf Online-Inhalte legen. Weitere Erkenntnisse zu Hörfunk-Gesamtreaktionen und die Zahl der Beschäftigten sind in der Großen Anfrage 10 enthalten (Große Anfrage 10, Frage 29, Seite 35-37).

Durch eine umfangreiche Befragung der Anbieterinnen und Anbieter (aserto, 2020b) von Online-Medienangeboten konnte zusätzlich zu den oben genannten Ergebnissen festgestellt werden, dass bei einem Großteil der Online-Medien weniger als zehn Personen beschäftigt sind. In beiden dargestellten Angebots-Typen, also von Printmedien jenseits der lokalen und regionalen Tageszeitungen und lokalen und regionalen Online-Only-Angeboten (vgl. Tab. 23.2) liegt der Anteil an Angeboten mit einer Beschäftigtenanzahl unter zehn Personen bei über 90 Prozent.

**Tab. 23.2 Beschäftigte**

<b>Online-Angebote</b>	<b>&lt;10 Personen</b>			<b>10-50 Personen</b>	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	14	93%	1	7%
Online-Only (lokal & regional)	28	26	93%	2	7%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 43 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Wenn man redaktionelle und weitere (z. B. administrative) Tätigkeiten zusammenrechnet: Wie viele Personen sind insgesamt für Ihr Online-Medienangebot [Name] tätig?

Zum Schutz personenbezogener Daten lässt sich für diese Online-Angebote keine weitere Differenzierung nach Berufsgruppen oder dem Geschlecht vornehmen. Hierfür sind Gruppen von unter zehn Personen zu kleinteilig und ließen ggf. Rückschlüsse auf einzelne (z. B. über die Impressen) Personen zu.

Was sich jedoch darüber hinaus aufzeigen lässt, ist die Rolle von ehrenamtlich beschäftigten Personen für jene Online-Angebote. Wie in der nachfolgenden Tabelle zu sehen ist (vgl. Tab. 23.3), beschäftigt über die Hälfte aller Online-Only-Angebote ehrenamtlich tätige Personen. Teilweise, weil die Redaktion ausschließlich aus ehrenamtlich Beschäftigten besteht und teilweise als Unterstützung für einzelne Tätigkeiten (z. B. Lektorat).<sup>18</sup>

**Tab. 23.3 Ehrenamtlich Beschäftigte**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	6	3	50%	3	50%
Online-Only (lokal & regional)	10	6	60%	4	40%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 16 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Sind Personen als Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter, Gastautorinnen und Gastautoren oder als ehrenamtlich Beschäftigte in weiteren Tätigkeiten regelmäßig für Ihr Online-Angebot [Name] tätig?

**24. *Wie viele Journalistinnen und Journalisten, fest oder frei, mit Tarifvertrag oder ohne, sind bei Online-Redaktionen in Nordrhein-Westfalen beschäftigt? (Bitte die Entwicklung seit 2014 jährlich auflisten.)***

Der Tätigkeitsbereich/Wirtschaftszweig der Online-Redaktionen wird in der amtlichen Statistik der Bundesagentur für Arbeit nicht separat ausgewiesen. Angaben zur Tarifbindung sind nicht möglich.

Die Bundesagentur für Arbeit kann selbstständige Journalistinnen und Journalisten aufführen, die nach § 28a SGB III (Versicherungspflicht auf Antrag) versicherungspflichtig sind, sowie Personen die nach der Berufsklassifikation als Journalistin bzw. Journalist tätig sind. Ob und wie viele dieser Personen dann auch im Bereich der Online-Redaktionen tätig sind, kann nicht beurteilt werden (vgl. Tab. 24.1).

Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass die aufgeführten Gliederungsebenen jeweils zwei Tätigkeitsbereiche beinhalten (Selbstständige Journalisten/innen und Pressefotografen/innen sowie Redakteure/innen und Journalisten/innen) und hier nicht ausschließlich Journalistinnen und Journalisten aufgeführt werden.

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen selbstständigen Journalistinnen und Journalisten sowie Pressefotografinnen und Pressefotografen hat sich im Vergleich von 2014 zu 2020 mit einer Steigerung von 164 Personen mehr als verdoppelt.

Bei der Betrachtung der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Redakteure/innen und Journalisten/innen ist ein Zuwachs von 2.723 Personen (+19%) zu verzeichnen.

Wie in Frage 23 bereits beschrieben, zeigen die Ergebnisse der Anbieterbefragung, dass ein Großteil der weiteren Online-Angebote eine Beschäftigtenanzahl von 10 Personen nicht übersteigt. Aus diesem Grund können an dieser Stelle keine differenzierteren Ergebnisse aus der Anbieterbefragung aufgezeigt werden.

<sup>18</sup> Hierbei handelt es sich aufgrund der geringen Fallzahlen (< 10) um Einzelaussagen teilnehmender Anbieterinnen und Anbieter.

**Tab. 24.1 Sozialversicherungspflichtig versicherte selbstständige Journalistinnen und Journalisten, Pressefotografinnen und Pressefotografen in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort nach Wirtschaftszweigen (Datenstand jeweils zum 31.03.)**

Wirtschaftszweige 2008	insgesamt						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>290035</b> Selbstständige Journalistinnen und Journalisten, Pressefotografinnen und Pressefotografen	159	150	241	281	290	276	323

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

**Tab. 24.2 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort nach Berufsklassifikation (Datenstand jeweils zum 31.03.)**

Klassifikation der Berufe 2010	Insgesamt						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>9241</b> Redakteure/innen, Journalisten/innen	14.470	14.671	15.253	15.917	16.311	16.636	17.193

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Für die lokalen Hörfunksender besteht in Nordrhein-Westfalen der Tarifvertrag für den Lokalen Hörfunk Nordrhein-Westfalen. Die Erstellung der Online-Inhalte ist, wie oben als Antwort auf Frage 23 beschrieben, eng mit der Erstellung der Inhalte insgesamt verbunden. Daher nehmen wir Bezug auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 (Frage 31, S. 39-40). Der VLR führt dort aus, wie viele feste und freie Mitarbeitende im Lokalen Hörfunk insgesamt arbeiten.

**25. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung vor, unter welchen Arbeitsbedingungen in den Redaktionen, die Online-Medienangebote produzieren, nach folgenden Kriterien gearbeitet wird: Art des Beschäftigungsverhältnisses (Teilzeit-, Vollzeit-, Zeitarbeitsbeschäftigung), Zahl der Tarifangestellten, Volontärinnen und Volontäre, freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Zahl der eigenen Fotojournalistinnen und -journalisten sowie deren Bezahlung? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der produzierten Online-Medienangebote.)**

Wie bereits erwähnt, ist eine Darstellung der Beschäftigten nur in Online-Redaktionen nicht möglich. Eine Beantwortung der Frage 25 kann daher ebenfalls nur anhand von Erhebungen des Wirtschaftszweiges Verlagswesen (Verlegen von Zeitungen und Zeitschriften) erfolgen. Die Bundesagentur für Arbeit kann lediglich Angaben zur Art des Beschäftigungsverhältnisses (Teilzeit, Vollzeit-, Zeitarbeitsbeschäftigung) sowie zur Entgeltverteilung machen<sup>19</sup>. Angaben nach produzierten Online-Medienangeboten liegen nicht vor.

<sup>19</sup> Das gleiche Vorgehen wurde bei der Beantwortung der Großen Anfrage 13 gewählt (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 14, S. 152-162)).

Betrachtet man die Beschäftigtenzahlen in den relevanten Wirtschaftszweigen, so sind im Bereich „Verlegen von Zeitungen“ rund 61 Prozent sozialversicherungspflichtig in Vollzeit (39 Prozent Teilzeit) beschäftigt. Im Bereich „Verlegen von Zeitschriften“ sind rund 71 Prozent sozialversicherungspflichtig in Vollzeit (29 Prozent Teilzeit) beschäftigt (Stand 31. März 2020). In der Betrachtung der Jahre 2014 und 2020 hat sich die Anzahl der sozialversicherungspflichtig in Vollzeit Beschäftigten im Bereich „Verlegen von Zeitungen“ um 1.375 Personen (-27 Prozent) verringert. Bei den Teilzeitbeschäftigten waren es 465 Beschäftigte weniger (-16 Prozent). Im Bereich „Verlegen von Zeitschriften“ reduzierte sich der Personenkreis der sozialversicherungspflichtig in Vollzeit Beschäftigten von 2014 zu 2020 um etwa 21 Prozent (Teilzeit -2,4 Prozent).

Die Beschäftigtenzahlen im Bereich der Fotografie haben sich im Vergleich von 2014 zu 2020 um etwa 89 Personen (-5 Prozent) verringert. Zum Stichtag 31. März 2020 waren etwa 72 Prozent der Beschäftigten im Bereich Fotografie sozialversicherungspflichtig in Vollzeit beschäftigt.

**Tab. 25.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort in Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung nach Wirtschaftszweigen Datenstand zum 31.03.)**

Wirtschaftszweige 2008	insgesamt						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>5813</b> Verlegen von Zeitungen	7.996	7.840	7.436	7.198	6.647	6.436	6.156
<b>5814</b> Verlegen von Zeitschriften	5.901	5.515	5.125	5.086	5.041	5.020	4.927
<b>74201</b> Fotografie	1.820	1.904	1.807	1.804	1.834	1.748	1.713

Wirtschaftszweige 2008	Vollzeitbeschäftigung						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>5813</b> Verlegen von Zeitungen	5.119	4.914	4.601	4.436	4.129	3.944	3.744
<b>5814</b> Verlegen von Zeitschriften	4.422	4.136	3.753	3.680	3.653	3.610	3.485
<b>74201</b> Fotografie	1.473	1,523	1.395	1.370	1.359	1.255	1.254

Wirtschaftszweige 2008	Teilzeitbeschäftigung*						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>5813</b> Verlegen von Zeitungen	2.877	2.926	2.835	2.762	2.518	2.492	2.412
<b>5814</b> Verlegen von Zeitschriften	1.478	1.379	1.372	1.406	1.388	1.410	1.442
<b>74201</b> Fotografie	347	372	412	434	475	463	477

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

\* Als in Teilzeit ausgeübt gilt eine Beschäftigung, bei der der Arbeitnehmer aufgrund einer Vereinbarung mit dem Arbeitgeber nicht die volle, aber regelmäßig zu einem Teil die normalerweise übliche bzw. tarifvertraglich festgelegte Arbeitszeit (Vollzeit) arbeitet.

Die Zeitarbeit spielt für die Wirtschaftszweige „Verlegen von Zeitungen“, „Verlegen von Zeitschriften“ und „Fotografie“ bislang eine eher untergeordnete Rolle. Laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit sind in den relevanten Wirtschaftszweigen 5 Personen bzw. weniger in Form von Arbeitnehmerüberlassungen beschäftigt (Stand März 2020). Eine separate Darstellung der Daten erfolgt daher nicht.

Die Anbieterbefragung konnte hierzu keine hinreichenden Erkenntnisse generieren. Wie bereits in Frage 23 beschrieben wurde, besteht der Großteil aller Online-Angebote aus weniger als zehn Mitarbeitenden.

**Tab. 25.2 Monatliches Bruttoarbeitsentgelt der sozialversicherungspflichtig Vollzeitbeschäftigten**

Tätigkeit nach 2008 (Auswahl)	WZ	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
			1	2	3	4
58130		30. Dezember 2019	3.593	33	3.560	4.179
Verlegen von Zeitungen						
58140		30. Dezember 2019	3.375	40	3.335	3.770
Verlegen von Zeitschriften						
74201		30. Dezember 2019	996	6	990	2.439
Fotografie						

Erstellungsdatum: 10.11.2020, Statistik-Service West, Auftragsnummer 308964

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

Der aktuell ausgewiesene Medianwert bzgl. der Entgeltverteilung (monatliches Bruttoarbeitsentgelt (Stand 30. Dezember 2019) liegt im Wirtschaftszweig „Verlegen von Zeitungen“ bei 4.179 € und „Verlegen von Zeitschriften“ bei 3.770 € und im Bereich Fotografie bei 2.439 €. Allerdings muss hier darauf hingewiesen werden, dass ein Ausweis von Entgeltverteilungen methodisch nur erfolgt, wenn die Zahl der Beschäftigten mit Angabe zum Entgelt über 500 liegt.

Für die lokalen Hörfunksender, die (wie oben als Antwort auf Frage 23 beschrieben), keine eigenen Online-Redaktionen bilden, wird bezüglich der Beschäftigungsverhältnisse auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 (Frage 31, Seiten 39-40) verwiesen. Der VLR führt dort aus, wie viele Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigte im Lokalen Hörfunk insgesamt arbeiten. Radio NRW teilt auf Anfrage mit, dass die dort angestellten Mitarbeitenden fest in Vollzeit angestellt sind und unter den Tarifvertrag fallen. (Quelle: Kommunikation mit Radio NRW, Dezember 2020)

Der WDR teilt hierzu mit, dass 114 Stellen im Telemedienbericht für 2019 genannt sind. Hinzu kommen diverse freie Mitarbeitende. In jeder Redaktion gibt es jedoch unterschiedliche Gepflogenheiten, zu welchem Anteil freie wie feste Mitarbeitende für Internetpräsenzen, soziale Medien und andere digitale Produkte arbeiten. Informationen über Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund einer Teilmenge der Belegschaft liegen nicht vor und gäbe es sie, wäre eine Weitergabe datenschutzrechtlich problematisch. (Quelle: Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021)

Die Anbieterbefragung konnte keine ergänzenden sinnvollen Erkenntnisse generieren. Wie bereits in Frage 23 beschrieben wurde, besteht der Großteil aller Online-Angebote aus weniger als zehn Mitarbeitenden.

**26. *Wie bewertet die Landesregierung die Entwicklung der Beschäftigungssituation in Online-Redaktionen?***

Die Landesregierung kann die Beschäftigungssituation in Online-Redaktionen nicht bewerten, da eigenständige Online-Redaktionen kaum vorzufinden sind. Fast alle der großen und reichweitenstarken Online-Medienangebote sind eng verbunden mit Print- oder Hörfunkangeboten und sowohl Redaktionen als auch Betreiber arbeiten crossmedial, also über mehr als einen Medienkanal hinweg. Eine isolierte Betrachtung der Online-Redaktionen ist nicht möglich.

Es ist allenfalls möglich, die Beschäftigungssituation im Medienmarkt generell zu bewerten: Die aufgeführten Daten der Bundesagentur für Arbeit schließen an die Erkenntnisse aus den vorherigen Untersuchungen an. So zeigt sich bei den Zeitungs- und Zeitschriften-Verlagen ein weiterer Arbeitsplatzabbau, der negative Auswirkungen auf die Vielfalt und Qualität der Verlagsangebote haben kann.

**27. *Wie viele Beschäftigte – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht und Art des Beschäftigungsverhältnisses – gibt es bundesweit bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnützigem Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing etc.)?***

**28. *Wie viele Beschäftigte – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht und Art des Beschäftigungsverhältnisses – gibt es bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen (z. B. gemeinnützigem Journalismus, Crowdfunding, Crowdsourcing etc.) und Sitz in Nordrhein-Westfalen?***



Aufgrund des engen Sachzusammenhangs werden die Fragen 27 und 28 wie folgt zusammen beantwortet:

Als Annäherung an alternative Geschäftsmodelle betrachten wir Online-Only-Angebote, die nicht mit bestehenden Medien wie Zeitungen oder Hörfunk verbunden sind und die zudem (anders als die meisten Online-Angebote) nicht allein oder nicht überwiegend Erlöse aus Display-Werbung erzielen, sondern ein Geschäftsmodell auf Basis von Vertriebs Erlösen wie Abonnements aufgebaut haben. Hier gibt es bislang allerdings nur sehr wenige Online-Only-Angebote, die entsprechende Erlösmodelle aufgebaut haben.<sup>20</sup> Die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse ist daher als gering einzuschätzen.

Daneben sind der Frage nach auch Online-Only-Angebote zu betrachten, die Spenden akquirieren. Bei den wenigen Angeboten, bei denen die Nutzenden sichtbar nach Spenden gefragt wurden, schien dies jedoch nicht zwangsläufig ein alternatives Geschäftsmodell zu sein, in dem Sinne, dass es alternativ zu dem Erlösmodell der Onlinewerbung steht. Es könnte sich dabei eher um eine ergänzende Erlösquelle handeln, bei der unklar ist, inwieweit dies zur Finanzierung des Angebots und von Mitarbeitenden beiträgt. Wie in der Antwort auf Frage 23 beschrieben, sind bei Online-Only-Angeboten in der Regel unter 10 Personen beschäftigt, so dass keine differenzierten Ergebnisse aus der Anbieterbefragung aufgezeigt werden.

Mit Blick auf gemeinnützige Akteure liegen der Landesregierung keine übergreifenden detaillierten Informationen vor. Auf deren Internetseiten finden sich aber in der Regel Informationen zu den jeweiligen Teams, das gilt z. B. für das Recherchenetzwerk CORRECTIV mit Sitz in Nordrhein-Westfalen. Im Transparenzbericht von CORRECTIV (o. D.; S. 54-59) werden 36 Mitglieder des Teams vorgestellt. Zudem sind dort die Ausgaben für Personal und für freie Mitarbeit verzeichnet (ebd., S. 53).

Zur Beschäftigungssituation bei Online-Angeboten außerhalb des Bundeslandes liegen der Landesregierung keine weiteren Erkenntnisse vor.

**29. *Wie bewertet die Landesregierung die Beschäftigungssituation bei Anbietern von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen im Vergleich zu jenen mit klassischen Geschäftsmodellen?***

Die Landesregierung begrüßt es, wenn alternative, zum Beispiel auf Abonnementerlösen beruhende Geschäftsmodelle für reine Online-Angebote entstehen. Ebenso setzt sich die Landesregierung bekanntermaßen für die Förderung des gemeinnützigen Journalismus ein, u. a. im Rahmen einer Bundesratsinitiative zur Reform der Abgabenordnung. Alternative, auch gemeinnützige journalistische Angebote können relevante Beiträge zur Medienvielfalt leisten und neue Beschäftigungsmöglichkeiten für Journalistinnen und Journalisten schaffen.

**30. *Wie gestaltet sich die Organisationsstruktur der Online-Redaktionen im Hinblick auf den Status der Vollredaktion bzw. der Erstellung journalistischer Inhalte in Zusammenarbeit mit externen Dienstleisterinnen und Dienstleistern? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der produzierten Online-Medienangebote.)***

---

<sup>20</sup> In Nordrhein-Westfalen sind die Angebote taeglich.me aus Mettmann oder [rums.de](http://rums.de) aus Münster zu nennen.

**31. Inwiefern unterscheidet sich die Organisationsstruktur bei Online-Medienangeboten, die online-born sind, von solchen, die ein Offline-Pendant haben?**

Wegen des engen sachlichen Zusammenhangs werden die Fragen 30 und 31 wie folgt zusammen beantwortet:

Die Online-Medienlandschaft ist geprägt von Angeboten, die mit bestehenden Print- oder Rundfunkangeboten eng verbunden sind. Online-Redaktionen, die unabhängig von weiteren Redaktionen arbeiten, sind bei den großen und reichweitenstarken Online-Angeboten praktisch nicht vorzufinden. Die Online-Inhalte sind das Ergebnis der crossmedialen Arbeit einer Gesamtreaktion, die sie neben dem Online-Angebot bedient.

Die Gesamtreaktion arbeitet dabei in der Regel mit Dienstleistern wie Nachrichtenagenturen zusammen, sowohl bei Print- und Hörfunk- als auch bei Onlineinhalten. Bei den lokalen Hörfunkangeboten fungiert Radio NRW als Programmanbieter für die einzelnen Hörfunkangebote, sowohl mit Angeboten für das überwiegend per UKW verbreitete Hörfunkprogramm als auch für Online-Inhalte.

Bei den in der Regel sehr kleinen und eher lokalen Online-Only-Angeboten wird hinsichtlich der Organisation darauf hingewiesen, dass kaum Mittel für die Finanzierung einer klassischen Redaktion (analog zu etablierten Medien) verfügbar sein dürften, wie in Kapitel III näher erläutert wird. Vielfach gehen die Betreiber einer weiteren Tätigkeit nach, beispielsweise sind sie auch Inhaber einer Kommunikationsagentur.

**32. Inwiefern finden bei Online-Medienangeboten lokale Redaktionskooperationen statt? (Mit der Bitte um Auflistung der kooperierenden Redaktionen und der Kooperationsform.)**

In der Beantwortung der Großen Anfrage 13, Drucksache 17/8469 wurden ausführlich redaktionelle Kooperationen zwischen Zeitungsverlagen erörtert (Große Anfrage 13, Frage 59, Seiten 241-243) und im Rückbezug auf die Große Anfrage 22, auch Kooperationen bzgl. Onlineportalen referenziert (Große Anfrage 22, Frage 55, Seiten 134-137).

Für die Online-Angebote des Lokalen Hörfunks wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Fragen 80-83, Seiten 70-71) wonach redaktionelle Kooperationen beim Lokalen Hörfunk bislang kaum existieren.

Die Ergebnisse der im Rahmen dieser Anfrage durchgeführten Anbieterbefragung (aserto, 2020b) zeigen, dass innerhalb der Online-Only-Angebote eher selten Redaktionskooperationen bestehen. Innerhalb der Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen) ist das Verhältnis von Redaktionskooperationen hingegen ausgeglichen: Knapp die Hälfte aller befragten Anbieterinnen und Anbieter gab an, in Kooperation mit anderen Redaktionen zu stehen. Hierbei handelt es sich vor allem um Kooperationen bezogen auf den redaktionellen Austausch oder die Mehrfachverwertung von Bild-/ Videomaterial, Interviews und Tonaufnahmen.

**Tab. 32.1 Redaktionskooperationen**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	7	47%	8	53%
Online-Only (lokal & regional)	27	5	19%	22	81%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 42 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Wenn Sie weiterhin an die Inhalte Ihrer Online-Medienangebote denken, bestehen diesbezüglich Kooperationen mit anderen Online-Anbietern?

**33. Wie ist der Stand des Outsourcings von Redaktionen bzw. Redaktionsleistungen bei Online-Medienangeboten im Vergleich zu Offline-Angeboten seit 2014? Welche aktuellen Fälle sind der Landesregierung bekannt? (Bitte jährliche Entwicklung auflisten.)**

In der Beantwortung der Großen Anfrage 13 wurden aktuelle Outsourcing-Maßnahmen der Verlage abgebildet. Es liegen keine Hinweise vor, dass gezielt in Bezug auf Online-Angebote ein Outsourcing stattfindet (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 19, Seiten 174-177)).

Zu den anderen Online-Angebote liegen keine konkreten Erkenntnisse vor.

**34. Liegen der Landesregierung aktuelle Erkenntnisse vor, wie viele Online-Redakteurinnen und -Redakteure einen Migrationshintergrund haben und wie sich diese auf die einzelnen Online-Medienangebote und Tätigkeiten verteilen?**

Wie bereits in der Großen Anfrage 13 dargelegt, ist eine Beantwortung dieser Frage nur über Annäherungen möglich, da der Landesregierung zu dieser Frage keine eindeutigen Erkenntnisse vorliegen (Große Anfrage 13, Frage 21, Seiten 183-185).

Insgesamt gibt es wenig Transparenz zum Thema Diversität in deutschen Medienhäusern. Es wird geschätzt, dass nur jeder zwanzigste Journalist in Deutschland ausländische Wurzeln hat (Lushtaku, 2019).<sup>21</sup> Mehrere Maßnahmen zielen daher darauf, mehr Personen mit Migrationshintergrund in Medienberufen zu beteiligen. Exemplarisch genannt seien der „Nationale Aktionsplan Integration“, die Talentwerkstatt „Grenzenlos“ des WDR, die Heinrich-Böll-Stiftung mit dem Programm „Medienvielfalt, anders“ und nicht zuletzt der Verein „Neue deutsche Medienmacher\*innen“ (ebd.), der im Ruhrgebiet im Rahmen der Ruhr-Konferenz im Jahr 2020 mit Unterstützung der Landesregierung das Mentoring-Programm Mentoring@Ruhrgebiet zur Förderung von Diversität in Redaktionen gestartet hat<sup>22</sup>.

Eine im Jahr 2019 von den Neuen deutschen Medienmacher\*innen durchgeführte und 2020 veröffentlichte Studie hat ergeben, dass nur sechs Prozent der Chefredakteurinnen und -redakteure in Deutschland über einen Migrationshintergrund verfügen – und diese kommen aus Nachbarländern Deutschlands oder der EU (Boychev, Horz & Neumüller, 2020, S. 3). Die Forderung nach diverser besetzten Redaktionen wird jedoch inzwischen von der Mehrheit der befragten Chefredakteure geteilt (ebd., S. 4). Die Studie zeigt außerdem auf, dass das

<sup>21</sup> Insgesamt hat in Deutschland fast jede vierte Person einen Migrationshintergrund (ebd.).

<sup>22</sup> siehe auch <https://www.neuemedienmacher.de/projekte/mentoring-ruhrgebiet/>

Interesse der Medienunternehmen, Daten über den Anteil an Journalistinnen und Journalisten mit Migrationshintergrund im eigenen Unternehmen zu erheben, sehr gering ist (ebd., S. 10). Nur eine befragte Redaktion konnte verlässliche Angaben zu dieser Thematik machen (ebd.).

Die aktuellste (nicht repräsentative) Studie für Nordrhein-Westfalen aus dem Jahr 2016 schätzt den Anteil der Journalistinnen und Journalisten mit Migrationshintergrund auf vier bis fünf Prozent (Pöttker, Kieseewetter & Lofink, 2016).

Für die Online-Angebote des Lokalen Hörfunks sowie des WDR wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Frage 34, Seite 44). Der VLR meldet nach einer Erhebung bei den Veranstaltergemeinschaften für alle Beschäftigten einen Anteil von 2 Prozent, weist aber darauf hin, dass „Migrationshintergrund“ in der Regel „nicht als Merkmal in einer Personalakte“ gespeichert oder überhaupt im Rahmen der Beschäftigung thematisiert werde. Daher besteht die Vermutung, dass der tatsächliche Anteil höher sein könnte.

Auch die Anbieterbefragung konnte keine zusätzlichen Erkenntnisse generieren. Wie bereits in Frage 23 beschrieben wurde, besteht der Großteil aller Online-Angebote aus weniger als zehn Mitarbeitenden. Diese hinsichtlich ihrer familiären Wurzeln weiter zu differenzieren, ist an dieser Stelle nicht zielführend.

**35. *Wie ist es aktuell um die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses für Online-Formate bzw. cross-mediale Inhalte in Nordrhein-Westfalen bestellt? (Bitte differenzieren nach der Ausbildungssituation in verlagseigenen Schulen und weiteren Ausbildungsstätten und nach Geschlecht auflisten.)***

**36. *Wie ist es aktuell um die Ausbildungs- und Weiterbildungsträger des journalistischen Nachwuchses für Online-Formate bzw. cross-mediale Inhalte in Nordrhein-Westfalen bestellt? Wie bewertet die Landesregierung deren Entwicklung? (Mit der Bitte um Auflistung der Ausbildungs- und Weiterbildungsträger in Nordrhein-Westfalen.)***

In Anbetracht des Sachzusammenhangs werden die Fragen 35 und 36 gemeinsam beantwortet.

Aufgrund der crossmedialen Arbeitsweise der Redaktionen ist davon auszugehen, dass in der journalistischen Ausbildung längst auch solche Formate bzw. Lerninhalte verankert sind, die für die Bereitstellung von Online-Medienangeboten hilfreich sind. So ist bereits in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 dargelegt, dass die crossmediale Ausbildung inzwischen in den meisten Journalistenschulen angekommen ist. So sind in den Lehrplänen die unterschiedlichen Medienformen abgedeckt – Schwerpunkte werden individuell gesetzt (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 22, Seiten 185-186)).

Die Aussagen der Beantwortung der Großen Anfrage 13 können auf die Beantwortung dieser Frage übertragen werden (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 23, S. 186-188)). Eine klare Unterscheidung zwischen Aus- und Weiterbildungsträgern ist nicht überall zu treffen, da auch die Zielgruppen teilweise divergieren. Die in der Großen Anfrage 13 aufgeführten Einrichtungen bieten (nach Prüfung aller Webseiten) nach wie vor Ausbildungen bzw. Ausbildungsinhalte für journalistischen Nachwuchs an. Das gilt sowohl für die Angebote der Verlage, Stiftungen und Verbände wie

die akademischen Angebote in öffentlicher oder privater Trägerschaft. „Haus Busch“ hat Ende 2019 seinen Betrieb eingestellt, neu gegründet wurde das Journalistenzentrum Herne.

Für die journalistische Ausbildung bei Online-Angeboten des Lokalen Hörfunks sowie des WDR wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Frage 35, Seite 45). Dort wird ausgeführt, wie viele Volontärinnen und Volontäre beim WDR und Lokalen Hörfunk ausgebildet werden.

Die folgenden Tabellen listen alle aktuellen Schulen, Akademien sowie Hochschulen in Nordrhein-Westfalen auf, die sich mit der Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten beschäftigen. Eine Separierung der Ausbildung für Online- oder crossmediale Formate ist nicht zu treffen, da die Ausbildungen überwiegend alle Medien beinhalten (vgl. Frage 35).

**Tabelle 36.1 Schulen/Akademien**

<b>Bildungsstätte: Schulen/Akademien</b>	<b>Standort</b>	<b>Weiterbildungs- format</b>	<b>Ausbildungs- format</b>
Journalistenzentrum Herne   Neue Gesellschaft für publizistische Bildungsarbeit	Herne	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungsseminare	überbetriebliche Volontärskurse
Akademie für Journalistenausbildung	Hamm	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungsseminare	überbetriebliche Volontärskurse
Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.   Akademie für Nachwuchsjournalisten	Sankt Augustin, Berlin	/	studienbegleiten des Stipendium mit Seminaren in den Semesterferien
Friedrich-Ebert-Stiftung JournalistenAkademie	Bonn, Berlin Bonn (Veranstaltungen landesweit)	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungsseminare und „interne Weiterbildungsangebote“	mehrtägige Seminare für (Nachwuchs-) Journalistinnen und Journalisten, mehrwöchiges Hospitanzprogramm
Georg von Holtzbrinck Schule für Wirtschaftsjournalisten	Düsseldorf	/	Vollzeit Volontariat
ProContent gemeinnützige Aktiengesellschaft Akademie für Journalismus, PR und Kommunikation, vormals Medien-Akademie Ruhr (Fusion aus ev. Medienakademie in Düsseldorf und Journalistenschule Ruhr in Essen)	Essen	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungsseminare	überbetriebliche Volontärskurse

<b>Bildungsstätte: Schulen/Akademien</b>	<b>Standort</b>	<b>Weiterbildungs- format</b>	<b>Ausbildungs- format</b>
RTL Journalistenschule	Köln	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare (wenige Workshops)	Vollzeit
Kölner Journalistenschule	Köln	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare (im Moment keine Angebote)	ein Jahr Vollzeit, dann studien- begleitend
Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung	Bonn (Veranstal- tungen landesweit)	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare (wenig Angebote)	/
deutsche ict + medienakademie	Köln (Veranstaltun- gen Nordrhein- Westfalen- weit)	überbetriebliche, eintägige Weiterbildungskurs e	/
Grimme Akademie	Marl	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	mehrtägige Seminare für (Nachwuchs-) Journalistinnen und Journalisten
Initiative Tageszeitungen e. V.	Frankfurt Seminare aber in Bielefeld	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	/
MQ-Gesellschaft für MehrQualität mbH	Köln	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	/
mibeg-Institut Medien	Köln	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	mehrtägige Seminare für (Nachwuchs-) Journalistinnen und Journalisten
Journalistenschule der Rheinischen Post	Düsseldorf	Inhouse Weiterbildungen für Mitarbeitende	Vollzeit
Deutscher Journalisten-Verband (DJV) NRW	Nordrhein- Westfalen- weit und Webinare	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	/

<b>Bildungsstätte: Schulen/Akademien</b>	<b>Standort</b>	<b>Weiterbildungs- format</b>	<b>Ausbildungs- format</b>
DW-Akademie	Bonn	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	Vollzeit Volontariat
Business Academy Ruhr	Dortmund	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	

Quelle: Webseiten der Anbieter

**Tab. 36.2 Hochschulen mit direktem Journalismusbezug**

<b>Bildungsstätte: Hochschulen (mit direktem Journalismus- bezug)</b>	<b>Standort</b>	<b>Weiterbildungs- format</b>	<b>Ausbildungsformat</b>
AMD Akademie Mode & Design	Düsseldorf		Fashion Journalism and Communication (B. A.)
Fachhochschule des Mittelstands (FHM)	Bielefeld, Köln		berufsbegleitend zweiftrimestriger Bachelor- Studiengang (inkl. zwei Praxistrimester) Medienkommunikation und Journalismus
HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft	Köln		B. A. Journalismus und Unternehmenskommunikation, Dual Journalismus und Unternehmenskommunikation, M. A. Konvergenter Journalismus
Hochschule Macromedia	Köln		Bachelor-Studium Journalistik B. A.
SAE Institute GmbH	Köln	Workshops	BA/BSc (Hons) Media Production and Publishing
Technische Akademie Wuppertal	Bochum, Hamm		Journalismus & PR (B. A.) in Kooperation mit der Westfälischen Hochschule
University of Applied Sciences Europe	Iserlohn		Journalismus & Unternehmenskommunikation
Fachhochschule Südwestfalen	Hagen		Technische Redaktion und Medienmanagement (B. Eng.)
Technische Hochschule Köln	Köln		Online-Redaktion (Bachelor)
Technische Universität Dortmund	Dortmund		Journalistik, Wirtschaftspolitischer Journalismus,

<b>Bildungsstätte: Hochschulen (mit direktem Journalismus- bezug)</b>	<b>Standort</b>	<b>Weiterbildungs- format</b>	<b>Ausbildungsformat</b>
- Institut für Journalistik			Wissenschaftsjournalismus, Musikjournalismus
Fachhochschule Dortmund	Dortmund		Bachelor Fotografie im Fachbereich Design, Spezialisierungsoption Bildjournalismus
Westfälische Hochschule	Gelsenkirchen		Bachelor Journalismus und PR (Gelsenkirchen)
Technische Akademie Wuppertal e. V.	Bochum		siebensemestriges Studium Journalismus und Public Relations - B.A. an der Technischen Akademie Wuppertal e. V. in Kooperation mit der Westfälischen Hochschule, Standort Gelsenkirchen

Quelle: Webseiten der Anbieter

Ergänzend wird in diesem Zusammenhang auf das von Studio 47 im Rahmen der Ruhr-Konferenz initiierte und von der Landesregierung geförderte Projekt „RuhrReporter – Medienmacher 4.0“ hingewiesen, mit dem Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten in der Region seit Herbst 2020 ein neues, dezidiert cross-mediales Ausbildungsangebot gemacht wird (studio47.de, o. D.).

**37. Bei welchen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen werden freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach den vereinbarten „Vergütungsregeln“ der Tarifparteien bezahlt?**

Mit Blick auf die Zeitungsverlage und den Hörfunk wird auf die Ausführungen in den Antworten der Landesregierung auf die Großen Anfragen 13 (Frage 26, Seiten 190-191) und 22 (Frage 24, Seiten 66-67) zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen verwiesen. Dort ist dokumentiert, dass der BDZV, der DJV sowie die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) im Jahr 2010 „Gemeinsame Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen“ vereinbart haben und 2013 auch die „Vergütungsbeiträge für Bildbeiträge in Tageszeitungen“ in Kraft getreten sind. Nach Ansicht der Gewerkschaften werden diese Regeln nur selten eingehalten, der BDZV widerspricht dem.

Darüber hinaus wird zum Radiomarkt in Nordrhein-Westfalen auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 (Frage 39 und 40, Seite 48) verwiesen. Der VLR teilt demnach mit, dass der Tarifvertrag des Lokalen Hörfunks NRW keine Anwendung auf freie Mitarbeitende finde. Der WDR verweist auf den „Vergütungstarifvertrag über die Mindestvergütungen der arbeitnehmerähnlichen Personen und der auf Produktionsdauer Beschäftigten des WDR“ sowie auf die dazu gehörenden Honorar-Rahmen. Offen sei die Vergütung bislang nicht tarifierter Leistungen.



Für die Online-Angebote des WDR wird auf die Stellungnahme des WDR in der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Frage 31, Seiten 37-38). Demnach ist die Vergütung freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem (separaten) Tarifvertrag geregelt.

Aktuell berichtet der Berufsverband „Freischreiber“ von einem Brutto-Verdienst für freie Journalistinnen und Journalisten von durchschnittlich 22,73 Euro brutto pro Stunde. Die Ergebnisse wurden auf Grundlage von 2.064 anonymen Angaben ermittelt, die über die Website [wasjournalistenverdienen.de](http://wasjournalistenverdienen.de) generiert wurden. V. a. Lokaljournalisten liegen mit 18,64 Euro deutlich unter dem Durchschnitt. 8,1 Prozent der Freien, die für überregionale Tageszeitungen arbeiten, verdienen nach Angaben von „Freischreiber“ unter 5 Euro pro Stunde, bei den Regionalen sind es 4,8 Prozent ([wasjournalistenverdienen.de](http://wasjournalistenverdienen.de), 2020). Die Daten dieser Umfrage sind aufgrund der sich selbst rekrutierenden Stichprobe nicht als repräsentativ zu bezeichnen – aufgrund der vergleichsweise hohen Fallzahlen sind sie aber als belastbare Hinweise einzuschätzen.

Ein weiterer Trend zeigt sich im Vergleich analoger und digitaler Beiträge: „Freie Journalistinnen und Journalisten, deren Beiträge nur analog verbreitet werden, haben statistisch höhere Brutto-Stundenhonorare.“ ([wasjournalistenverdienen.de](http://wasjournalistenverdienen.de), 2020). Der Median von 31,39 Euro steht dem Median von 28,13 Euro freier Journalistinnen und Journalisten gegenüber, deren Inhalte ausschließlich digital erschienen. Noch geringer ist der Median für Freie, deren Beiträge sowohl analog als auch digital erscheinen: Hier liegt das durchschnittliche Stundehonorar bei 25,77 Euro und damit knapp 20 Prozent unter dem Stundehonorar jener Personen, deren Beiträge nur analog erscheinen (ebd.).

Wegen der COVID-19-Pandemie ist die Situation für freie Journalistinnen und Journalisten noch schwieriger geworden. Der DJV NRW hat 2020 eine Befragung von freien Journalistinnen und Journalisten veröffentlicht, die erhebliche pandemiebedingte Auftrags- und Einkommensverluste belegt ([djv-nrw.de](http://djv-nrw.de), 2020).

Wie in Frage 23 bereits beschrieben, zeigen die Ergebnisse der Anbieterbefragung, dass ein Großteil der weiteren Online-Angebote eine Beschäftigtenanzahl von 10 Personen nicht übersteigt. Aus diesem Grund können an dieser Stelle keine differenzierteren Ergebnisse aus der Anbieterbefragung aufgezeigt werden.

**38. *Wie gestaltet sich die gängige Praxis bei der Vergütung von Online-Erzeugnissen? Inwiefern spielen Klickzahlen dabei eine Rolle?***

Für die Vergütung von Journalisten bestehen bei etablierten Medien wie bei Tageszeitungen oder beim Hörfunk gängige Standards.

Zu unterscheiden ist zwischen fest angestellten und freien Beschäftigten:

Bei fest angestellten Beschäftigten erfolgt die Vergütung im Regelfall über ein fest vereinbartes, regelmäßiges Gehalt, dessen Größenordnung in der Antwort auf Frage 25 beschrieben wird.

Für freie Mitarbeitende stellt der DJV eine Honorarübersicht bereit, die Journalisten und Medien „die notwendigen Anhaltspunkte an die Hand geben“ (Deutscher Journalisten-Verband, 2013, S. 34). Die Abrechnungsmodelle für redaktionelle Beiträge richten sich in der Regel nach der Anzahl der Zeichen der Texte oder nach Tages- bzw. Stundensätzen. Audio- und Videobeiträge werden oft nach Beitragspauschalen (je nach Art des Beitrags) oder auch

pro Minute abgerechnet. Weitere Vergütungsmodelle bestehen für die Nutzung von Fotos und Abbildungen. Laut DJV variieren die Honorare je nach Art des Mediums. Für Online-Beiträge sieht der DJV entweder einen prozentualen Aufschlag für die Zweitverwertung oder eine spezielle Honorarübersicht für reine Online-Beiträge vor.

In der Praxis werden diese Vergütungsrahmen möglicherweise nicht erreicht, darauf deutet der Honorarreport 2020 des Vereins Freischreiber, der auf etwa 2.000 Honorareinsendungen basiert, hin (Jakob, Eberhardt, Eber, Maier-Borst & Penke, 2020). Die Vergütungen von freien Journalisten bei verschiedenen Medien werden dort vergleichend gegenübergestellt und deuten auf erhebliche Unterschiede der Vergütung je nach abnehmender Redaktion hin.

Nutzungszahlen wie Page Impressions sind für Medien von Bedeutung. So zeigt sich, dass Redaktionen ihre Nutzungszahlen durchaus auswerten und ein Benchmarking durchführen (vgl. Antwort auf Frage 51). Daraus können auch Erwartungen oder Vorgaben abgeleitet werden, was insbesondere bei Online-Angeboten zu erwarten ist, die sich ausschließlich oder zu hohem Anteil durch Werbeerlöse finanzieren.

Die Landesregierung hat jedoch keine Hinweise darauf, dass es sich in Nordrhein-Westfalen oder auch bundesweit etabliert haben könnte, Nutzungszahlen bei der Vergütung von fest angestellten oder freien Mitarbeitenden einzubeziehen.

**39. *Wie gestaltet sich diese Praxis der Vergütung bei Mehrfachnutzung insbesondere bei lokalen Redaktions-Kooperationen?***

Für die Vorgehensweise der Vergütung bei Mehrfachnutzung wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 (Frage 27, Seiten 191-192) verwiesen. Wie dort dokumentiert, liegen leider keine neuen statistischen Erhebungen zu dieser Thematik vor. Dies gilt nach wie vor.

Für die Online-Angebote des Lokalen Hörfunks sowie des WDR wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Frage 41, Seiten 48-49). Dort wird die Vergütung der Mehrfachnutzung generell beschrieben.

**40. *Wie gestaltet sich die redaktionelle Kooperation innerhalb eines Medienhauses bei Online-Medienangeboten hinsichtlich der Erstellung und Verbreitung der Inhalte?***

Wie in der Vorbemerkung erläutert, geht die Landesregierung davon aus, dass Journalismus in hohem Maße medienübergreifend, also crossmedial, praktiziert wird, sodass sich die Arbeit für klassische Medien wie Print, Hörfunk oder Fernsehen nicht mehr klar von der für Onlineangebote und weiterer digitaler Kanäle trennen lässt. In Newsrooms oder Newsdecks erarbeiten Journalistinnen und Journalisten Inhalte, die auf mehreren Kanälen erscheinen, in gedruckter Form oder als Hörfunkbeitrag genauso wie als Online-Beitrag. Diese crossmediale Entwicklung geht häufig einher mit einer weitgehenden Bündelung der redaktionellen Inhalte sowohl in Lokalredaktionen als auch in Fachressorts.

### III. Wirtschaftliche Entwicklung

41. **Wie haben sich seit 2014 die relevanten Marktdaten (Abos, Pay-Wall, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen usw.) für Online-Anbieter entwickelt? (Bitte auflisten nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen (online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten) und Medientyp.)**
42. **Wie haben sich seit 2014 die relevanten Marktdaten (Abos, Pay-Wall, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen etc.) für Anbieter von Online-Medienangeboten mit alternativen Geschäftsmodellen entwickelt? (Bitte auflisten nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen (online-born, Online-Version einer Tages- bzw. Wochenzeitung, eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags, Online-Medienangebote eines Vermarkters, Blogs mit politischen Informationsinhalten) und Medientyp.)**

Die Fragen 41 und 42 werden aufgrund ihrer thematischen Nähe im Folgenden gemeinsam beantwortet.

Grundsätzlich liegen keine systematischen Informationen zu den angefragten Angebots-Typen vor (auch nicht im Zeitverlauf), so dass hier lediglich auf einige Aspekte der Online-Angebote der Tageszeitungen eingegangen werden kann. Ergänzt werden Informationen aus der Anbieterbefragung zu weiteren Online-Angeboten (aserto, 2020b).

Für relevante Marktdaten für Tageszeitungen als solche (inklusive online) wird an dieser Stelle auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 (Frage 28, Seiten 192-195) verwiesen. Dort ist dargelegt, wie sich die Kostenstruktur der Verlage von Abonnementzeitungen in Westdeutschland darstellt, wie sich der Umsatz von Zeitungen nach Zeitungstyp und explizit von regionalen Abo-Zeitungen in Westdeutschland gestaltet und wie die Erlöse pro Monatsstück nach Zeitungstyp in Euro aussehen. Nicht zuletzt werden Umsätze und Konzernüberschüsse ausgewählter Verlage differenziert dargelegt.

Den Typus „eigenständiges Online-Angebot eines Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags“ gibt es, wie bereits mehrfach erörtert, kaum bzw. gar nicht in Nordrhein-Westfalen. Stattdessen sind die Angebote jeweils verlegerisch in den Erlösmodellen und journalistisch in Newsrooms eng verwoben, weshalb für online keine gesonderten Angaben gemacht werden können. Für Online-Angebote von Zeitungen lässt sich der aktuelle Stand zum Thema Paid Content insofern abbilden (vgl. Tabelle 41.1), als dass bekannt ist, welcher Titel welche Paid-Content-Modelle anbietet (zu den Abrechnungsmodellen der Tageszeitungen wird hierzu auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 77, Seiten 301-304), in der u. a. anhand einer Website-Recherche die Abrechnungsmodelle und -modi der Zeitungstitel tabellarisch dargestellt werden).

Für Marktdaten der Radiosender sei auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 verwiesen (Fragen 44 und 45, Seiten 50-51). Auch hier lässt sich das Online-Angebot weder journalistisch noch wirtschaftlich isoliert von der Radiostation betrachten. Bei den Hörfunksendern kommt hinzu, dass Online keine Vertriebs Erlöse erzielt werden, sondern ausschließlich Werbung zur Finanzierung beiträgt. Wenn man die Nutzungszahlen (vgl. Antworten auf die Fragen 3 bis 5) in Bezug zu typischen Werbeerlösen setzt, dann wird nicht sichtbar, dass das Erlöspotenzial im Internet als eigenes Geschäftsmodell eine eigenständige Online-Redaktion tragen könnte. Auch der Verband der Betriebsgesellschaften e.V. sieht im

„Online-Audio-Angebot zumindest auf absehbare Zeit kein eigenständiges Geschäftsmodell, vielmehr ein komplementäres Element zu den Vermarktungserlösen aus der analog-terrestrischen Vermarktung“ (Kommunikation mit dem Verband der Betriebsgesellschaften e. V., Januar 2021).

Noch deutlicher wird das Fehlen eines eigenständigen Online-Geschäftsmodells bei Anzeigenblättern, deren Online-Präsenz sich häufig auf das Bereitstellen eines E-Papers der gedruckten Ausgabe beschränkt. Allerdings gibt es hier Ausnahmen wie das Angebot [lokalkompass.de](http://lokalkompass.de) von der Funke Mediengruppe, bei dem durch die Bündelung von Inhalten vieler einzelner lokaler Anzeigenblätter kombiniert mit einem Bürgerreportermodell ein inhaltlich breites Angebot mit hohem Reichweitenpotenzial besteht. Allerdings dürfte auch hier die parallele Verwertung von redaktionellen Inhalten (gedruckt in den Anzeigenblättern und online auf [lokalkompass.de](http://lokalkompass.de)) von zentraler wirtschaftlicher Bedeutung sein.

Bei den weiteren Online-Angeboten von Print-Angeboten wie Magazinen sowie Online-Only-Angeboten, deutet ebenso wenig auf ein tragfähiges Online-Geschäftsmodell hin. So zeigen die Rückmeldungen aus der Anbieterbefragung (vgl. Tab. 41.1), dass nur jedes vierte bis fünfte Angebot Erlöse erzielt und gewinnorientiert ausgerichtet ist. Viele der Angebote erzielen keine Erlöse oder haben nicht das Ziel Gewinne zu erwirtschaften. Wenn Erlöse erzielt werden, dann sind es fast ausschließlich Werbeerlöse, die vor dem Hintergrund der Reichweiten (vgl. Fragen 3 bis 5) nur sehr eingeschränkt zur Finanzierung der journalistischen Arbeit ausreichen dürften. Eine andere Finanzierung wie Direkterlöse oder Stiftungserlöse spielt nur eine untergeordnete Rolle. Dies geht einher mit dem Befund, dass viele der Online-Angebote ergänzend zu einer Haupttätigkeit oder sogar ehrenamtlich arbeiten.

**Tab. 41.1 Erlöse und Gewinnorientierung von Online-Angeboten**

	Angebot erzielt Erlöse und ist gewinnorientiert ausgerichtet			Angebot erzielt Erlöse und ist nicht gewinnorientiert ausgerichtet		Angebot erzielt keine Erlöse	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	13	3	23%	4	31%	6	46%
Online-Only (lokal & regional)	22	6	27%	6	27%	10	45%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 35 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Erzielen Sie Erlöse mit Ihrem Online-Angebot [hier wird in dem Online-Formular Ihr Angebot eingeblendet] (z. B. durch Werbung oder kostenpflichtige Inhalte? | Ist Ihr Online-Angebot eher gewinnorientiert ausgerichtet oder nicht?

Systematische Marktdaten von Anbietern alternativer Geschäftsmodelle liegen nicht vor. Die bestehenden Erkenntnisse zu einzelnen Angeboten fließen in die Antwort auf Frage 48 ein.

**43. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus den Fragen 40 und 41 in Nordrhein-Westfalen von denen im Bundesgebiet?**

Wie sich die Ergebnisse ausschließlich in Bezug auf Online-Angebote im Vergleich mit anderen Bundesländern verhalten, kann die Landesregierung nicht beantworten. Unterschiede in den Marktdaten der Tageszeitungen wurden in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 herausgestellt (Frage 29, Seiten 196-198). Es werden die vom BDZV veröffentlichten Verkaufszahlen von lokalen und regionalen Abonnementzeitungen, unterteilt nach Abonnements, Einzelverkäufen, sonstigem Verkauf und Bordexemplaren, die auf den IVW-Auflagen beruhen, aufgeführt.

**44. Welche Rolle spielen Ad-Blocker bei Erlösmodellen von Online-Medienangeboten? Wie beeinflusst das die Bereitstellung der Inhalte?**

Der Beantwortung dieser Frage wird sich aus zwei Perspektiven genähert:

Zum einen wird eine Messung der bei den Vermarktern geblockten Werbung zitiert (Abb. 44.1), zum anderen wird eine Befragung herangezogen, die zeigt, wie viele der Befragten Adblocker nutzen (Abb. 44.2). Darüber hinaus wird dargestellt, bei wie vielen Internetsitzungen – am Desktop (Tab. 44.1) oder mobil (Tab. 44.2) – Adblocker erkannt wurden.<sup>23</sup>

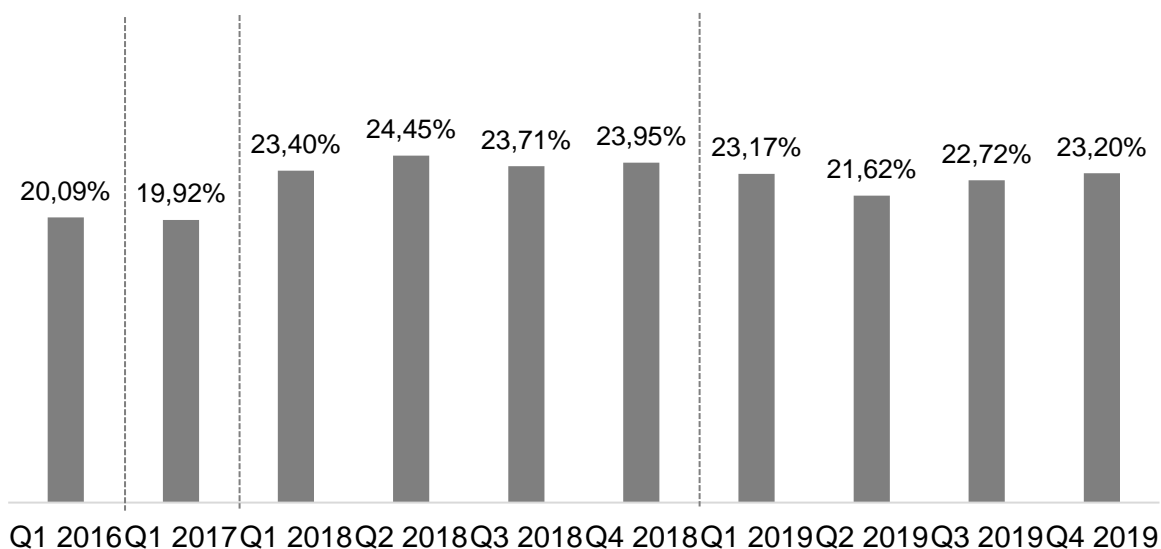
Mittels AdBlocker können Nutzende die Einblendung von Werbung in vielen Fällen verhindern. Vor dem Hintergrund, dass fast alle Angebote durch Display-Werbung Erlöse erzielen, ist dies als erhebliches Hindernis bei der Finanzierung zu sehen.

Im Vergleich zum Vorjahr verhält sich die Nutzungsrate von Adblockern im Jahr 2019 leicht rückläufig, mit einem Tiefpunkt im zweiten Quartal 2019 (vgl. Abb. 44.1). Die Angaben beruhen auf einer vom Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V. (BVDW) durchgeführten Messung der bei den Vermarktern geblockten Werbung (bvdw.org, 2020).

---

<sup>23</sup> Diese verschiedenen Erhebungswege (Befragung und technische Messung) sind eine Ursache für das dargestellte unterschiedliche Wertenniveau in den Abb. 44.1, Abb. 44.2, Tab. 44.1 und Tab. 44.2. Der Unterschied fällt zwischen den Angaben aus der Befragung und den Messwerten fällt auch deshalb erheblich aus, weil viele Befragte mehrere Geräte nutzen, wobei, wie in Tab. 44.1 & 44.2 dargestellt, die Verbreitung von Adblockern im mobilen Bereich deutlich geringer ist.

**Abb. 44.1 Zentrale Adblocker-Rate des Online-Vermarkterkreises**



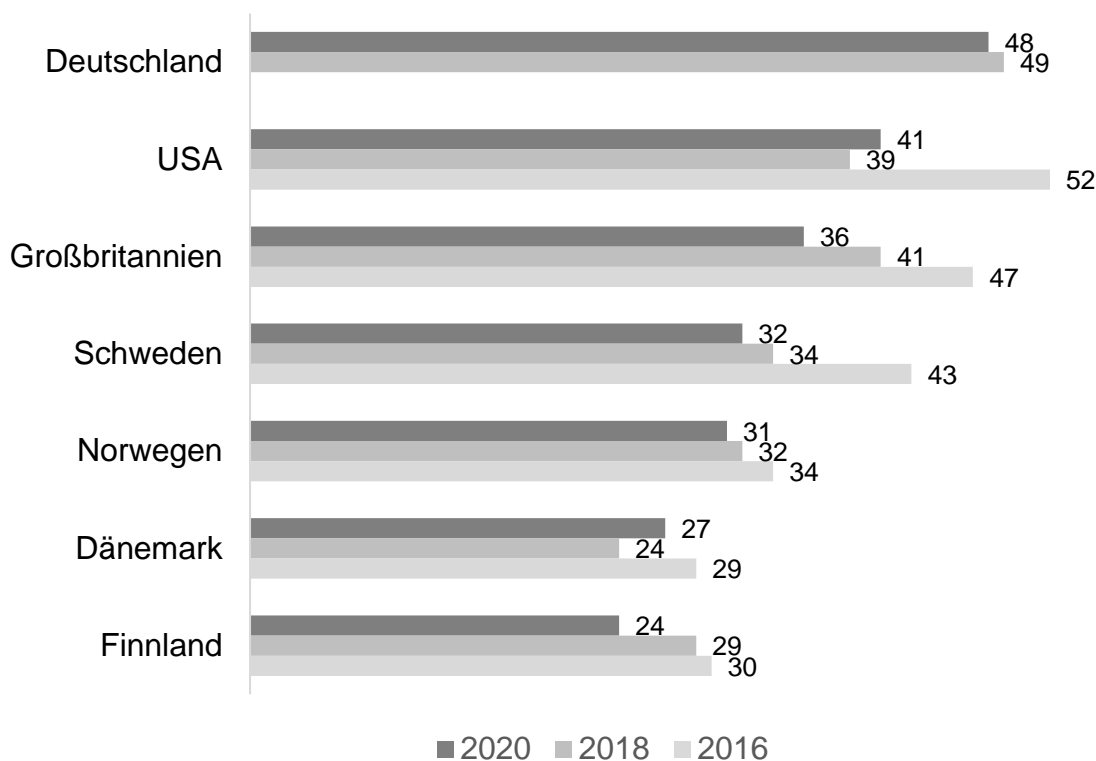
Quelle: bvdw.org, 2020

In einer im vergangenen Jahr durchgeführten Studie von AudienceProject wurden über 14.000 Befragungen in sieben Ländern (USA, Großbritannien, Deutschland, Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland) zur Adblocker-Nutzung durchgeführt. In Deutschland wurden knapp 2.500 Personen befragt, die einen repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung darstellen (Werliin, 2020; szv.de, 2020). Die Ergebnisse zeigen, dass der Anteil der Adblocker-Nutzer in allen Ländern von 2016 bis 2020 rückläufig war, wobei Deutschland mit 48 Prozent Adblocker-Nutzern noch immer den Höchstwert aufweist.

Betrachtet man den Anteil an Internetsitzungen, in denen die Nutzung von Adblockern erkannt wurde, zeigt sich ein Anstieg bei der Desktop-Nutzung (von 21 Prozent in 2018 auf 28 Prozent in 2020) (vgl. Tab. 44.1), während diese bei der mobilen Nutzung auf einem niedrigen Level bleibt und sogar von 13 auf 12 Prozent gesunken ist (ebd.) (vgl. Tab. 44.2).

**Abb. 44.2. Adblocker-Nutzung im zeitlichen Verlauf und internationalen Vergleich**

Quelle: Werliin, 2020; Frage: „How many have answered that they use an ad blocker?“



**Tab. 44.1 Desktop-Adblocker-Nutzung im internationalen Vergleich**

	2016 (Q1)	2016 (Q3)	2018 (Q2)	2020 (Q2)
Deutschland	-	-	26%	28%
USA	-	23%	21%	18%
Großbritannien	-	26%	25%	15%
Schweden	18%	19%	19%	23%
Norwegen	15%	19%	21%	15%
Dänemark	14%	12%	9%	6%
Finnland	15%	17%	19%	20%

Quelle: Werliin, 2020; Frage: „In how many sessions have we detected a use of ad blocking on computer?“

**Tab. 44.2 Mobile-Adblocker-Nutzung im internationalen Vergleich**

	2016 (Q1)	2016 (Q3)	2018 (Q2)	2020 (Q2)
Deutschland	-	-	13%	12%
USA	-	2%	5%	7%
Großbritannien	-	2%	8%	6%
Schweden	4%	2%	7%	8%
Norwegen	3%	3%	9%	5%
Dänemark	4%	1%	3%	2%
Finnland	2%	2%	6%	6%

Quelle: Werliin, 2020; Frage: „In how many sessions have we detected a use of ad blocking on mobile?“

Obwohl keine Kooperationen zwischen Online-Angeboten und AdBlockern bestehen (vgl. Frage 45), haben die Ergebnisse der Anbieterbefragung gezeigt, dass einige Anbieter und Anbieterinnen durch das Blockieren von Werbung beeinflusst werden. Der Großteil der Teilnehmenden gibt zwar an, dass sie keinen Einfluss durch AdBlocker wahrnehmen, dies liegt jedoch vermutlich daran, dass diese Angebote zum größten Teil keine Erlöse erzielen und somit nicht auf Werbeeinnahmen angewiesen sind. Die Rückmeldungen jener Anbieterinnen und Anbieter, die gewinnorientiert arbeiten, sehen gänzlich anders aus. Hieraus geht hervor, dass AdBlocker die Erlösmodelle einzelner Angebote dahingehend beeinflussen, als dass einzelne Inhalte hinter einer Bezahlschranke (Pay Wall) verschwinden „müssen“. Jene Angebote, die gänzlich kostenfrei sind und denen diese Option nicht zur Verfügung steht, verzeichnen hierdurch erhebliche Verluste.<sup>24</sup>

**45. Inwiefern gibt es Kooperationen zwischen Anbietern von Ad-Blockern und Online-Medienangeboten?**

Für die eher kleineren Online-Angebote hat die Anbieterbefragung ergeben, dass keine Kooperationen zwischen Online-Angeboten und AdBlockern bestehen (vgl. Tab. 45.1).

**Tab. 45.1 Kooperation mit AdBlockern**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	13	0	0%	13	100%
Online-Only (lokal & regional)	24	0	0%	24	100%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 37 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Arbeiten Sie mit Adblockern zusammen?

Für die weiteren Online-Angebote von Tageszeitungen und von Hörfunkanbietern liegen hierzu keine Informationen vor.

**46. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung hinsichtlich des Erfolgs verschiedener Erlösmodelle von Online-Medienangeboten vor?**

Grundsätzlich bleibt anzumerken, dass Online-Medienangebote ganz generell nach wie vor auf der Suche nach erfolgreichen Erlösmodellen sind. Wellbrock und Buschow (2020, S. 11) formulieren: „Wie kann digitaler Journalismus, für den bislang kaum bezahlt wird, nachhaltig finanziert werden – gerade in Zeiten einbrechender Werbeerlöse? Dies bleibt die Kernfrage für Medienhäuser und für journalistische Neugründungen bei der Entwicklung und beim Aufbau tragfähiger Geschäftsmodelle. Journalismus ist schon länger kein stabiles Geschäftsfeld mehr und insbesondere die Finanzierung des digitalen Journalismus stellt sich als äußerst herausfordernd dar – und das, obwohl er in ausgesprochen hohem Maße genutzt wird.“

Im Sinne eines „One-Stop-Only“ wollen Nutzerinnen und Nutzer nicht an mehreren Stellen im Internet für Inhalte bezahlen und ihre Preistoleranz endet im Schnitt bei zehn Euro pro Monat

<sup>24</sup> Hierbei handelt es sich aufgrund der geringen Fallzahlen (< 10) um Einzelaussagen teilnehmender Anbieterinnen und Anbieter



– ähnlich einem Spotify- oder Netflix-Abonnement. Anbieterübergreifende Plattformmodelle sind aus Nutzersicht gewünscht, werden aber derzeit kaum angeboten (ebd., S. 15-17).

Konsumentinnen und Konsumenten sind es in Deutschland (zumindest im Bereich Radio, Internet und Free-TV) gewohnt, Inhalte ohne Bezahlung zu erhalten und indirekt durch reichweitenstarke Werbung einen Beitrag zu den Erlösen zu leisten. Diese „Gratis-Mentalität“ wird nur schwerlich durchbrochen, auch wenn es im Bereich der Qualitätsmedien (noch überwiegend ausländische) Vorbilder (z. B. Washington Post, New York Times, The Guardian) gibt, die erfolgreiche Bezahlmodelle etabliert haben. Für Deutschland gilt die „Gratis-Mentalität“ als empirisch belegter Hinderungsgrund für erfolgreiche Bezahlmodelle (ebd. S.64).

Aussagen über den Erfolg verschiedener Erlösmodelle lassen sich auf die Ergebnisse der eigens durchgeführten Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) stützen. Untersucht wurden die Online-Medienangebote aus der Stichprobe (vgl. Tab. A0.1 „Ausgewählte Gebietskörperschaften“ im Anhang) auf das Vorhandensein von Direkterlösen in Form von Abonnements (berücksichtigt werden dabei Premium- und Plus-Beiträge; es findet keine weitere Unterteilung in Formen wie dem Metered Model oder dem Freemium Modell statt), Einmalgebühren/Tagespässen sowie Spenden und freiwilligen Bezahlungen. Zudem findet das Modell der Werbefreiheit bzw. Werbereduktion gegen Kosten keine besondere Berücksichtigung, da es innerhalb der untersuchten Angebote keine Anwendung findet. Ebenfalls wurden die Angebote auf das Vorhandensein von Werbeerlösen in Form von Native Advertising, Display-Werbung (wie Banneranzeigen und Content-Ads), Affiliate-Links sowie Sponsoring untersucht. Auch das Vorkommen von Werbespots und Kurzbefragungen vor Beiträgen wurde untersucht, doch auch hier ließen sich innerhalb der Angebote so gut wie keine Anwendungen finden.

Die Ergebnisse in den Tabellen 46.1 bis 46.5 zeigen, dass Direkterlöse im Vergleich zu Werbeerlösen eine untergeordnete Rolle als Einnahmequelle spielen. Direkterlöse sind besonders in Form von Abonnements und vor allem bei Online-Angeboten von Tageszeitungen (80 Prozent) zu finden. Bei kleineren Angeboten wie Online-Only erfolgen Einnahmen jedoch eher über Spenden und freiwillige Bezahlungen der Leser (5 Prozent). Dies scheint in Anbetracht der Größenordnungen der genannten Angebote plausibel, da sie nur über geringe Reichweiten verfügen, was das Erlöspotenzial deutlich begrenzt (vgl. Antwort auf Frage 3 bis 5).

**Tab. 46.1 Direkterlöse**

Online-Angebote	Abonnements			Einmalgebühren/ Tagespässe	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote Tageszeitungen (und von deren Verlagen)	46	37	80%	5	11%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	0	0%	0	0%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%	0	0%
Online-Angebote Anzeigenblättern von	23	0	0%	0	0%

Online-Angebote	Abonnements			Einmal- gebühren/ Tagespässe	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	4	4%	1	1%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	1	1%	0	0%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>42</b>	<b>12%</b>	<b>6</b>	<b>2%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 46.2 Direkterlöse**

Online-Angebote	Spenden/ Freiwillige Bezahlung		
	abs.	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	0	0%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	0	0%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	0	0%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	5	5%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	7	5%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>12</b>	<b>3%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Werbeerlöse finden vor allem in Form von Display-Werbung (73 Prozent) statt (vgl. Tab. 46.3). Dieser Einnahmequelle bedienen sich dabei insbesondere Online-Angebote des Lokalen Hörfunks (98 Prozent) sowie Online-Angebote von Tageszeitungen (91 Prozent). Auch kleinere Angebote wie Online-Only (71 Prozent) oder Angebote von anderen Print-Medien (59 Prozent) greifen auf dieses Modell zurück, um Einnahmen zu erzielen.

Native Advertising ist innerhalb der untersuchten Werbeerlöse am zweithäufigsten vertreten (38 Prozent) und wird ebenfalls hauptsächlich von den Online-Angeboten der Tageszeitungen (83 Prozent) sowie des Lokalen Hörfunks (58 Prozent) genutzt (vgl. Tab. 46.4). Auch hier greifen kleinere Angebote wie Online-Only (28 Prozent) oder Angebote von anderen Print-Medien (20 Prozent) auf dieses Modell zurück, um Einnahmen zu generieren.

Vereinzelt werden Werbeerlöse allerdings auch durch das Einsetzen von Affiliate-Links (10 Prozent) oder Sponsoring (5 Prozent) erzielt (vgl. Tab. 46.5).

**Tab. 46.3 Werbeerlöse**

Online-Angebote	abs.	Display-Werbung	
		abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	42	91%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	44	98%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	18	78%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	54	59%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	92	71%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>250</b>	<b>73%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 46.4 Werbeerlöse**

Online-Angebote	abs.	Native Advertising		Affiliate-Links	
		abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	38	83%	2	4%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	26	58%	4	9%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%	0	0%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	10	43%	8	35%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	18	20%	6	7%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	37	28%	14	11%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>129</b>	<b>38%</b>	<b>34</b>	<b>10%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 46.5 Werbeerlöse**

Online-Angebote	Sponsoring		
	abs.	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	3	7%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	2	4%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	1	4%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	1	1%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	11	8%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>18</b>	<b>5%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**47. Welche Online-Medienanbieter haben institutionelle Investoren bzw. welche haben ebensolche aufgenommen und wie sieht die wirtschaftliche und reichweitentechnische Entwicklung dieser Online-Medienanbieter im Gegensatz zu inhabergeführten Online-Medienanbietern aus?**

In der Beantwortung der Großen Anfrage 13 wurde ausführlich dargelegt, dass institutionelle Investoren im klassischen Sinne auf dem Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen bislang keine Rolle spielen und sich nahezu alle Verlage im Familienbesitz befinden oder auf natürliche Personen als Eigentümer zurückzuführen sind (Große Anfrage 13, Frage 32, Seiten 200-202). Lediglich die Verlage der „Neuen Westfälischen“, des „Iserlohner Kreisanzeigers und Zeitung“ sowie der der „Neuen Ruhr- / Neuen Rhein-Zeitung“ weisen hier Abweichungen auf (vgl. ebd.). Besonderheiten aufgrund der Eigentümerstruktur lassen sich jedoch auch hier nicht erkennen.

Aufgrund der Nähe der verlagsabhängigen Online-Angebote zu ihren „Herkunftsmedien“ sind auch hier keine institutionellen Investoren sichtbar. Die Anbieterbefragung (aserto, 2020b) hat gezeigt, dass die Online-Only-Angebote überwiegend klein sind und privat betrieben werden, so dass auch hier keine institutionellen Investoren zu erkennen sind.

Die Ergebnisse der Anbieterbefragung zeigen darüber hinaus, dass Werbeerlöse den Großteil aller Gewinne von Online-Medienangeboten ausmachen – vorausgesetzt ein Angebot ist prinzipiell gewinnorientiert ausgerichtet. Mehr als zwei Drittel aller befragten Anbieterinnen und Anbieter generieren 90 Prozent oder mehr ihrer Erlöse über Werbeeinnahmen (vgl. Frage 50). Wie für den Zeitungsmarkt bereits beschrieben, lässt sich demnach festhalten, dass institutionelle Investoren ebenso für den Online-Medienmarkt bislang keine Rollen spielen.

**48. *Wie finanzieren sich Online-Medienangebote mit alternativen Geschäftsmodellen? Inwieweit sind welche Förderprogramme und institutionelle oder private Investoren an der Finanzierung beteiligt?***

Wie bereits in der Antwort auf Frage 27 und 28 beschrieben wird hier unterschieden zwischen alternativen Geschäftsmodellen in Online-Only-Angeboten, die nicht mit bestehenden Medien wie Zeitungen oder Hörfunk verbunden sind und die zudem (anders als die meisten Online-Angebote) nicht allein oder nicht überwiegend Erlöse aus Display-Werbung erzielen, sondern ein Geschäftsmodell auf Basis von Vertriebs Erlösen wie Abonnements aufgebaut haben. Hier gibt es bislang allerdings nur sehr wenige Online-Only-Angebote, die entsprechende Erlösmodelle aufgebaut haben.<sup>25</sup> Zu nennen sind Täglich Mettmann (taeglich.me) sowie das 2020 neu gegründete Angebot RUMS aus Münster, das sich nach eigenen Angaben als „Sozialunternehmen“ bezeichnet und von Gewinnen weit entfernt ist (Humborg, 2020).

Daneben sind auch Online-Only-Angebote zu betrachten, die Spenden akquirieren. Bei den wenigen Angeboten, bei denen die Nutzenden sichtbar nach Spenden gefragt wurden, schien dies jedoch nicht zwangsläufig ein alternatives Geschäftsmodell zu sein, in dem Sinne, dass es alternativ zu dem Erlösmodell der Onlinewerbung steht, sondern es könnte sich eher um eine ergänzende Erlösquelle und weniger um ein echtes Geschäftsmodell handeln. Selbst renommierte, überregionale Online-Angebote wie [Netzpolitik.org](http://Netzpolitik.org) benötigen aufwendige Spendenaufrufe, um kostendeckend zu wirtschaften (Talaska, 2020). Bei dem Blog [ruhrbarone.de](http://ruhrbarone.de), für das Journalisten schreiben, dienen die Spenden laut [ruhrbarone.de](http://ruhrbarone.de) lediglich dazu, die „Existenz zu sichern“ und damit man „irgendwann in [der] Lage [sei], unseren Mitarbeitern Honorare zu zahlen“ (ruhrbarone.de, 2020).

Über die Investoren einzelner Angebote, ebenso wie über die Inanspruchnahme von Förderprogrammen, liegen der Landesregierung keine Informationen vor.

**49. *Wie gestaltet sich das Verhältnis von redaktionellen Anteilen zum Anteil der Anzeigen bei Online-Medienangeboten? (Bitte nach Medientyp aufschlüsseln.)***

**50. *Welchen Anteil hat Native Advertising als Erlösmodell für Online-Medienangebote? (Bitte nach Online-Medienangeboten auflisten, die dieses Erlösmodell zulassen.)***

Aufgrund der thematischen Nähe werden die Fragen 49 und 50 gemeinsam beantwortet.

Eine präzise Anteilsmessung ist bei Online-Angeboten nicht möglich. Anders als bei gedruckten Ausgaben ist es bei responsiven – also auf das jeweilige Display angepassten Online-Inhalten – nicht möglich, den Inhalt z. B. in Quadratcentimetern zu bemessen, um präzise Anteile von Werbung und Inhalte gegenüberzustellen.

Da es nicht möglich ist, die einzelnen Online-Medienangebote komplett zu erfassen, um konkrete Anteile zu berechnen, werden zur Annäherung an eine Antwort die Ergebnisse der Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) herangezogen.

Die Inhaltsanalyse zeigt, dass bei allen Arten der Online-Medienangebote mehrheitlich Display-Werbung enthalten ist, mit Ausnahme der Angebote des durch Rundfunkbeiträge finanzierten öffentlich-rechtlichen WDR (vgl. Frage 46).

---

<sup>25</sup> In Nordrhein-Westfalen sind die Angebote taeglich.me aus Mettmann oder [rums.de](http://rums.de) aus Münster zu nennen.

Weiterhin hat Native Advertising als Erlösmodell eine Bedeutung (38 Prozent), wenngleich Display-Werbung deutlich stärker verbreitet ist (73 Prozent, vgl. Tab. 46.3).

**51. In welcher Form werden in (Online-)Redaktionen Benchmarking-Systeme anhand der Reichweitzahlen einzelner Online-Artikel zur Messung redaktioneller Leistung eingesetzt?**

Wie bereits in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 dargelegt, variiert der Einsatz von Benchmarking-Systemen innerhalb der Verlage und Redaktionen in Nordrhein-Westfalen (aserto, 2019) (Große Anfrage 13, Frage 24, Seiten 202-203). Einige Verlage setzen keine Benchmarking-Systeme ein, andere verwenden gleich mehrere. Eine genauere Skizzierung der Systeme Linkpulse, Google Analytics und Snowplow Analytics sind dort ebenfalls zu finden.

Mit Blick auf die Online-Angebote jenseits der Verlage zeigt sich (vgl. Tab. 51.1), dass die Anbieter und Anbieterinnen unabhängig des Typus keine Benchmarking-Systeme einsetzen, um redaktionelle Leistungen zu ermitteln.

**Tab. 51.1 Einsatz von Benchmarking-Systemen**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	13	0	0%	13	100%
Online-Only (lokal & regional)	24	0	0%	24	100%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 37 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Werden in Ihrer Redaktion Benchmarking-Systeme zur Messung redaktioneller Leistung eingesetzt?

**52. Welche Rolle spielt „klick-baiting“ bei der Wahl der Überschriften journalistischer Online-Medienangebote? (Bitte auflisten nach Medientyp.)**

„Clickbaiting“ gilt als Strategie in der Überschriftgestaltung, um Spannung und Aufsehen zu erzeugen und dadurch Klicks zu generieren, wobei die durch die Überschrift gesetzten Erwartungen vom Inhalt nicht gehalten werden (Rony, Hassan & Yousuf, 2017, S. 1). Ziel ist es, durch Aufmerksamkeit und möglichst viele Klicks die Erlöse der auf dieser Website ausgespielten Werbebanner zu erhöhen (Waldschmidt, 2019, S. 3). Bei einer klassischen Überschrift handelt es sich nicht um Clickbaiting. Diese besitzt als zentrale Funktion das „Zusammenfassen des Inhaltes und die Förderung der Motivation zum Lesen“ (Waldschmidt, 2019, S. 3).

Studien, die der Frage nach der Rolle von Clickbaiting in Nordrhein-Westfalen nachgehen, sind der Landesregierung nicht bekannt. Ein Grund dafür kann die schwierige systematische Identifikation von Clickbaiting sein. An der Definition zeigt sich, dass sowohl Überschriften mit als auch ohne Clickbaiting zum Lesen motivieren sollen. Folglich besteht neben relativ eindeutigen Beispielen, wie sie beispielsweise das Online-Angebot Übermedien<sup>26</sup> in der Vergangenheit dokumentiert hat, auch ein erheblicher Grenzbereich, in dem schwer zu

<sup>26</sup> <https://uebermedien.de/tag/clickbaiting/>

entscheiden ist, ob aufgrund der überzogenen Erwartungen der Überschrift ein enttäuschendes Erlebnis ausgelöst wird oder nicht.

Im Rahmen der vorliegenden Antwort wurde geprüft, ob sich inhaltsanalytisch Anhaltspunkte dafür ermitteln lassen, dass ein Online-Angebot Clickbaiting betreibt. Dies ist jedoch nicht möglich. Für eine systematische Erfassung von Clickbaiting unter mehreren hundert Online-Angeboten mit unzähligen Beiträgen ist problematisch, dass ein prägendes Merkmal für Clickbaiting die nicht gehaltenen Erwartungen der Überschriften darstellt. Solch ein enttäuschendes Leseerlebnis lässt sich nicht allein inhaltsanalytisch messen und erfordert andere wissenschaftliche Methoden wie Befragungen oder Emotionsmessungen, die im Rahmen dieser Antwort aus Zeit- und Kostengründen nicht erbracht werden können. Es sei darauf verwiesen, dass Facebook seit 2016 auch die Verweildauer der Nutzer auf den verlinkten Beiträgen betrachtet, um Beiträge im Newsfeed zu begünstigen, in denen die Nutzererwartungen mutmaßlich auch durch eine hohe Lesezeit erfüllt sein mögen (heise.de, 2016).

### **53. Welche Rolle spielen Bürgerreporterinnen und -reporter bei Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen?**

Zur Verfolgung der Entwicklungen der Rolle von Bürgerreporterinnen und -reporter in Nordrhein-Westfalen wird an dieser Stelle auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 35, Seiten 203-204): So setzt insbesondere die Webseite [lokalkompass.de](http://lokalkompass.de) seit 10 Jahren auf die Einbindung von Bürgerreporterinnen und Bürgerreportern und hat bereits 2018 über 100.000 Bürgerreporter gezählt (ebd.). Wie die Einbindung von Bürgerreportern und Bürgerreporterinnen in Verlagen in Nordrhein-Westfalen geschieht, ist nicht systematisch belegt. Eine auf Selbstauskunft der Verlage beruhende Befragung (aserto, 2019) zeigt jedoch, dass Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter bisher kaum Relevanz für die Verlage haben (ebd.).

Die Ergebnisse der Anbieterbefragung (aserto, 2020b) zeigen hingegen, dass Bürgerreporter und Bürgerreporterinnen von allen Angeboten des Typus „anderer Print-Medien“ (insbesondere von Magazinen) beschäftigt werden. Auch für die Online-Only-Angebote scheinen sie eine Rolle zu spielen. Der Großteil dieser Anbieterinnen und Anbieter beschreibt, dass sie vor allem Berichte und Beiträge verfassen, die eine gewisse Nähe zu den Lebensräumen der potenziellen Leser und Leserinnen dieses Angebots haben. Es handelt sich vor allem um Beiträge, die Anklang finden, gerade weil sie von Bürgerinnen und Bürgern verfasst werden. Die Identifikation mit dem Geschriebenen scheint hierbei eine große Rolle für die Anbieterinnen und Anbieter zu spielen. Ferner wird beschrieben, dass der Weg über Bürgerreporter und Bürgerreporterinnen oft der kürzeste ist, um über lokale Themen zu berichten, die Menschen in diesen Gebieten ansprechen.

Des Weiteren lässt sich feststellen, dass es zwei Arten des „Nutzens“ von Bürgerreporterinnen und Bürgerreportern zu geben scheint:

Zum einen werden diese teilweise professionell ausgebildet, um sie in den journalistischen Grundlagen sowie der Aufnahme von Audio und Video zu qualifizieren. Zum anderen gibt es Angebote, die Beiträge von Bürgerreporterinnen und Bürgerreportern ausschließlich als Zusatzinhalte zu ihren eigenen, von Journalisten und Journalistinnen verfassten Beiträgen, verwenden.

Für beide Angebotstypen scheinen Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter jedoch nicht weniger wichtig zu sein, sie übernehmen einzig unterschiedliche Tätigkeiten. Diese beiden

Gruppen lassen sich, hinsichtlich ihrer Gewinnorientierung, Größe oder Ausrichtung, jedoch nicht weiter beschreiben. Vermutet werden kann jedoch, dass eher kleinere Angebote auf Beiträge von Bürgerreporterinnen und Bürgerreportern angewiesen sind, um ihre Seiten inhaltlich auszugestalten.

**Tab. 53.1 Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	6	6	100%	0	0%
Online-Only (lokal & regional)	10	8	80%	2	20%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 16 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Sind Personen als Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter, Gastautorinnen und Gastautoren oder als ehrenamtlich Beschäftigte in weiteren Tätigkeiten regelmäßig für Ihr Online-Angebot [Name] tätig?

#### IV. Maßnahmen zur User-Bindung

##### 54. Welche verschiedenen Modelle zur Gewinnung und Bindung ihrer User verfolgen die Online-Medienangebote nach Zielgruppen differenziert?

Unter den Stichworten „Audience-Engagement“, „Audience and Traffic Management“ oder „Audience Development“ bündeln sich alle Bemühungen, mit den Nutzerinnen und Nutzern zu interagieren und ihnen ein „Club-Gefühl“ zu geben. Dazu gehören vor allem:

- Moderation von Kommentaren auf den Webseiten
- Publikation von „user-generated-content“
- Ansprache von (Neu-)Leserinnen und Lesern auf unterschiedlichen Kanälen (vor allem Suchmaschinenoptimierung)
- Gewinnspiele
- Aktionen
- Incentives (Leser-werben-Leser)
- Angebot von sozialen Medien (vgl. Abschnitt VIII ab Frage 81)
- Analyse von Nutzer-Daten zur Optimierung der Webseiten

Für die meisten der Online-Angebote sind die Aktivitäten der User-Bindung und -Gewinnung für eine Website nicht isoliert zu betrachten, sondern im Rahmen einer zusammenhängenden Markenbildung und eines Geschäftsmodells, in dem Online-Angebote und digitale Plattformen Ausspielkanäle sind.

Aufgrund der Marktposition, der Reichweiten und Abonnements als wesentliche Ertrags Säule hat das Thema Nutzerbindung und -gewinnung bei den Tageszeitungsverlagen die größte Bedeutung. Hier sei auf die Beantwortung der Frage 38 der Großen Anfrage 13 verwiesen (Seite 212-214). Dort wird erörtert, dass redaktionelles Marketing, Kundenbindungsprogramme, Leseförderung an Schulen (vgl. hierzu wiederum mit Antworten auf Frage 36 der Großen Anfrage 13 (Seite 204-208) und Frage 56 (S. 100) in dieser Großen Anfrage) sowie Online- und Social-Media-Angebote der Lesergewinnung und -bindung dienen.

Redaktionelles Marketing, also die Ausrichtung der Titel an den Wünschen ihrer Leser, führt z. B. zu redaktionellen Angeboten speziell für Kinder oder Jugendliche.



Kundenbindungsprogramme sind sehr vielfältig. Darunter sind unter anderem zu verstehen: Ermäßigungen mit Blick auf Bezugspreise für junge Zielgruppen, Vergünstigungen für Veranstaltungen oder Produkte für Abonnenten, exklusive Angebote zu verlagseigenen Produkten, Leser-Prämien für das Vermitteln neuer Abonnenten, Entschuldigungsgeschenke bei technischen Problemen, Veranstaltungen von Events, Leserreisen sowie soziales Engagement.

Für die weiteren Angebote neben den Tageszeitungen sind die oben genannten Möglichkeiten des „Audience Engagements“ ebenfalls von Relevanz. Wobei gerade die Kundenbindungsmaßnahmen seltener vorhanden oder anders ausgeprägt sein werden, weil die Ertragssäulen stärker auf Werbung und seltener auf Direkterlöse abzielen.

Beim Lokalen Hörfunk und den dazugehörigen Online-Angeboten kommt der Bindung der bestehenden Hörerinnen und Hörer auf den UKW-Frequenzen eine besonders hohe Bedeutung zu. Interaktive Elemente können Kommunikation und Bindung zu den Moderatoren und Sender herstellen, insbesondere wenn Inhalte in bestehende Radiosendungen einfließen können (z. B. Staumeldungen per WhatsApp-Sprachnachricht). Daneben besteht das Ziel, Online-Nutzer an das Radio, an Radioformate und an die Marke online heranzuführen.

Für die Online-Only-Angebote ist aufgrund der in den meisten Fällen begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen (vgl. II. und III.) davon auszugehen, dass die Kundenbindung vor allem kostenlose und leicht umzusetzende Maßnahmen umfasst. Dazu zählt insbesondere die Präsenz in sozialen Netzwerken (vgl. VIII.).

Bis auf die Ansprache von Kindern und Jugendlichen werden keine speziellen Zielgruppen adressiert, sondern diese Zielgruppen adressieren sich online gewissermaßen selbst, indem sie z. B. bei erhöhtem Themeninteresse vermehrt in Interaktion treten.

#### **55. *Wie beurteilt die Landesregierung deren Wirksamkeit?***

Der Landesregierung liegen keine Informationen vor, die eine konkretere Beurteilung ermöglichen würde. Da die Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung der User mit signifikantem Aufwand verbunden sind, ist aber davon auszugehen, dass ihre Effekte von den Medienunternehmen positiv bewertet werden.

#### **56. *Welche Rolle spielen Online-Medienangebote in den verschiedenen Schulformen?***

Die (Kern-)Lehrpläne zahlreicher Fächer aller Schulformen weisen auf der Grundlage des Medienkompetenzrahmens Nordrhein-Westfalens Kompetenzen mit dem Ziel digitaler Bildung und Medienbildung verbindlich aus. Hierzu gehört auch der verpflichtende Umgang mit Online-Medienangeboten.

Für die Online-Angebote von Tageszeitungen und ihren Verlagen wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 36, Seiten 204-208), die die Rolle von Tageszeitungen in den Schulformen erörtert. Mit Blick auf die dort aufgeführten Zeitungs-Schulprojekte wird sichtbar, dass auch hier keine strikte Trennung in Print und Online vorgenommen wird, sondern z. B. von Schülerinnen und Schülern erarbeitete Artikel auf den Webseiten der Zeitungen publiziert werden.

**57. Mit welchen Initiativen versuchen Online-Medienangebote Jugendliche innerhalb und außerhalb der Schule für die Nutzung ihrer Inhalte zu gewinnen?**

In der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 (Frage 37, Seiten 209-2012) werden journalistische Online-Angebote für Kinder und Jugendliche aufgeführt, die von Tageszeitungen aus Nordrhein-Westfalen angeboten werden. Nur wenige Zeitungen betreiben eigene Internetseiten, auf denen sie journalistische Inhalte gezielt für Kinder und Jugendliche veröffentlichen. Damit scheint auch ein Hinweis auf die Wirksamkeit dieser Maßnahmen verbunden zu sein. Wären solche Seiten ein nachweisbarer Nutzen für die Bindung von Kindern und Jugendlichen würden sie vermutlich häufiger genutzt. Derzeit sind sie ggf. ein Reputationsfaktor.

Zu dieser Frage liegen dem Ministerium für Schule und Bildung überdies keine weiteren Erkenntnisse vor.

**58. Welche verschiedenen Modelle zur Gewinnung und Bindung der User gibt es bei Online-Medienangeboten im Vergleich zum Zeitungsmarkt?**

Kurz gesagt stellen die Modelle zur Gewinnung und Bindung von Nutzerinnen und Nutzern die digitale Form der Leser-Blatt-Bindung dar. Aus „Leser-Blatt-Bindung“ wird „Audience-Engagement“.

Der zentrale Unterschied ist vor allem der technische Weg – das Schreiben eines Kommentars auf der Webseite einer Zeitung entspricht gewissermaßen dem Verfassen eines Leserbriefs. Auch wenn Ersteres niederschwelliger und kürzer ist. Kommentare werden moderiert (und bei Missachten von Netiquette-Regeln auch gelöscht) und Leserbriefe ausgewählt. Analoge oder digitale Services (Abo-Service, FAQs usw.) können sich im Kern ebenfalls ähneln. In beiden Fällen steht die Empathie gegenüber den Leserinnen und Leser bzw. Nutzerinnen und Nutzern im Mittelpunkt.

Bei aller Ähnlichkeit in der Haltung von Leser-Blatt-Bindung und Audience-Engagement bieten sich digital natürlich mehr Möglichkeiten, um das Nutzungsverhalten von Nutzerinnen und Nutzern zu erfassen und auf dieser Basis Maßnahmen zu entwickeln. Dazu zählt die Messung:

- Zahl der geklickten Links
- Navigation der Nutzerinnen und Nutzer auf der Webseite
- Zeit auf der Seite
- Verlinkung/Teilen von Inhalten auf Social Media Plattformen
- Weiterleiten von Links
- Kommentare/Diskussionen zu Inhalten
- Umfang Nutzer-generierter Inhalte und ihrer Kommentierung

Auf Basis solcher digital erhobenen Informationen lassen sich Inhalte individualisiert an die Vorlieben der Nutzer anpassen, was wiederum als Form der User-Bindung zu verstehen ist.

Nutzer- und Rezipientenverhalten zu untersuchen, ist für Medien nicht neu. Die technischen Möglichkeiten sind in den letzten Jahren allerdings enorm gestiegen. Der Besitz von möglichst differenzierten Nutzerdaten wird zunehmend als eigene Form des Kapitals verstanden. Als Paten stehen hier die globalen Akteure (Facebook, Google, Apple, Amazon etc.), denen es gelingt, (auf Basis von enorm großen Datenmengen) Nutzerdaten zu monetarisieren. Die Daten ermöglichen es nicht nur für Werbekunden attraktive Umfeldler zu bieten, sondern auch eigene Inhalte weiterzuentwickeln. Ob und wie ähnliche Mechanismen auch für

Mediananbieter in Nordrhein-Westfalen größere Erfolge bewirken, wird in Zukunft empirisch zu untersuchen sein.

## V. Lokale Vielfalt

### **59. Welche lokalen Online-Angebote gibt es in Nordrhein-Westfalen? (Bitte nach Ort und Anbieter auflisten.)**

Die umfassende Recherche in allen 53 Gebietskörperschaften Nordrhein-Westfalens (vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang) zeigt auf den ersten Blick ein vielzähliges und breites Spektrum lokaljournalistischer Online-Angebote, wobei über die journalistische Qualität der Angebote keine pauschalisierenden Aussagen getroffen werden können.

Es wurde für alle Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen, die bereits im Abschnitt I. aufgeführt sind, geprüft, ob sie als lokale Angebote in den Landkreisen und kreisfreien Städten zur Verfügung stehen. Wenn ein Online-Medienangebot mehrere Unterangebote für einzelne lokale Räume anbietet, so sind diese auch einzeln aufgenommen worden.

Alle in der Recherche ermittelten Online-Angebote sind alphabetisch sortiert für die Landkreise sowie kreisfreien Städte im Anhang zu Frage 59 aufgeführt.

### **60. Wie hat sich die Vielfalt von lokalen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen seit 2014 entwickelt? (Bitte jährlich nach Angebot, Anbieter und Ort auflisten.)**

Zunächst einmal ist festzustellen, dass sich die mediale Vielfalt bereits zum aktuellen Stand kaum quantitativ präzise messen lässt: Eine hohe Zahl an Angeboten steht nicht automatisch für eine hohe mediale Vielfalt. Auch wenn sich zum Teil bis zu 50 oder 100 einzelne Online-Medienangebote pro Gebietskörperschaft finden lassen, werden Online-Medien ohne dauerhaft gelingende Geschäftsmodelle keinen nachhaltigen Beitrag zur Sicherung der Medienvielfalt leisten können (dazu ausführlich Wellbrock & Buschow, 2020).

Wie bereits in der Antwort auf die Fragen 1 und 2 beschrieben, sind die Hürden für die Annahme, dass ein Angebot journalistisch arbeitet, gering. Entsprechend breit ist die Spanne der als Antwort auf Frage 59 aufgeführten Angebote: Es finden sich insbesondere bei den Online-Only-Angeboten sowohl welche mit potenziell hohem Vielfaltsbeitrag (bei denen also etablierte Journalisten ambitionierten Lokaljournalismus betreiben) als auch solche, die zwar journalistisch anmuten, bei denen journalistische Qualität jedoch augenscheinlich weniger hervorsteht. Weil kein anerkannter Maßstab besteht, nach dem sich der mediale Vielfaltsbeitrag von lokalen Online-Angeboten messen lässt, ist weder eine detaillierte qualitative noch quantitative Beschreibung der medialen Vielfalt vor Ort möglich.

Mit Blick auf die einzelnen Gebietskörperschaften und die verschiedenen Online-Medienangebote deuten sich allerdings auch ohne eine präzise, quantitative Messung markante Unterschiede an: So zeigt sich beispielsweise in Münster eine enorme Vielzahl an unterschiedlichen lokalen Angeboten, zum Teil mediengebunden, häufig aber auch ausschließlich online. Gerade im Vergleich mit anderen Städten wie Gelsenkirchen, Hamm oder Oberhausen ist die Breite an Angeboten in Münster bemerkenswert.

Dies kann mit der lokalen und regionalen Wirtschaftskraft und -struktur, der Bevölkerungszusammensetzung, aber auch mit der lokalen Situation auf dem Zeitungs- und

Anzeigenblattmarkt zusammenhängen. So besteht die Vermutung, dass in Münster möglicherweise deshalb eine höhere Vielfalt vorhanden ist, weil die Stadt mit überdurchschnittlicher wirtschaftlicher Leistung (gemessen an der Arbeitsproduktivität im Bundesland), mit hohem Akademikeranteil und mit geringer Vielfalt auf dem Pressemarkt besonders günstige Bedingungen für Online-Medienangebote aufweist.

Zur Prüfung, inwieweit diese und weitere Merkmale tatsächlich die lokale Vielfalt an Online-Medienangeboten beeinflussen, sind allerdings vertiefende wissenschaftliche Untersuchungen erforderlich.

Wie bereits in der Vorbemerkung beschrieben, ist eine dynamische Betrachtung im Zeitverlauf nicht möglich. Viele der aufgefundenen Online-Angebote für die einzelnen Gebietskörperschaften waren in bisherigen Berichten nicht sichtbar (so zum Beispiel in den Antworten auf die Großen Anfragen 6, 22 und 13 zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen oder im Medienkonzentrationsbericht). Für die zahlreichen Angebote besteht rückwirkend keine Möglichkeit der jährlichen Überprüfung, ob und in welcher Form sie seit 2014 publizieren.

Allerdings wurde für die 16 Gebietskörperschaften im Rahmen der Stichprobe geprüft, ob die bislang in den Medienkonzentrationsberichten sowie bei der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) gelisteten Angebote noch existieren. Es zeigt sich in Tabelle 60.1, dass einige der dort gelisteten Online-Only-Angebote offenbar nicht dauerhaft publizieren, sondern ihre Tätigkeit mit der Zeit wieder aufgegeben haben. Eine ausführliche Auflistung aller nicht mehr publizierenden Angebote findet sich im Anhang zu Frage 62 in Tabelle A60.1. Die Aufgabe der publizistischen Aktivitäten kann möglicherweise mit der im lokalen Bereich eher geringen Reichweite und der schwierigen Erlöslage verbunden sein (Kapitel III). Für Online-Medienangebote ist also insgesamt von einem herausfordernden Marktumfeld auszugehen, in dem Marktteilnehmer vielfach ihre Aktivitäten wieder aufgeben.

**Tab. 60.1 Nicht mehr publizierende Online-Angebote**

<b>Landkreis, kreisfreie Stadt</b>	<b>Anzahl</b>
Bielefeld	12
Dortmund	8
Düsseldorf	4
Heinsberg	4
Herne	5
Köln	12
Kreis Borken	6
Kreis Minden-Lübbecke	11
Kreis Viersen	1
Kreis Warendorf	2
Münster	13
Oberbergischer Kreis	4
Oberhausen	4
Siegen-Wittgenstein	5

Landkreis, kreisfreie Stadt	Anzahl
Soest	2
Wuppertal	1
<b>Gesamt</b>	<b>94</b>

Anm.: Geprüft wurden Angebote, die in früheren Berichten (z. B. Medienkonzentrationsberichten, Antworten auf Große Anfragen 6, 22 und 13) enthalten waren. Die Prüfung beschränkte sich auf die 16 Gebietskörperschaften der Stichprobe.

Eine besondere Rolle für die Vielfalt in Nordrhein-Westfalen spielt der WDR der zwar nicht primär zur lokalen, aber zur regionalen Vielfalt beiträgt. Dazu teilt der WDR auf Anfrage mit:

„Der WDR erreicht im Netz, eigene Angebote und Drittplattformen addiert, rund elf Prozent der NRW-Bevölkerung. Das ist ein überschaubarer, aber relevanter Faktor, vor allem, weil der WDR das Land durch die Verankerung in den elf Regionalstudios relativ gleichmäßig erreicht und zum anderen, weil die Reichweite des WDR Online-Angebotes regelmäßig bei besonderen ‚Lagen‘ besonders stark ansteigt – etwa im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie, aber auch bei Sturm, Dürre, Erdbeben usw. Im lokalen Bereich hat die Pressekonzentration in manchen Regionen durchaus ein Level erreicht, das sich negativ auf Pluralismus der veröffentlichten Meinung und Angebotsvielfalt für die Bevölkerung auswirkt. Da es im Rundfunkstaatsvertrag ein explizites Verbot der flächendeckenden Lokalberichterstattung für WDR-Telemedien gibt, sind der Wirksamkeit der WDR-Regionalberichterstattung hier durch den Gesetzgeber bewusst Grenzen gesetzt.“

**61. Welche Online-Redaktionsstandorte bzw. Lokalredaktionen, die Online-Inhalte produzierten, sind von welchen Online-Medienangeboten seit 2014 aufgegeben worden und was waren die Gründe dafür?**

Wie bereits in der Vorbemerkung erläutert, sind eigenständige Online-Redaktionen oder gar Online-Redaktionsstandorte kaum vorzufinden. Praktisch alle der großen und reichweitenstarken Online-Medienangebote sind eng verbunden mit Print- oder Hörfunkangeboten, und sowohl Redaktionen als auch Betreiber arbeiten crossmedial, also über mehr als einen Medienkanal hinweg. Eine isolierte Betrachtung von Online-Redaktionsstandorten ist daher nicht möglich.

Hingegen können Aussagen über die Lokalteile der Tageszeitungen getroffen werden, wie bereits ausführlich in den Antworten auf die vergangenen Großen Anfragen zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen erfolgt. Für alle Entwicklungen im Hinblick auf Schließung oder Fusion von Lokalredaktionen bis Ende 2019 wird auf die Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 (Frage 17 und 18, S. 163-174) sowie auf die Große Anfrage 22 (Frage 16, S. 52-53 und Frage 40, S. 100-103) verwiesen.

Im Folgenden werden die Entwicklungen mit Blick auf Zeitungsredaktionen in Nordrhein-Westfalen seit Anfang 2020 aufgeführt. Ob und vor allem in welchem Umfang in den hier erwähnten Redaktionen Online-Inhalte produziert wurden bzw. werden, ist im Detail nicht zu ermitteln. Aufgrund der crossmedialen Arbeitsweise der Redaktionen ist allerdings davon auszugehen, dass Online- wie Printinhalte gleichermaßen betroffen sind.

Im Januar 2020 hat die Westdeutsche Zeitung angekündigt, ihren Mantel und den Düsseldorf-Teil auszulagern (Stascheit, 2020) und die Arbeitsplätze „freiwillig und mit Abfindungen“ (ebd.)

abzubauen. Der Mantel wird seit April 2020 in wesentlichen Teilen von den Westfälischen Nachrichten aus Münster bezogen und wiederum dem Solinger Tageblatt und dem Remscheider General-Anzeiger zugeliefert. Bereits seit 2014 enthält die WZ lokale Inhalte aus den Kreisen Rhein-Kreis Neuss, Viersen und Mettmann von der Rheinischen Post (journal-nrw.de, 14. Februar 2020b), die nun auch den Düsseldorf-Teil liefert (Röper, 2020, S. 348). Die Düsseldorfer Lokalredaktion der WZ ist laut Impressum inzwischen nur noch mit einem Mitarbeiter mit der Funktion „Reporter/Desk-Assistent“ besetzt.

Das inzwischen mehrheitlich zur Verlagsgruppe Aschendorff (Westfälische Nachrichten) gehörende Westfalen-Blatt in Bielefeld hat zum Jahresbeginn seine Lokalredaktionen für die Ausgaben Halle, Steinhagen und Werther sowie für die Ausgaben Gütersloh und Verl zusammengelegt und die Redaktion Gütersloh Anfang März dann ganz aufgelöst (journal-nrw.de, 17. Dezember 2019). Seitdem übernimmt das Westfalen-Blatt den Lokalteil für den Raum Gütersloh von der in Oelde erscheinenden Zeitung Die Glocke (ebd.).

Die Glocke wiederum hat ihre Lokalredaktion für die Ausgabe im Raum Ahlen aufgegeben und übernimmt die dortige Lokalberichterstattung inzwischen von den Westfälischen Nachrichten (ebd.).

Im Februar 2020 wurde bekannt, dass die Verkaufspläne von DuMont fast vollendet sind (Blümel, 14. Februar 2020). Hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 48, Seiten 223-224). Dort wurde bereits angekündigt, dass DuMont an den Titeln „Express“ und „Kölner Stadtanzeiger“ am Standort Köln festhalten (ebd., S. 223) und „einen zweistelligen Millionenbetrag in die redaktionelle Weiterentwicklung, die Digitalisierung und die Vermarktung“ (journal-nrw.de, 5. Juni 2020a) investieren will: Der Kölner Stadt-Anzeiger sowie Express sollen digital gestärkt werden.

Darüber hinaus gehören die Kölnische Rundschau, die Rheinische Redaktionsgemeinschaft sowie Wochenzeitungen, Lokalsender und weitere Tochterfirmen zu DuMont Rheinland (journal-nrw.de, 14. Februar 2020). Im Juli 2020 wurde bekannt, dass DuMont alle Anteile des Express Düsseldorf zum 1. Januar 2021 übernehmen wird (journal-nrw.de, 30. Juli 2020). Bisher waren DuMont und die Westdeutsche Zeitung mit je 50 Prozent an dem Titel beteiligt (ebd.). Auf der anderen Seite hat der Verlag angekündigt, die Bonner Express-Redaktion zum Jahresende 2020 aufzugeben (Hautsch, 2020a, S. 3). Der Titel Bonn Express war zwar bereits 2017 vom Markt genommen worden, die dortige Redaktion hatte aber zunächst noch weiter Bestand und hat Bonner Themen für die einmal wöchentlich erscheinende, mehrseitige Beilage „Bonn kompakt“ im Kölner Express produziert.

Seit Juni übernimmt die Kölnische Rundschau die Berichterstattung für die Stadtteilseiten vom Kölner Stadt-Anzeiger – auch Übernahmen im Lokalsport wurden angekündigt (journal-nrw.de, 30. Juli 2020). Die Kosteneinsparungen sollen dazu führen, dass sich die Kölnische Rundschau verstärkt den Themen widmen kann, mit denen sie sich profiliert (ebd.).

Voraussichtlich ab Februar 2021 erhält die Kölnische Rundschau ihren Mantelteil, der derzeit noch vom Bonner General-Anzeiger bezogen und in Köln redaktionell bearbeitet wird, von der Neuen Osnabrücker Zeitung. Außerdem sollen auch Inhalte für die digitalen Kanäle und die Lokalausgaben geliefert werden (journal-nrw.de, 17. Dezember 2020). Herausgeber Helmut Heinen erläutert: „Mit der Neuen Osnabrücker Zeitung haben wir einen neuen Partner gefunden, der unserem publizistischen Anspruch mit seinem Verständnis von Qualitätsjournalismus gerecht wird.“ (ebd.)

Die Siegener Zeitung bezieht seit März überregionale Inhalte vom Redaktionsnetzwerk Deutschland der hannoverschen Verlagsgesellschaft Madsack (Hannoversche Allgemeine

Zeitung), damit sich die Zeitung stärker auf „lokale journalistische Angebote fokussieren und den Leserinnen und Lesern so regional und überregional relevante Inhalte anbieten kann.“ (journal-nrw.de, 8. April 2020). Auf der anderen Seite hat der Verlag der Siegener Zeitung im Frühjahr das Anzeigenblatt Siegerland Kurier vom Westfälischen Anzeiger übernommen und vom Markt genommen (Hautsch, 2020b, S. 7).

Der Westfälische Anzeiger hat seine Lokalredaktion Werne/Herbern geschlossen und bezieht die Inhalte seitdem von den Dortmunder Ruhr Nachrichten. Die Lokalredakteure wurden auf andere Standorte verteilt oder sind in den Ruhestand gegangen (journal-nrw.de, 5. Juni 2020b). In Werne war Ende 2019 das örtliche Anzeigenblatt Werne am Sonntag eingestellt worden (ebd.).

Die Mediengruppe Neue Westfälische hat angekündigt das Haller Kreisblatt zum Jahreswechsel 2020/2021 zu übernehmen. Dadurch wird ein familiengeführter Verlag in Ostwestfalen aufgegeben (journal-nrw.de, 20. Oktober 2020). Dieser Schritt soll die rund 50 Arbeitsplätze in Halle sichern; das Haller Kreisblatt soll als eigenständiger Titel erhalten bleiben (ebd.). Das Bundeskartellamt hat die Transaktion im September freigegeben. Die neuen Eigentümerstrukturen sind derzeit (Stand: 12.1.2021) allerdings noch nicht beim zuständigen Registergericht Gütersloh hinterlegt.

Der familiengeführte Bauer KG Verlag in Marl wird vom Dortmunder Medienkonzern Lensing Media übernommen. Das Kartellamt hat dieser Übernahme ebenfalls bereits im September zugestimmt, da durch die Übernahme keine Wettbewerbsbehinderung zu erkennen sei. Die Recklinghäuser Zeitung samt ihrer fünf weiteren Lokalausgaben soll erhalten bleiben (Blümel, 20. Oktober 2020).

Neben den Tageszeitungen betreiben auch der Lokale Hörfunk Nordrhein-Westfalen und der WDR vor Ort Redaktionsstandorte. Zur ausführlichen Erörterung des Radiomarktes und etwaiger Standortveränderungen wird auf die Antwort der Landesregierung zur Großen Anfrage 10 verwiesen (Frage 65 bis 69, Seite 64-65). Aktuell hat Radio Ennepe-Ruhr nach dem Rückzug der Funke Mediengruppe aus der Betriebsgesellschaft die eigenständige Redaktion zum Ende des Jahres 2020 aufgelöst (Schirmer, 2020). Das Hauptprogramm wird seit Januar 2021 von Radio NRW erstellt. Die Verwaltungsgesellschaft ist auf der Suche nach einer neuen Betriebsgesellschaft.

## **62. Wie bewertet die Landesregierung diese Entwicklung?**

Auch für 2020 lässt sich die Tendenz zur Kollaboration unter den einzelnen Verlagen beobachten und Übernahmen sind ebenfalls hinzugekommen. Damit schreibt sich die in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 beschriebene Entwicklung für den Tageszeitungssektor weiter fort (Große Anfrage 13, Frage 17 und 18, S. 163-174).

In der Gesamtschau besteht für die Verlage nach wie vor die Herausforderung, ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und die Auflagenverluste der gedruckten Exemplare zu kompensieren. Auch wenn eine Zunahme der E-Paper-Verkaufsauflagen der regionalen Abo-Zeitungen in Nordrhein-Westfalen von 2016 zu 2019 um über 70 Prozent auf insgesamt über 200.000 Exemplare zu beobachten ist, kann damit der Print-Auflagenverlust nicht annähernd kompensiert werden.

In der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 (Frage 1, Seite 5) heißt es: „Qualitativ hochwertiger Lokaljournalismus steht unter ökonomischem Druck und verliert gemessen an den Auflagen an gesellschaftlicher Akzeptanz. Die ständige Verfügbarkeit von

Informationen unterschiedlichster Quellen macht es für Zeitungen immer schwerer, ihren Mehrwert sichtbar zu machen. Als Vertrauens- und Erfahrungsgut stehen sie unter Druck. Für Tageszeitungen sinkt die Zahlungsbereitschaft seit Jahren und dieser Bericht dokumentiert, dass sich dieser Trend fort schreibt. Auch die Bereitschaft, für digitale Inhalte zu bezahlen, ist tendenziell unterentwickelt und Zeitungen tun sich schwer, auch online reputationsstarke Marken zu etablieren und damit die Zahlungsbereitschaft ihrer Leserschaft zu erhöhen. Digitale „Love Brands“ wie Spotify oder Netflix haben Flatrate-Preismodelle etabliert, die bei etwa zehn Euro pro Monat liegen und prägen damit den derzeitigen Preistoleranzrahmen für digitale Inhalte. Digitalabos von Regionalzeitungen liegen häufig bei deutlich über 20 Euro bis zu 40 Euro pro Monat. Es gelingt offenbar nicht ausreichend, den Mehrwert journalistischer Inhalte zu kommunizieren.“

Diese Einschätzung ist weiterhin gültig. Aktuell wird zwar im Zusammenhang mit der Covid 19-Pandemie von einem erheblich gestiegenen Informationsbedarf und guten Zahlen bei der Entwicklung der Digital-Abonnements berichtet. Wie nachhaltig dieser Trend ist, bleibt indes abzuwarten.

Beim Blick auf die weiteren Online-Angebote, die in Nordrhein-Westfalen ohne Verbindung zu Print- oder Hörfunkmedien bestehen, zeigt sich zwar auf den ersten Blick eine hohe Anzahl unterschiedlicher Angebote. Auf den tatsächlichen Vielfaltsbeitrag lässt dies allerdings kaum Rückschlüsse zu (vgl. Frage 61). Zwar zeigen sich ermutigende Beispiele, wie Online-Angebote in einzelnen Städten durchaus einen Vielfaltsbeitrag leisten. Es bestehen jedoch nach Sichtung der Ergebnisse Zweifel, dass reine Online-Angebote in der breiten Fläche des Bundeslands dauerhaft die mediale Vielfalt absichern können.

**63. *Wie hat sich die Vielfalt von lokalen Online-Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu jener in anderen Bundesländern entwickelt?***

Für die Online-Angebote von Tageszeitungsverlagen in Nordrhein-Westfalen verweist die Landesregierung auf die Entwicklung der Zeitungsdichte, auf die in der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 Bezug genommen wird (Frage 49, S. 224-225). Darüber hinaus liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse zur Entwicklung speziell von lokalen Online-Medienangeboten außerhalb von Nordrhein-Westfalen vor.

**64. *Welche Möglichkeiten sieht die Landesregierung unter aktuellen Marktbedingungen, die lokalen Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen zu stärken?***

Die Landesregierung verweist an dieser Stelle auf die Antwort auf die Große Anfrage 13 (Frage 50, Seite 225-227). Dort wurde erörtert, dass sich das Land für die Anwendung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auch auf Online-Angebote der Presseverlage eingesetzt und eine Bundesratsinitiative zur Förderung des gemeinnützigen Journalismus eingebracht hat.

Zudem unterstützt die Landesregierung dem Grunde nach das Vorhaben des Bundes, die Zeitungs-, Zeitschriften- und Anzeigenblatt-Verlage in der digitalen Transformation des Vertriebs zu fördern. Sie nimmt allerdings auch zur Kenntnis, dass verlagsunabhängige (Online-)Publisher diesen Förderansatz kritisieren.

Die Landesregierung unterstützt darüber hinaus im Rahmen der Ruhr-Konferenz innovative Ideen und Projekte, die das Ziel haben, cross-medial die Medienvielfalt zu stärken. Von besonderer Bedeutung sind in Nordrhein-Westfalen überdies die staatsfernen



Unterstützungsangebote des Journalismus Lab der Landesanstalt für Medien NRW (vgl. Frage 70).

**65. Inwiefern werden lokale Inhalte für Online-Medienangebote von hauptamtlichen sowie freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erstellt und inwiefern sind diese unabhängig von ggf. vorhandenen Lokalteilen in Print-Pendants eines Online-Angebots? (Bitte nach Anbietern der verschiedenen Online-Angebots-Typen auflisten.)**

Wie bereits in der Vorbemerkung beschrieben, sind die großen und reichweitenstarken Online-Medienangebote eng verbunden mit Print- oder Rundfunkangeboten und sowohl Redaktionen als auch Betreiber arbeiten crossmedial, also über mehr als einen Medienkanal hinweg. Dies gilt auch für die Redakteure, die lokale Inhalte erstellen.

Zum ersten Teil der Frage nach hauptamtlichen und freien Mitarbeitenden wird auf die Antworten zu den Fragen 27 und 28 verwiesen. Weitere Erkenntnisse dazu liegen der Landesregierung nicht vor.

**66. Welchen Anteil haben lokale Inhalte bei Online-Medienangeboten aus Nordrhein-Westfalen? Wie haben sich diese jährlich seit 2014 entwickelt? (Bitte auflisten nach lokalen und überregionalen Online-Medienangeboten.)**

Im Rahmen dieser Antwort kann keine Messung des Anteils lokaler Inhalte erfolgen. Anders als bei gedruckten Ausgaben ist es bei responsiven – also auf das jeweilige Display angepassten Online-Inhalten – nicht möglich, den Inhalt z. B. in Quadratzentimetern zu bemessen, um präzise Anteile lokaler oder überregionaler Berichterstattung zu berechnen.

Um zumindest eine Annäherung zu schaffen, wurde für die Angebote im Rahmen der Inhaltsanalyse geprüft, ob überhaupt lokale, regionale, überregionale sowie landesweite Inhalte auf den verschiedenen Online-Medienangeboten zu finden sind. Die Methodik ist im Anhang in der Erläuterung zur Inhaltsanalyse beschrieben.

Die Unterscheidung zwischen lokalen und regionalen Inhalten ist in der inhaltsanalytischen Codierung allerdings nur schwer möglich. Ob zum Beispiel ein Beitrag über einen ganzen Ort ein lokales Ereignis oder bereits bei größeren Orten ein regionales Geschehen betrachtet, setzt intensive Einzelfallbetrachtungen voraus, die im organisatorischen Rahmen der Ausarbeitung nicht möglich waren.

Geprüft wurde daneben, ob überregionale (sowohl Inhalte aus dem In- und Ausland) als auch landesweite Inhalte mit Bezug zum gesamten Bundesland Nordrhein-Westfalen vorhanden sind. Bei der Codierung war unerheblich, wie oft Beiträge mit einer entsprechenden Ausrichtung vorhanden waren.

Als Ergebnis zeigt sich in Tabelle 66.1, dass lokale/regionale Inhalte fast flächendeckend bei praktisch allen inhaltsanalytisch untersuchten Angeboten aufzufinden sind, gefolgt von landesweiten sowie überregionalen Inhalten. Unter den landesweiten Inhalten fanden sich vielfach Informationen über die landesweiten Entwicklungen der Covid-19-Erkrankungen. Bei den Online-Only-Angeboten handelt es sich primär um Angebote, die (sub-)lokale oder regionale Inhalte publizieren. Vereinzelt sind darunter auch Angebote gelistet, die im Zuge der Recherche in den Gebietskörperschaften aufgefunden wurde und die zwar vorrangig oder

ausschließlich überregionale Inhalte behandeln, bei denen aber keine Hinweise darauf bestanden, dass die Angebote auch überregional bedeutsam sind.

**Tab. 66.1 Vorhandensein lokaler/regionaler, landesweiter oder überregionaler Inhalte**

Online-Angebote	abs.	lokale/ regionale Inhalte vorhanden		landesweite Inhalte vorhanden		überregionale Inhalte vorhanden	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	45	98%	42	91%	46	100%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	45	100%	38	84%	43	96%
Online-Angebote des WDR	8	2	25%	4	50%	8	100%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	23	100%	14	61%	5	22%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	88	96%	37	40%	30	33%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	124	95%	49	38%	35	27%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>327</b>	<b>95%</b>	<b>184</b>	<b>53%</b>	<b>167</b>	<b>49%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a; Mehrfachangaben möglich

Für eine konkretere Einordnung wurde im Anschluss geprüft, ob lokale/regionale Inhalte auf den Startseiten der Online-Angebote überwiegen. Aus der Tabelle 66.2 kann entnommen werden, dass die meisten Online-Medienangebote ausschließlich oder überwiegend lokale/regionale Inhalte aufweisen. Dies trifft vor allem auf die Angebote der Anzeigenblätter (87 Prozent), die Online-Only-Angebote und die Online-Angebote anderer Print-Medien (83 Prozent) zu. Dies ist keinesfalls überraschend, weil sich die lokale und regionale Ausrichtung gerade dieser Angebote oft bereits an der URL zeigt. Bei den Online-Angeboten der Tageszeitungen und des Lokalen Hörfunks ist zu bemerken, dass über lokale/regionale Themen ausgiebig berichtet werden kann, auch wenn diese auf der Startseite nicht überwiegen.

**Tab. 66.2 Überwiegend lokale/regionale Inhalte**

Online-Angebote	Ausschließlich oder überwiegend lokale/regionale Inhalte		
	abs.	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	20	43%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	22	49%
Online-Angebote des WDR	8	0	0%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	20	87%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	76	83%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	108	83%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>246</b>	<b>72%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Über die Entwicklung im Zeitverlauf sind keine Aussagen möglich, weil keine rückwirkende Betrachtung der Online-Angebote möglich ist und zudem auch keine vergleichbaren Datenquellen aus den Vorjahren bereitstehen.

**67. Wie beurteilt die Landesregierung diese Entwicklung in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu den deutschlandweiten Online-Medienangeboten?**

Der Landesregierung liegen ausschließlich Daten für das Jahr 2020 und nicht für die zurückliegenden Jahre vor. Darüber hinaus waren keine präzisen Anteilsmessungen möglich, wie bereits in der Antwort auf die vorangegangene Frage 66 geschildert. Ferner liegen der Landesregierung keine Informationen über entsprechende bundesweite Erkenntnisse vor. Zur bestehenden Situation stellt die Landesregierung fest, dass die Anzahl der tendenziell deutlich lokal und regional ausgerichteten Online-Angebote nicht per se auf einen erheblichen lokalen Vielfaltsbeitrag schließen lässt, wie bereits als Antwort auf Frage 60 ausgeführt wurde.

**VI. Sicherung der Medienvielfalt online**

**68. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 in den EU-Mitgliedsstaaten zur Förderung von Online-Anbietern und speziell zur Förderung der Medienvielfalt der Online-Medienangebote unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.)**

Ein vollständiger Überblick über einzelne Mitgliedsstaaten kann hier nicht geliefert werden. Während z. B. mit Blick auf die medienrechtlichen Überlegungen und die „Sonderrechte“ von

Medien multinationale Überblicke vorliegen, scheint das mit Blick auf die Förderung von Online-Anbietern (noch) nicht der Fall zu sein (European Audiovisual Observatory, 2017).

Sichtbar ist, dass sowohl wissenschaftlich wie politisch der Diskurs darüber geführt wird, wie die öffentliche Finanzierung (public funding) von Online-Journalismus einen positiven Beitrag auf deren Qualität, Unabhängigkeit und Vielfalt leisten kann. Der Druck auf herkömmliche Finanzierungsmodelle über Anzeigen im Online-Bereich ist in vielen Mitgliedsstaaten bei Online-Medienangeboten genauso beobachtbar wie in Deutschland. Eine Abkehr von Tausender-Kontakt-Preisen (CPM – Cost per Mille) zugunsten von „Kosten pro Klick“ je Online-Anzeige (CPC - Cost per Click) setzt auch die Finanzierung von Online-Medienangeboten unter Druck, weshalb – beispielsweise in Luxemburg – die öffentliche Finanzierung als Alternativmodell evaluiert wird (Hamdi & Kies, 2019).

Der Beibehalt des CPM-Modells könnte negativen Einfluss auf die Qualität des Journalismus‘ haben, da durch „Clickbaiting“ möglichst viel Aufmerksamkeit erzeugt werden soll und somit einer Boulevardisierung und Skandalisierung Vorschub geleistet werden könnte. Inhalte, die „Traffic“ erzeugen, könnten bevorzugt werden (ebd.). Eine möglichst kostenlose Verbreitung des Inhalts beeinflusst die Reichweite von Inhalten ebenfalls positiv. Das wiederum erschwert die Monetarisierung des Online-Journalismus‘ durch Bezahl-Inhalte. Das CPC-Modell erzielt nur in seltenen Fällen ausreichend Erlöse.

Daher ist die Finanzierung von Online-Medieninhalten generell herausfordernd. Aufgrund der niedrigeren Anzeigenpreise und -erlöse und der sinkenden Vertriebs Erlöse gerät das Geschäftsmodell vieler Medien doppelt unter Druck.

Da die Rezeption von Medieninhalten in ganz Europa verstärkt online erfolgt, wird über „public funding“ von Online-Medieninhalten debattiert. Allerdings liegen hier kaum überblicksartige Erkenntnisse vor. Die zitierte Evaluation der Situation in Luxemburg sieht die öffentliche Förderung kritisch, da sie in bisheriger Form keine Stärkung von Pluralität, Unabhängigkeit oder Qualität bewirkt habe: „Our main conclusion is that while the transitory public fund for online journalism may contribute to increasing a quantitative journalistic offer, it does not fundamentally contribute to fostering a media offer that is more plural (i.e. less concentrate), independent and qualitative.“ (ebd. S. 9).

**69. Welche bestehenden Maßnahmen in anderen EU-Mitgliedsstaaten hält die Landesregierung auch hierzulande für sinnvolle Modelle?**

Zu dieser Frage liegen der Landesregierung keine neueren Erkenntnisse vor als die in der Studie der Wissenschaftlichen Dienste des deutschen Bundestags (2019) erhobenen Maßnahmen zur Presseförderung, die bereits tabellarisch und detailliert je Land in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 dargelegt wurden (Frage 60, Seiten 243-247).

Aktuell lässt sich der „Demokratie-Aktionsplan“ (ec.europa.eu, 2020a) der EU-Kommission anführen, der die Arbeitsbedingungen von Journalistinnen und Journalisten verbessern möchte (Borgers, 2020). Hintergrund ist der Ansatz der EU-Kommission, gezielten Desinformations-Kampagnen aus dem Ausland durch die Förderung der Arbeit unabhängiger Medien entgegenzuwirken. Medien sollen ihre Aufgabe („komplexe Themen verständlich darzulegen, eine breite öffentliche Debatte mit unterschiedlichen Ansichten anzuregen, und uns – also die politischen Entscheidungsträger – zur Rechenschaft zu ziehen“ (EU-Kommissarin Jourová nach Borgers, 3.12.2020)) vollumfänglich erfüllen können. Deshalb setzt sich die Kommission dafür ein „das Arbeitsumfeld für Journalistinnen und Journalisten, ihren Schutz und ihre Sicherheit zu verbessern.“ (Jourová nach Borgers, 3.12.2020). So sieht der

Plan eine „Empfehlung zur Sicherheit von Journalisten“ vor, die auch Online-Bedrohungen berücksichtigt. Darüber hinaus werden „Leitlinien zur Transparenz des Medieneigentums“, die Förderung einer „transparenteren und fairen Zuweisung staatlicher Werbung“ sowie ein Pilotprojekt „Media Ownership Monitor“ thematisiert (ebd.).

**70. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 in Nordrhein-Westfalen zur Förderung von Online-Anbietern und speziell zur Förderung der Medienvielfalt der Online-Medienangebote unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.)**

**71. Welche Maßnahmen wurden seit 2014 zur Förderung von Online-Formaten bundesweit und in Nordrhein-Westfalen unternommen? (Bitte die jeweiligen Förderinstrumente, wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc. auflisten.)**

Die Fragen 70 und 71 werden aufgrund ihrer thematischen Nähe gemeinsam beantwortet.

Seit Ende 2019 greift für digitale Presseangebote der reduzierte Mehrwertsteuersatz. Nordrhein-Westfalen hatte konsequent darauf hingewirkt, dass der Bund den dafür von der EU geschaffenen Spielraum nutzt.

Im November 2020 ist der Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland in Kraft getreten. Unter anderem wird mit ihm das Ziel verfolgt, zu gewährleisten, dass auch Online-Presse beim Zugang zu Medienplattformen und bei der Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen sowie in den Angeboten von Medienintermediären nicht diskriminiert wird.

Nordrhein-Westfalen hat eine Bundesratsinitiative zur Aufnahme des Förderzwecks Journalismus in die Abgabenordnung initiiert. Von mehr Rechtssicherheit in diesem Feld würden auch (neue) journalistische Angebote im Online-Bereich profitieren.

Mit Blick auf Nordrhein-Westfalen sind darüber hinaus die konkreten Förderaktivitäten des Journalismus Labs der Landesanstalt für Medien NRW hervorzuheben (hierzu wird auch auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 75, S. 299-300). Es bietet staatsfern verschiedene Maßnahmen zur Förderung der Vielfaltssicherung der Online-Medienangebote in Nordrhein-Westfalen an. Innovation wird hierbei als essenzielle Voraussetzung verstanden, um tragfähige Lösungsansätze für die gegenwärtigen Probleme des Journalismus zu entwickeln (Kommunikation mit dem Journalismus Lab, Dezember 2020). Ein Element der Arbeit des Journalismus Labs ist die Entwicklung einer digitalen Landkarte der Lokalmedien in Nordrhein-Westfalen (s. Frage 68), die aufzeigt, welche Lokalmedien mit Sitz in Nordrhein-Westfalen regelmäßig über lokales Geschehen vor Ort berichten (Jost-Westendorf, 2019, zitiert nach Hartung, 2019).

Neben den bereits in der Beantwortung der Großen Anfrage 13 (Frage 75, S. 299-300) erwähnten Aktivitäten (vgl. Tabelle 70.1) lassen sich folgende weitere, neuere bzw. übergeordnete Maßnahmen des Journalismus Labs zur Vielfaltssicherung festhalten:

- direkte finanzielle Förderung in Form von Zuschüssen („Startkapital“) für journalistische Neugründungen und Medien-Start-ups sowie für Innovationsprojekte bei Bestandsunternehmen, die in wettbewerblichen Vergabeverfahren bereitgestellt

- werden (vgl. Förderprogramme „Media Innovation Fellowship“ seit 2018; Förderprogramm Audio Innovation seit 2020)
- Coaching- und Mentoring-Programme, um die Entwicklung von Neugründungen und Innovationsprojekten zu begleiten und zu unterstützen. Ziel ist hierbei insbesondere die Unterstützung individueller und organisationaler Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Entwicklung und Kommerzialisierung von journalistischen Innovationen sowie die Befähigung zur Umsetzung derselben (vgl. Beratungs- und Coachingprogramm 2017; enge Coaching-Begleitung beim Programm Media Innovation Fellowship)
  - Förderung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (jährliche Ausschreibungen seit 2015)
  - Auslobung von Preisen (Preis des Journalismus Labs 2016-2019, Sonderpreis für lokale Corona-Berichterstattung 2020)
  - Netzwerk- und Kooperationsbildung (vgl. Stakeholder-Dialoge, Netzwerk-Veranstaltungen wie Media Innovation Day, Gründertag etc.)
  - systematische Datenerhebung und Analysen zur Journalismusbranche (vgl. z. B. Studie zur Zahlungsbereitschaft für digitaljournalistische Inhalte 2019)

Quelle: Kommunikation mit dem Journalismus Lab, Dezember 2020

Das neue Förderprogramm „Audio Innovation“ ist im Jahr 2020 im Zusammenhang mit der Umsetzung der Gesamtstrategie „Radio in NRW 2022“ hinzugekommen. Es dient dazu, die digitale Transformation in der Audiobranche zu unterstützen. Gefördert wurde 2020 z. B. #Mitreden – Have a nice say, ein Audiochat-Projekt von Radio Bielefeld, ams Radio und Media Solutions, das Podcast-Projekt „Aufwacher“ der Rheinischen Post und „Was mit Medien“, ein Medien-Podcast-Projekt mit der Konsole Labs GmbH (weiterführende Informationen dazu unter [www.journalismuslab.de](http://www.journalismuslab.de)). Über dieses Förderprogramm hinaus hat das JournalismusLab zudem einen Dialog zwischen der Audio- und der Automobilbranche angestoßen, um Zukunftspotenziale in diesem innovativen Feld zu heben.

**Tabelle 70.1 Maßnahmen des Journalismus Labs**

Wann?	Was?
Seit 2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführung zahlreicher Veranstaltungen zur Vernetzung und zum Wissenstransfer:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o 5 Regionaltage</li> <li>o Gründertag</li> <li>o Local Media Innovation Days</li> <li>o Idea Sprints</li> <li>o Hackathons</li> <li>o Bootcamps</li> <li>o Zahltag</li> </ul> </li> <li>- Auf- und Ausbau einer Nordrhein-Westfalen-weiten Community von Journalistinnen und Journalisten bzw. lokalen Medienmacherinnen und -machern in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus</li> </ul>
Seit 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Förderung von Weiterbildungsmaßnahmen (Schwerpunkt: technologische und unternehmerische Kompetenzen)</li> <li>- Verleihung des Vor-Ort-NRW-Preises für herausragenden Online-Lokaljournalismus</li> </ul>
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coaching- und Beratungsprogramm für verlagsunabhängige Lokalmedien</li> </ul>

Wann?	Was?
Seit 2017	- Projektförderung für innovative lokale Medienprodukte - Informationsplattform <a href="http://www.journalismuslab.de">www.journalismuslab.de</a> inkl. Social-Media-Aktivitäten (Twitter, Facebook, Slack)
Seit 2018	- Förderprogramm „Reinvent Local Media“ für journalistische Start-ups
2019	- Studie „Money for nothing and content for free – Zahlungsbereitschaft für digitaljournalistische Inhalte“ mit Handlungsempfehlungen für Medienhäuser, Start-ups, Nachrichtenorganisationen
2020	- Förderprogramm Audio Innovation für innovative Produkte und Technologien in der Audiobranche NRW

Quelle: Kommunikation mit dem Journalismus Lab, Oktober 2019 und Dezember, 2020, für weitere Informationen zu Effekten und Bewertungen wird hier auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 75, Seiten 299-300).

Die Landesregierung selbst fördert im Rahmen der Ruhr-Konferenz ausgewählte innovative Medienprojekte von Akteuren vor Ort, um Kommunikation und Medienvielfalt in der Region zu unterstützen, auch mit Wirkung über die Region hinaus (hierzu wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 verwiesen (Frage 50, Seite 225-227)). Dazu zählt zum einen die Jugendredaktion Ruhr mit dem Namen „Salon5“ in Federführung von CORRECTIV, die sich auch in den Tag der Medienkompetenz 2020 eingebracht hat. Gestartet sind 2020 zudem die Neuen Deutschen Medienmacher mit dem Programm Mentoring@Ruhrgebiet für mehr Diversität im Journalismus. Studio 47 hat das Projekt „RuhrReporter – Medienmacher 4.0“ initiiert, um crossmediale Ansätze in der journalistischen Ausbildung zu stärken. In Entwicklung sind darüber hinaus ein Projekt zur Programmierung einer Software für Community-orientierten Journalismus sowie die Schaffung eines Experimentierraums für neue journalistische Ansätze im Rahmen eines MediaLabRuhr.

**72. Hält die Landesregierung die bestehenden Maßnahmen zur Stärkung der Medienvielfalt online auf EU-Ebene, in Deutschland und Nordrhein-Westfalen für ausreichend? Falls ja, warum? Falls nein, welche Initiativen zur Stärkung der Medienvielfalt online hält die Landesregierung darüber hinaus für sinnvoll?**

**73. Inwiefern hält die Landesregierung die derzeit gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Online-Medienangeboten für ausreichend? Und welche Ergänzungen hält die Landesregierung für sinnvoll?**

Die Fragen 72 und 73 werden aufgrund ihrer thematischen Nähe gemeinsam beantwortet.

Ein Blick nur auf die online-Medienvielfalt ist angesichts der Konvergenz der Medien nicht sinnvoll, eine detaillierte Bewertung der vielfältigen und sehr unterschiedlichen Maßnahmen zur Förderung der Medienvielfalt auf EU-Ebene, in Deutschland, in Nordrhein-Westfalen oder in anderen Bundesländern im Rahmen der Beantwortung dieser Großen Anfrage nicht möglich.

Die Landesregierung begrüßt es, dass angesichts der Wirkungen der digitalen Transformationsprozesse nicht nur regional und national, sondern EU-weit und international sehr breit und intensiv diskutiert wird, was zur Sicherung der Medienvielfalt unternommen werden kann und muss. Die Landesregierung bringt sich in diese Debatte intensiv und

kontinuierlich ein und hat dabei konkrete relevante Regulierungsthemen wie etwa den Digital Services Act der EU oder die Novellierung des Urheberrechts genauso im Blick wie die Förderung konkreter innovativer Projekte, sei es im Rahmen der Ruhr-Konferenz oder sei es in Verantwortung des Journalismus Lab der Landesanstalt für Medien NRW.

**VII. Journalistische Online-Video-Kanäle**

**74. Welche journalistischen Video-Kanäle gibt es auf Seiten der Online-Medienangebote? (Bitte nach Anbietern und Medientyp auflisten.)**

Zur Beantwortung dieser Frage wurden verschiedene, nachfolgend erläuterte Recherchen durchgeführt, um möglichst breit die wichtigsten Online-Video-Kanäle sowohl thematisch als auch entsprechend der Nutzung abzubilden. Aufgrund der thematischen Nähe werden auch hier bereits die recherchierten YouTube-Kanäle betrachtet, die in Frage 86 von Bedeutung sind. In Tabelle 74.1 erfolgt eine Auflistung der journalistischen Video-Kanäle. Insgesamt werden 134 Kanäle gelistet und in der Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) der Video-Kanäle untersucht. Grundsätzlich ist es herausfordernd, im Einzelfall zu entscheiden, ob es sich um einen journalistischen Video-Kanal handelt (oder um „user-generated-content“).

**Tab. 74.1 Journalistische Online-Video-Kanäle**

<b>Video-Kanäle</b>	<b>abs.</b>
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Im ersten Schritt fanden vor allem die Angebote aus der Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) der Online-Medienangebote Berücksichtigung. Hierzu wurde bereits codiert, ob sich innerhalb der untersuchten Online-Medienangebote eingebettete Bewegtbilder finden ließen. War dies der Fall, wurden diese Angebote noch einmal dahingehend untersucht, ob es sich bei den eingebetteten Bewegtbildern um Video-Kanäle handelte. Dies war dann der Fall, wenn es innerhalb der Angebote zu einer Bündelung der Video-Inhalte kam, zum Beispiel in Form einer Rubrik wie „Video“ oder „Mediathek“ oder es auf der Startseite eine Bündelung aller vorhandenen Video-Inhalte gab. Insgesamt wurden hier 21 journalistische Video-Kanäle identifiziert, die sich in diverse Online-Angebote wie Angebote der Tageszeitungen aber auch andere Gattungen gliedern lassen. Eine ausführliche Auflistung findet sich im Anhang zu Frage 74 in Tabelle A74.1.

Im zweiten Schritt wurde nochmals Bezug auf die vorherige Inhaltsanalyse genommen. Denn hier wurde zudem vermerkt, wenn die untersuchten Online-Medienangebote Hinweise auf die Nutzung von YouTube geben. Hierfür wurden die Angebote einzeln aufgerufen und überprüft, ob dort journalistische Inhalte dargeboten werden. Insgesamt wurden hier 29 journalistische YouTube-Kanäle gefunden. Diese Angebote werden im Anhang zu Frage 74 in Tabelle A74.2 einzeln aufgeführt.



Im dritten Schritt wurde eine Auflistung der Top 100 YouTuber aus Deutschland, sortiert nach Abonnenten von [socialblade.com](https://socialblade.com) herangezogen (o. D.). Diese Liste wurde systematisch nach Kanälen abgesucht, die ihren Betreibersitz in Nordrhein-Westfalen haben. Hierzu wurde insbesondere die jeweilige Kanalinfo auf der Plattform YouTube betrachtet. Anzumerken ist jedoch, dass in der Kanalinfo überwiegend keine Angaben über Privatpersonen gemacht werden. Vielmehr tritt dort ein Management in Erscheinung, welches verschiedene Künstler vertritt (zum Beispiel Y.O.U. Talent Management GmbH). In vielen Fällen gründen auch die betreibenden Personen selbst eine GmbH, mit der sie in der Kanalinfo auftreten (zum Beispiel BEETIQUE GmbH). Dies scheint plausibel, da diese Kanäle durch ihre hohen Abonnentenzahlen große Reichweiten erzielen und lukrative Geschäftsmodelle sind. Es ist also nicht mit Sicherheit zu sagen, ob die betreibende Person auch tatsächlich in Nordrhein-Westfalen wohnt und dort den Content produziert oder ob nur das Management dort verortet ist. Eine ausführliche Auflistung der 16 reichweitenstärksten YouTube-Kanäle findet sich im Anhang zu Frage 74 in Tabelle A74.3

Im vierten und letzten Schritt wurden weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen recherchiert, indem diverse Suchbegriffskombinationen gebildet wurden. Diese wurden dann verwendet, um über die Plattform YouTube entsprechende Kanäle zu finden. Hierbei haben wir uns an den Gebietskörperschaften der Stichprobe orientiert (vgl. Tabelle A0.1 im Anhang). So wurde zum Beispiel nach „Münster“ in Verbindung mit den Suchbegriffen „Nachrichten“, „Informationen“ oder „News“ gesucht; eben solche Begriffe, die vermuten lassen, vor allem journalistisch aufbereitete Inhalte und Kanäle zu finden. Eine ausführliche Auflistung der 68 recherchierten Kanäle findet sich im Anhang zu Frage 74 in Tabelle A74.4.

Die Ergebnisse der Anbieterbefragung (vgl. Tab. 74.2) zeigen, dass ein geringer Anteil aller Online-Angebote überhaupt regelmäßig<sup>27</sup> Videoinhalte produziert und veröffentlicht. Am höchsten ist der Anteil, mit knapp einem Drittel, bei den Online-Only-Angebote.

**Tab. 74.2 Online-Angebot produziert und veröffentlicht Videoinhalte**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	2	13%	13	87%
Online-Only (lokal & regional)	28	8	29%	20	71%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 43 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Produziert und veröffentlicht Ihre Redaktion regelmäßig (mindestens einmal pro Monat) Videoinhalte? Hierbei spielt es keine Rolle, ob diese on-demand oder live abrufbar sind.

Diese selbst produzierten Videoinhalte von Online-Only-Angeboten werden fast immer sowohl im eigenen Online-Angebot als auch auf dem Videokanal YouTube (vgl. Tab. 74.3) sowie in sozialen Netzwerken (vgl. Tab. 74.4) veröffentlicht. Dieses Ergebnis spricht für eine Mehrfachnutzung von selbst produzierten Videoinhalten.

<sup>27</sup> Regelmäßig meint mindestens einmal pro Woche.

**Tab. 74.3 Genutzte journalistische Videokanäle**

Online-Angebote	Innerhalb des eigenen Online-Angebots			YouTube	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	2	0	0%	2	100%
Online-Only (lokal & regional)	8	7	88%	6	75%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 10 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Auf welchen Kanälen veröffentlicht Ihre Redaktion mindestens einmal pro Woche Videoinhalte?

**Tab. 74.4 Genutzte journalistische Videokanäle**

Online-Angebote	Auf sozialen Netzwerken		
	abs.	abs.	in %
von anderen Print-Medien	2	2	100%
Online-Only (lokal & regional)	8	7	88%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 10 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Auf welchen Kanälen veröffentlicht Ihre Redaktion mindestens einmal pro Woche Videoinhalte?

**75. Welchem politischen Spektrum lassen sich diese journalistischen Video-Kanäle aus Sicht der Landesregierung jeweils zuordnen?**

Ähnlich wie in der Frage 19 zum politischen Spektrum der Online-Medienangebote, ist auch hier eine verlässliche empirische Untersuchung nicht möglich.

Aufgrund der bereits erläuterten Problematik, wird auch hier auf eine inhaltsanalytische Detailbetrachtung (aserto, 2020a) zurückgegriffen, um sich einer Antwort zu nähern. Hierfür wurden die vorliegenden Video-Kanäle dahingehend untersucht, ob politische Inhalte vorhanden waren. Die Kriterien bezogen sich auf das Vorkommen von Politikern, Parteien, Entscheidungen in Gemeinderäten, Verwaltungen oder Parlamenten usw. In der nachstehenden Tabelle 75.1 wird ersichtlich, dass 41 Prozent der untersuchten Angebote politische Inhalte publizieren. Insbesondere die Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten stellen entsprechende Inhalte zur Verfügung (67 Prozent). Es ist zudem erkennbar, dass die reichweitenstärksten YouTube-Kanäle kaum bis keine politischen Inhalte darbieten (6 Prozent). Ein Grund hierfür ist, dass unterhaltende Inhalte der Schwerpunkt dieser Kanäle sind, die leichter viele Abonnenten für den eigenen Kanal gewinnen lassen.

**Tab. 75.1 Video-Kanäle mit politischen Inhalten**

Video-Kanäle	Politische Inhalte		
	abs.	abs.	in %
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21	14	67%
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29	13	45%
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16	1	6%
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68	27	40%
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>	<b>55</b>	<b>41%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**76. Welchen Anteil haben lokale und überregionale Inhalte bei diesen journalistischen Video-Kanälen?**

Wie bereits in Frage 66 beschrieben, kann auch im Rahmen dieser Antwort keine Messung des Anteils lokaler bzw. überregionaler Inhalte erfolgen.

Um zumindest eine Annäherung zu leisten, wurde für die Angebote im Rahmen der Inhaltsanalyse erhoben, ob überhaupt lokale, regionale, überregionale sowie landesweite Inhalte innerhalb der Video-Kanäle zu finden sind. Die Methodik ist im Anhang in der Erläuterung zur Inhaltsanalyse beschrieben (aserto, 2020a).

Die Unterscheidung zwischen lokalen und regionalen Inhalten ist in der inhaltsanalytischen Codierung nur schwer möglich. Ob zum Beispiel Video-Inhalte über einen ganzen Ort ein lokales Ereignis oder bereits bei größeren Orten ein regionales Geschehen betrachten, setzt intensive Einzelfallbetrachtungen voraus, die im organisatorischen Rahmen der Ausarbeitung nicht möglich waren.

Geprüft wurde zudem, ob überregionale (sowohl Inhalte aus dem In- und Ausland) als auch landesweite Inhalte mit Bezug zum gesamten Bundesland Nordrhein-Westfalen vorhanden sind.

Die Tabelle 76.1 gibt zunächst Aufschluss über die Präsenz solcher Inhalte. Es ist zu erkennen, dass insbesondere lokale und regionale Inhalte zu finden sind (72 Prozent). Die reichweitenstärksten YouTube-Kanäle stellen dagegen ausschließlich überregionale Inhalte zur Verfügung.

**Tab. 76.1 Lokale/regionale, landesweite oder überregionale Inhalte**

Video-Kanäle	lokale/ regionale Inhalte		landesweite Inhalte		über- regionale Inhalte	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21	81%	10	48%	14	67%
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29	72%	7	24%	3	10%
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16	0%	0	0%	16	100%
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68	85%	44	65%	31	46%
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>	<b>72%</b>	<b>61</b>	<b>46%</b>	<b>64</b>	<b>48%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Für eine konkretere Einordnung wurde im Anschluss geprüft, ob lokale/regionale oder überregionale Video-Inhalte überwiegen. Aus der Tabelle 76.2 kann entnommen werden, dass insgesamt bei mehr als der Hälfte der untersuchten Kanäle überwiegend lokale, regionale Inhalte vorhanden sind (56 Prozent). Dies trifft insbesondere auf die YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote (72 Prozent) als auch auf die weiteren YouTube-Kanäle (65 Prozent) zu. Die reichweitenstärksten YouTube-Kanäle verzichten auf lokale und regionale Inhalte.

**Tab. 76.2 Überwiegend lokale/regionale Inhalte**

Video-Kanäle	Ausschließlich überwiegend lokale/regionale Inhalte		oder Ausschließlich überwiegend überregionale Inhalte	
	abs.	in %	abs.	in %
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21	48%	10	48%
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29	72%	0	0%
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16	0%	16	100%
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68	65%	23	34%
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>	<b>56%</b>	<b>49</b>	<b>37%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a; bei manchen YouTube-Kanälen war eine genaue Einordnung nicht möglich, daher ergibt die Summe nicht bei allen Online-Videokanälen 100 Prozent.

**77. Welche Themen-Ressorts werden von diesen journalistischen Video-Kanälen jeweils abgedeckt? (Bitte auflisten nach Anbieter und Video-Kanal.)**

Um beantworten zu können, welche Themen-Ressorts innerhalb der untersuchten Online-Video-Kanäle abgedeckt werden, wird ebenfalls auf die Befunde der Inhaltsanalyse zurückgegriffen (aserto, 2020a). Folgende Themen-Ressorts wurden dabei berücksichtigt: Politik, Wirtschaft, Sport, Bildung und Kultur, Ratgeber, Unterhaltung und Panorama.

In den Tabellen 77.1 und 77.2 werden die Ergebnisse ausgewiesen. Vor allem Ratgeber (49 Prozent) stellen ein beliebtes Ressort innerhalb der Video-Kanäle dar. Weitere Ressorts wie Bildung und Kultur (44 Prozent) sowie Politik (39 Prozent) und Unterhaltung und Panorama (38 Prozent) spielen jedoch ebenfalls eine Rolle.

Werden die Video-Kanäle im Einzelnen betrachtet, fällt auf, dass die Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten insbesondere Politik (67 Prozent) anbieten. Innerhalb der YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote findet sich vor allem das Ressort Bildung und Kultur (62 Prozent). Die reichweitenstärksten YouTube-Kanäle zeichnen sich dagegen stark durch Unterhaltung und Panorama aus (75 Prozent). Wohingegen das Ressort Ratgeber eine besondere Rolle bei den weiteren YouTube-Kanälen aus Nordrhein-Westfalen spielt (71 Prozent).

**Tab. 77.1 Themen-Ressorts Politik, Wirtschaft und Sport**

Video-Kanäle	abs.	Politik		Wirtschaft		Sport	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21	14	67%	11	52%	12	57%
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29	10	34%	4	14%	11	38%
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16	1	6%	0	0%	1	6%
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68	27	40%	29	43%	22	32%
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>	<b>52</b>	<b>39%</b>	<b>44</b>	<b>33%</b>	<b>46</b>	<b>34%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 77.2 Themen-Ressorts Ratgeber, Unterhaltung/Panorama, Bildung/Kultur**

Video-Kanäle	Ratgeber			Unterhaltung, Panorama		Bildung, Kultur	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten	21	5	24%	8	38%	11	52%
YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote	29	12	41%	10	34%	18	62%
Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	16	1	6%	12	75%	1	6%
Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen	68	48	71%	21	31%	29	43%
<b>Gesamt</b>	<b>134</b>	<b>66</b>	<b>49%</b>	<b>51</b>	<b>38%</b>	<b>59</b>	<b>44%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**78. Wie ist die Reichweite (Page-Impressions und Unique User) dieser journalistischen Video-Kanäle? (Bitte auflisten nach Online-Medienangebot und Anbieter.)**

Für die Beantwortung dieser Frage muss zunächst Bezug auf die gewünschten Kennzahlen genommen werden. Gefragt ist nach Page Impressions und Unique Users. Wie bereits in den Fragen 3 bis 5 ausführlich erläutert, ist es für die breite Masse der verschiedenen Online-Angebote kaum möglich, diese Kennzahlen zu liefern.

Beide Kennzahlen eignen sich, wenn überhaupt eher bei der Betrachtung von Online-Angeboten, nicht jedoch für Video-Inhalte. Zwar gibt es ähnliche Messwerte auf der Plattform, jedoch sind diese und weitere Kennzahlen nur für Kanalbetreiber über das Analytics-Tool von YouTube verfügbar. Für Außenstehende sind diese Zahlen nicht verfügbar. Deshalb müssen die gesamten Views bzw. Aufrufe betrachtet werden, die öffentlich verfügbar sind. Die Views geben die Anzahl gültiger Aufrufe wieder, die die Kanäle oder die dort vorhandenen Videos erzielt haben.

Deshalb werden in den Tabellen 78.1 bis 78.3 die durchschnittlichen Views der verschiedenen Kanäle aufgeführt. Von dieser Betrachtung müssen allerdings die Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten ausgeschlossen werden, da hier keine Kennzahlen verfügbar sind.

**Tab. 78.1 Views der YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote**

<b>YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote</b>	<b>Views</b>
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten Views	10.652.636
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	1.267.228
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten Views	13.844

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 78.2 Views der reichweitenstärksten YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen**

<b>Reichweitenstärkste YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen</b>	<b>Views</b>
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten Views	1.412.206.971
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	699.118.328
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten Views	195.097.060

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 78.3 Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen**

<b>Weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen</b>	<b>Views</b>
Durchschnitt der drei Angebote mit den höchsten Views	130.097.979
Durchschnitt aller gelisteten Angebote	9.045.267
Durchschnitt der drei Angebote mit den geringsten Views	5.726

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Des Weiteren erhebt auch der WDR die Views der eigenen Online-Videoangebote. Eine Differenzierung der Angebote nach eingebetteten Bewegtbildern und Mediatheken ist nicht möglich, weshalb die Anzahl der Views für die WDR-Mediathek insgesamt ausgewiesen wird.

**Tab. 78.4 Online-Angebote des WDR**

	<b>Views</b>			
	<b>Oktober 2020</b>	<b>Oktober 2018</b>	<b>Oktober 2016</b>	<b>Oktober 2014</b>
WDR-Mediathek	5.415.340	3.701.798*		
YouTube der Dachmarke „WDR“	14.669.216	10.237.172	3.957.998	411.130

\*Angabe aus November 2018, Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021

**79. Wer nutzt Online-Video-Kanäle – differenziert nach Alter, Bildung, sozialem Milieu, Geschlecht?**

Für die Beantwortung der Frage 79 werden die Online-Angebote der Kategorie Bewegtbild näher betrachtet. Hierzu wurde erneut die Bevölkerungsbefragung (aserto, 2020c) herangezogen. Neben klassischen Videokanälen wie YouTube wurden hierbei ebenfalls Bewegtbildangebote in Mediatheken sowie Videos auf sozialen Netzwerken wie Instagram oder Facebook berücksichtigt (vgl. Tab. 79.1).

**Tab. 79.1 Nutzung von Videokanälen zur politischen Informationsbeschaffung**

	Videos Mediatheken	in Videos YouTube	Videos auf Facebook, Instagram oder anderen sozialen Medien
	In %	In %	In %
Gesamt	17	22	23
Geschlecht	Männlich	20	27
	Weiblich	15	17
Altersgruppen	16-29 Jahre	17	41
	30-39 Jahre	29	32
	40-49 Jahre	*18	26
	50-59 Jahre	19	16
	60+ Jahre	11	10
Formale Bildung	Hauptschule/ Volksschule <sup>b</sup>	*9	14
	weiterführende Schule ohne Abitur	17	24
	Abitur/Studium	24	27
Haushalts- netto- einkommen	Unter 2.000 €	15	25
	Über 2.000 € bis unter 4.000 €	17	21
	Über 4.000 €	22	21
Ort <sup>a</sup>	Großstadt- atmosphäre	24	27
	Klein-/ Mittelstädtisch	15	21
	Ländlich	*11	17

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

Frage: In welchen der folgenden Bewegtbild-Angebote informieren Sie sich mindestens 1x pro Woche über das politische Geschehen?

<sup>a</sup> Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

<sup>b</sup> einschließlich ohne Schulabschluss

\* Geringe Fallzahlen (<30)

Die Tabelle 79.1 zeigt, dass politische Informationen jeweils von ungefähr jedem fünften Bürger bzw. jeder fünften Bürgerin in Nordrhein-Westfalen über Mediatheken (17 Prozent), YouTube (22 Prozent) oder Social Media (23 Prozent) genutzt werden. Männliche Nutzer



bevorzugen YouTube deutlich (27 Prozent). Damit spielen diese Kanäle auch für politische Inhalte eine bedeutende Rolle.

Wie erwartet dominieren jüngere Zielgruppen (16-29 Jahre) die Nutzung von YouTube und Social Media. Menschen mit formal höherer und mittlerer Bildung nutzen Videos über alle Ausspielkanäle häufiger zur politischen Information als Personen mit formal niedriger Bildung. Mediatheken und Videos auf YouTube sind in großstädtischen Räumen beliebter als in anderen Orten.

Eine Betrachtung der Bedeutung von Videoinhalten für lokale/regionale Informationen hat keine verwertbaren Ergebnisse erbracht, da die Nutzungshäufigkeit hier insgesamt auf so niedrigem Niveau stattfindet, so dass sich Gruppenvergleiche wegen niedriger Fallzahlen aus methodischen Gründen verbieten.

#### **80. Wie bewertet die Landesregierung die Rolle von Online-Video-Kanälen für die Verbreitung von Desinformation und Verschwörungstheorien?**

Online-Videos wie z. B. YouTube-Videos sind stark verbreitet und werden vielfach als Nachrichtenquelle verwendet, nicht nur zur Unterhaltung (Shearer & Matsa, 2018). Dort finden sich auch Inhalte, die verschwörungstheoretischen Charakter haben oder nicht der (faktenbasierten) Information dienen (Li, Bailey, Huynh & Chan, 2020). Grundsätzlich besteht die Gefahr, dass unseriöse Quellen starke Verbreitung finden und somit auch Wirkung im Bereich der Vorstellungen, Einstellungen und ggf. sogar des Verhaltens der Bevölkerung entfalten können. Dies wird durch die Tendenz begünstigt, dass einerseits nutzergenerierte Videoinhalte eine zunehmende Bedeutung und Reichweite erhalten, während andererseits die Reichweite von (nach professionellen Standards recherchierten und produzierten) lokalen Medieninhalten (z. B. Tageszeitungen und journalistischen Online-Angeboten) abnimmt. Die sich daraus ergebende Gefahr der Verbreitung von Falschnachrichten, gezielter Desinformation und Verschwörungstheorien ist besonders in den Blick zu nehmen.

Hier sind zum einen die Plattformen selbst gefragt, mehr Verantwortung für die von ihnen verbreiteten Inhalte zu übernehmen. Ihr Geschäftsinteresse besteht darin, Nutzende so lange wie möglich auf ihren Seiten zu halten und ihnen so viele Videoinhalte wie möglich zu präsentieren. Die algorithmusbasierte Empfehlung führt tendenziell zu reißerischen und immer extremeren Inhalten und ein Korrektiv bleibt aus. Google etwa informiert über den firmeneigenen Blog, dass Google Journalisten dabei unterstützt, Falschinformationen (in diesem Fall zum Corona-Virus) aufzudecken (Mantzaris, 2020). Hier engagiert sich auch das in Nordrhein-Westfalen (Essen) ansässige Recherchenetzwerk CORRECTIV (Echtermann, 2020)<sup>28</sup>. YouTube bemüht sich, Falschinformationen zum amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf und der sogenannten QAnon-Bewegung (die behauptet, die USA würden von einer kriminellen satanistischen Organisation beherrscht) zu löschen (The YouTube Team, 2020).

Das Löschen von Inhalten tangiert jedoch auch stets die Grundrechte auf freie Information und Meinungsäußerung. Zum Schutz der Meinungsfreiheit ist es daher besonders wichtig, dass Nutzerinnen und Nutzer eine Möglichkeit zur Beschwerde erhalten, sollten ihre Inhalte gelöscht werden. Aus denselben Gründen ist eine Differenzierung zwischen rechtlich zulässiger, aber womöglich schädlicher, und illegaler Desinformation von elementarer

---

<sup>28</sup> CORRECTIV hat in der Rubrik „Faktencheck“ zeigen können, dass verschwörungsideologische Inhalte in Deutschland ihren Ursprung vielfach auf YouTube haben, und über WhatsApp und Facebook verbreitet werden.

Bedeutung. Hierfür sind transparente Verfahren und an rechtsstaatlichen Maßstäben orientierte Regeln der Plattformen bei der Moderation von Inhalten erforderlich.

Mit dem im November 2020 in Kraft getretenen Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland wird zudem erstmals für alle geschäftsmäßig angebotenen, journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedien, in denen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen angeboten werden, ein Aufsichtssystem etabliert, mit dem journalistische Sorgfaltspflichten sichergestellt werden sollen. Damit haben die Länder eine bisher bestehende Regulierungslücke geschlossen.

Ferner wird auf europäischer Ebene über zweckmäßige Maßnahmen diskutiert. So hat die EU-Kommission am 15. Dezember 2020 zwei Verordnungsvorschläge (Digital Services Act, Digital Market Act) veröffentlicht (ec.europa.eu, 2020b,c). Internetunternehmen sollen durch den Digital Services Act verstärkt in die Verantwortung genommen werden. Dazu gehört auch die Eindämmung der Verbreitung von illegalen Inhalten durch wirksame Melde- und Beschwerdeverfahren. Diese Initiative wird von der Landesregierung dem Grunde nach unterstützt, wobei sie großen Wert darauf legt, dass die medienpolitische Kompetenz der Länder hier nicht unterminiert wird.

Darüber hinaus fördert die Landesregierung verstärkt die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger und wird sich nun zusätzlich dem Thema Nachrichten- und Informationskompetenz widmen, um Nutzerinnen und Nutzer selbst gegen Desinformation zu wappnen.

## VIII. Soziale Netzwerke

### **81. Welche Online-Medienangebote und Anbieter nutzen welche sozialen Netzwerke?**

### **82. Welche Relevanz haben YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok und SnapChat für die Verbreitung von journalistischen Inhalten? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.)**

Aufgrund der thematischen Nähe werden die Fragen 81 und 82 gemeinsam beantwortet.

Mithilfe der Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) wurde untersucht, auf welchen sozialen Netzwerken die Online-Medienangebote präsent sind. Hierfür wurde erhoben, ob es innerhalb der Startseiten Hinweise auf die Nutzung zum Beispiel in Form entsprechender Symbole gibt. Dabei wurden folgende soziale Medien berücksichtigt: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, SnapChat, YouTube und TikTok.

In den Tabellen 81.1 bis 81.3 werden die Ergebnisse dieser Untersuchung dargestellt. Demnach sind die vorliegenden Medienangebote vor allem auf Facebook (65 Prozent), Instagram (41 Prozent) sowie Twitter (37 Prozent) vertreten. Dementsprechend kann hier von einer hohen Relevanz für die Verbreitung journalistischer Inhalte ausgegangen werden. Es handelt sich hierbei überwiegend um Online-Angebote des WDR, von Tageszeitungen aber auch des Lokalen Hörfunks. Dagegen scheinen Plattformen wie Pinterest, SnapChat und TikTok eine eher untergeordnete Rolle für die Verbreitung der Inhalte zu spielen. YouTube hat bei den Online-Angeboten der Tageszeitungen und der Online-Only-Angebote eine gewisse Bedeutung und ist bei der Hälfte der WDR Online-Angebote verlinkt. Die YouTube-Kanäle sowie Video-Kanäle der Online-Angebote finden in Kapitel VII eine gesonderte Berücksichtigung.

**Tab. 81.1. Online-Angebote auf Facebook und Instagram**

Online-Angebote	abs.	Facebook		Instagram	
		abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	33	72%	17	37%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	39	87%	38	84%
Online-Angebote des WDR	8	8	100%	6	75%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	12	52%	5	22%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	48	52%	29	32%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	82	63%	47	36%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>222</b>	<b>65%</b>	<b>142</b>	<b>41%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 81.2. Online-Angebote auf Twitter, Pinterest, SnapChat**

Online-Angebote	abs.	Twitter		Pinterest		SnapChat	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	26	57%	1	2%	0	0%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	22	49%	0	0%	0	0%
Online-Angebote des WDR	8	7	88%	0	0%	1	13%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	6	26%	0	0%	0	0%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	19	21%	1	1%	0	0%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	46	35%	4	3%	1	1%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>126</b>	<b>37%</b>	<b>6</b>	<b>2%</b>	<b>2</b>	<b>1%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

**Tab. 81.3. Online-Angebote auf YouTube, TikTok**

Online-Angebote	abs.	YouTube		TikTok	
		abs.	in %	abs.	in %
Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)	46	11	24%	0	0%
Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen	45	6	13%	0	0%
Online-Angebote des WDR	8	4	50%	1	13%
Online-Angebote von Anzeigenblättern	23	1	4%	0	0%
Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)	92	14	15%	0	0%
Lokale & regionale Online-Only-Angebote	130	40	31%	0	0%
<b>Gesamt</b>	<b>344</b>	<b>76</b>	<b>22%</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>

Quelle: Inhaltsanalyse, aserto, 2020a

Nach Auskunft des VLR Nordrhein-Westfalen sowie von Radio NRW sind für den lokalen Hörfunk insbesondere Facebook und Instagram von hoher Relevanz – dies unterscheidet den Hörfunk in der Tendenz von Tageszeitungen, bei denen Twitter eine höhere Wichtigkeit zu haben scheint.

Die Ergebnisse der Anbieterbefragung zeigen, dass ein großer Anteil der befragten Online-Angebote soziale Netzwerke nutzt, um Inhalte zu veröffentlichen.

**Tab. 81.4 Soziale Netzwerke**

Online-Angebote	Ja			Nein	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	13	87%	2	13%
Online-Only (lokal & regional)	28	26	93%	2	7%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 43 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Welche der folgenden Formate, sozialen Netzwerke und Videokanäle nutzt Ihre Redaktion regelmäßig, um produzierte Inhalte zu veröffentlichen? Hierbei sind jene Medien und Formate gemeint, die mindestens monatlich genutzt werden.

Betrachtet wurden hierbei die sozialen Netzwerke YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok und Snapchat, wobei die beiden letztgenannten von keinem der befragten Online-Angebote genutzt werden und aus diesem Grund nicht dargestellt sind.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass auch durch die Nutzung sozialer Netzwerke eine Mehrfachverwertung von Beiträgen zu vermuten ist. Denn die Ergebnisse zeigen, dass wenn soziale Netzwerke genutzt werden, es sich häufig nicht nur um eines, sondern um mehrere handelt. Dennoch lässt sich Facebook als jenes Netzwerk beschreiben, das von den meisten Angeboten genutzt wird, unabhängig vom Angebotstyp.

**Tab. 81.5 Genutzte soziale Netzwerke**

Online-Angebote	YouTube			Twitter	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	7	47%	6	40%
Online-Only (lokal & regional)	28	11	39%	15	54%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 43 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Welche der folgenden Formate, sozialen Netzwerke und Videokanäle nutzt Ihre Redaktion regelmäßig, um produzierte Inhalte zu veröffentlichen? Hierbei sind jene Medien und Formate gemeint, die mindestens monatlich genutzt werden.

**Tab. 81.6 Genutzte soziale Netzwerke**

Online-Angebote	Facebook			Instagram	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	15	13	87%	9	60%
Online-Only (lokal & regional)	28	24	86%	15	54%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 43 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Welche der folgenden Formate, sozialen Netzwerke und Videokanäle nutzt Ihre Redaktion regelmäßig, um produzierte Inhalte zu veröffentlichen? Hierbei sind jene Medien und Formate gemeint, die mindestens monatlich genutzt werden.

**83. Wie werden journalistische Inhalte für welche sozialen Netzwerke verarbeitet?**

Journalisten arbeiten heute fast ausschließlich medienübergreifend. Sie erarbeiten Themen, die dann auf möglichst vielen Kanälen passend ausgespielt werden können. Zu diesen Kanälen zählen auch soziale Netzwerke. In größeren Redaktionen, zum Beispiel in den Newsrooms der Tageszeitungen, arbeiten zudem Journalisten mit verschiedenen Schwerpunkten, zum Beispiel auf Bewegtbild, Fotos, Datenjournalismus, Visualisierung und teilweise auch auf soziale Netzwerke und Community-Management.

Schwerpunkt der Arbeit von Redakteuren mit Fokus auf soziale Netzwerke ist im ersten Schritt die Auswahl der relevanten Themen. Manche Beiträge aus dem täglichen Repertoire der Medien eignen sich besonders gut für einzelne Netzwerke wie Instagram, wenn gute Fotos verfügbar sind oder sich ein Meinungsartikel gut in einem prägnanten Satz ankündigen lässt. Wichtige, kurze Meldungen passen besonders gut zu Twitter. Bei manchen Auswahlentscheidungen spielt auch die Zielgruppe eine Rolle, die die Netzwerke nutzt: Manche Themen eignen sich besonders gut für geschäftliche Netzwerke wie LinkedIn, während andere Themen, die gezielt junge Menschen ansprechen, sich eher für TikTok eignen könnten.

Anschließend wird der Inhalt auf das jeweilige soziale Netzwerk zugeschnitten. Dies betrifft die Bildgestaltung und Textlängen. Mitunter muss der Inhalt, wie zum Beispiel eine Infografik an ein besonderes, beispielsweise quadratisches Format wie bei Instagram angepasst werden.

Sobald der Inhalt in den sozialen Netzwerken veröffentlicht ist, entstehen in der Regel Nutzerreaktionen mit „Likes“ (Gefällt-mir-Klicks), „Shares“ (Beiträge werden geteilt) und auch mit Kommentaren. Auf diese Diskussionen gilt es zu reagieren. So sind zum Beispiel Fragen zu beantworten oder ein Feedback an andere Redakteure weiterzugeben.

Die Zahl der Interaktionen wie Likes und Shares gilt als ein wichtiger Gradmesser für den Erfolg der Kommunikation in sozialen Netzwerken. In manchen Redaktionen werten Datenanalysten aus, welche Beiträge mehr oder weniger Interaktionen erzielen. Diese Erkenntnisse fließen dann wieder in die Erstellung der Beiträge und die Auswahl für die sozialen Netzwerke ein.

Die beschriebenen Abläufe und mögliche Rollen beschreiben prototypisch eher die Abläufe in einer großen Redaktion (Porzky, o. D.). Mehr oder weniger professionalisiert, sind ähnliche Arbeitsschritte auch in kleineren Redaktionen oder auch bei Privatpersonen möglich, die ein Blog betreiben.

Die einzelnen sozialen Netzwerke haben Spezifika, die bei der Auswahl, Verarbeitung und Ausspielung von Beiträgen zu beachten sind. Als besonders wichtig wird erachtet, eine Strategie festzulegen, die den Zielen, Plattformen und Gestaltungsmitteln einen festen Rahmen gibt (Bettendorf, 2020).

Twitter sticht dadurch hervor, dass schnell wichtige Nachrichten geteilt und kommentiert werden. Das Netzwerk wird stark von Journalisten genutzt, die häufig Inhalte teilen und sie dadurch populär machen (Allemann & Messerli, 2019). Durch die reine Textform stellt Twitter die geringsten formalen Ansprüche an eine Verarbeitung. Von hoher Bedeutung ist aber die Geschwindigkeit.

Facebook bietet speziell für Journalisten verschiedene Tools an wie Stories, die 24 Stunden online sind, Live Videos, einen Messenger Dienst, einen Nachrichtenseiten-Index und klassische Beiträge in der Timeline (facebook.com, o. D.). Im Hinblick auf die Zielgruppe ist Facebook am breitesten aufgestellt. Es ist das soziale Netzwerk, das am stärksten für die Rezeption von Nachrichteninhalten genutzt wird (Hölig, Hasebrink & Behre, 2019).

Instagram hat sich zur zentralen Plattform entwickelt, um insbesondere Personen im jüngeren und mittleren Alter zu erreichen (Netsch, 2020). Insbesondere die Bildsprache und Visualisierung spielen hierbei eine große Rolle. Dennoch eignen sich auch gesellschaftspolitische und wissenschaftliche Themen, wie der Instagram-Kanal der Wochenzeitung Die Zeit mit 668.000 Abonnenten (Stand 14. Januar 2020) zeigt. Instagram-Stories bieten Potenzial für Medien, weil darin Texte, Bilder und Videos kombiniert werden und deutlich anders zu gestalten sind als typische Newsfeed-Elemente (Klein, 2020).

TikTok kommt für eine sehr junge Zielgruppe infrage, die das Netzwerk mit den kurzen und sehr schnellen Unterhaltungsvideos populär gemacht hat. Aber auch informativere Inhalte sind hier durchaus möglich. Allerdings ist es erforderlich, sehr schnell auf den Punkt zu kommen – noch schneller als in den anderen Plattformen. Pro Video sind 60 Sekunden Zeit einzuhalten (Netsch, 2020).

**84. Welchen Anteil haben Texte, Überschriften, Teaser, Bilder, Memes, Gifs und Videos bei den Beiträgen? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.)**

Der Landesregierung liegen zu dieser Frage keine Informationen vor. Belastbare Erkenntnisse wären nur mit sehr erheblichem Aufwand möglich, der im Rahmen der Beantwortung dieser Großen Anfrage nicht möglich ist.

Die Bandbreite von Darstellungsformen und Darstellungselementen ist in sozialen Netzwerken sehr breit und variiert je nach Plattform. Zudem können die einzelnen Gestaltungsmittel wie Videos massiv darin abweichen, welcher Aufwand zur Erstellung betrieben wird: Eine kurze Videosequenz einer Radiomoderation aus dem Studio von ein paar Sekunden, gefilmt mit dem Handy, dürfte kaum Aufwand erzeugen, während zum Beispiel ein Drohnenflug bei einem Großereignis deutlich komplexer ist.

**85. Inwieweit sind journalistische Inhalte auf sozialen Netzwerken das Ergebnis einer Mehrfachverwertung? Inwiefern werden Inhalte bearbeitet bzw. neu erstellt? (Bitte nach sozialem Netzwerk, Angebot und Anbieter auflisten.)**

Da jedes soziale Netzwerk eigene Ansprüche an die Gestaltung der Inhalte (formelle Vorgaben, Unterschiede in der zielgruppenaffinen Umsetzung) stellt, findet grundsätzlich eine individualisierte Bearbeitung der Inhalte statt, um Inhalte auf den unterschiedlichen Plattformen so wahrnehmbar wie möglich darzustellen. Es ist davon auszugehen, dass journalistische Inhalte eher selten exklusiv für Social Media produziert werden.

Diese Vermutung wird auch durch die Anbieterbefragung (aserto, 2020b) gestützt: Alle Anbieterinnen und Anbieter, die an der Anbieterbefragung teilgenommen haben, geben an, dass die Inhalte auf den sozialen Netzwerken zumindest teilweise auf Mehrfachverwertungen beruhen, oft sogar zu 90 Prozent oder mehr.

**Tab. 85.1 Mehrfachverwertung auf sozialen Netzwerken**

Online-Angebote	Mehrfachverwertung			Anteil der Mehrfachverwertung 90 Prozent oder mehr	
	abs.	abs.	in %	abs.	in %
von anderen Print-Medien	10	10	100%	4	40%
Online-Only (lokal & regional)	24	24	100%	15	63%

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

Basis: 34 Anbieterinnen und Anbieter, gültige Antworten

Fragen: Denken Sie nun an Ihre Angebote auf Social-Media-Kanälen. Wie viele dieser Angebote weisen einen direkten Bezug zu aktuellen Online-Angeboten Ihrer Redaktion auf, in dem sie z. B. auf aktuelle Inhalte verweisen?

**86. Welche YouTube- bzw. Twitch-Kanäle mit journalistischen bzw. politischen Inhalten werden in Nordrhein-Westfalen produziert? Welche Reichweiten erzielen diese? (Bitte nach Angebot, Anbieter sowie Produktionsort auflisten.)**

Die Recherche der genannten Videokanäle hat ergeben, dass Inhalte auf Twitch nicht als journalistisch im definitorischen Sinne bezeichnet werden können. Twitch wird überwiegend als Plattform für Mitschnitte oder auch für Live-Übertragungen von Computer-Spielen genutzt. Die Inhalte tragen nicht dazu bei, Informationen, Meinungen, Interviews oder Dokumentationen zu politischen oder lokalen/regionalen Themen zu veröffentlichen. Aus diesem Grund wird Twitch nicht in die inhaltsanalytische Betrachtung einbezogen. Die Ergebnisse der Frage 86 beziehen sich demnach ausschließlich auf die Videoplattform YouTube.

Auf die Frage, welche YouTube-Kanäle es gibt, findet sich eine Antwort in der Frage 74. Dort wird sowohl das Vorgehen für die Recherche dieser Kanäle näher erläutert als auch eine Auflistung in verschiedene Kategorien vorgenommen. Eine ausführliche Auflistung der Kanäle findet sich im Anhang zu Frage 74 in den Tabellen A74.1 bis A74.4.

Eine nähere Betrachtung der politischen Inhalte erfolgt in der Frage 75.

Auf die Frage, welche Reichweiten diese Kanäle erzielen, findet sich eine Antwort in der Frage 78.

Die Produktionsstandorte sind nicht zweifelsfrei zu bestimmen, da die Inhalte (auch bei den in Nordrhein-Westfalen ansässigen Absendern) prinzipiell überall produziert werden können. Die mobile und einfache Erstellung mit wenigen technischen Hilfsmitteln ist ein Wesensmerkmal der Bewegtbildproduktion in sozialen Medien. Anders als etwa in der Filmindustrie gibt es hier keinen klar abgegrenzten Wirtschaftszweig an Produktionsfirmen. Vereinzelt werden Videos möglicherweise durch professionelle Anbieterinnen und Anbieter (auch Agenturen) produziert. So erschienen bei einer Anbietersuche zum Stichwort „Bewegtbild“ beim BVDW drei reine Bewegtbildanbieter (und zusätzlich 15 Digitalagenturen), die ihren Firmensitz jeweils nicht in Nordrhein-Westfalen haben und deren Fokus nicht auf journalistischen Online-Bewegtbildinhalten liegt.

Generell sind die Absenderinnen und Absender vermutlich zumeist auch die Produzierenden von journalistischen Online-Bewegtbildinhalten.

**87. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus der Frage 85 in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern? (Mit der Bitte um Auflistung der Angebote und deren Reichweiten, Marktanteilen und Zahl der Beschäftigten.)**

Dazu liegen der Landesregierung keine Informationen vor.

**88. Wie haben sich die durchschnittlichen Produktionsvolumina pro Angebot bzw. Anbieter seit dem Jahr 2014 entwickelt? (Bitte jährlich produzierte Minuten und Budget auflisten.)**

Siehe dazu die Antwort auf Frage 86. Der in der Frage suggerierte Markt existiert so nicht, sodass dazu keine Informationen vorgelegt werden können.



**89. Inwiefern unterscheiden sich die Ergebnisse aus der Frage 87 in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern?**

Dazu liegen der Landesregierung keine Informationen vor.

**90. Wie haben sich die Produktionsvolumina seit 2014 bei abhängigen bzw. unabhängigen Produktionsfirmen für YouTube- bzw. Twitch-Kanäle entwickelt? (Bitte jährlich produzierte Minuten und Budget auflisten.)**

Dazu liegen der Landesregierung keine Informationen vor.

**91. Wie bewertet die Landesregierung die Ergebnisse aus den Fragen 85 bis 89?**

Mit Blick auf die Bewegtbildinhalte in sozialen Medien ist vielfach von user-generated-content auszugehen. Die Medienhäuser verfügen in der Regel über eigene Infrastrukturen zur Erstellung von Inhalten, genauso wie die Online-Only-Angebote.

Klar erscheint zudem, dass etwa der WDR oder private Fernsehsender ihre Bewegtbildinhalte professionell für ihre linearen Programme produzieren und dann ganz oder teilweise auf YouTube weiterverwerten. Hier kommt es also zu einer Zweitverwertung, die auch gegen die Etablierung eines eigenen Marktes für Bewegtbildproduktion im Bereich Social Media spricht.

## Literatur

- agof (2020). *Die agof stellt sich vor*. Abgerufen von: [https://www.agof.de/?wpfb\\_dl=8116](https://www.agof.de/?wpfb_dl=8116) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Allemann, D. & Messerli, I. (2019). *Studie «Journalisten im Web 2019»: Social Media als Taktgeber und Newsticker*. Abgerufen von: <https://bernet.ch/wissen/studien/studie-journalisten-im-web-2019-social-media-als-taktgeber-und-newsticker/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 15/4047 vom 15.02.2012 auf die Große Anfrage 6. *Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen*. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 6 der Fraktion der SPD, Drucksache 15/2906. Landtag Nordrhein-Westfalen.
- Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22. *Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2016 und seine digitale Entwicklung*. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 der Fraktion der SPD und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Drucksache 16/13053. Landtag Nordrhein-Westfalen.
- Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 17/5749 (Neudruck) vom 09.04.2019 auf die Große Anfrage 10. *Situation und Entwicklung des Radiomarktes in Nordrhein-Westfalen*. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 der Fraktion der SPD, Drucksache 17/3846. Landtag Nordrhein-Westfalen.
- Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 17/8469 (Neudruck) vom 16.01.2020 auf die Große Anfrage 13. *Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung*. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 der Fraktion der SPD, Drucksache 17/6777. Landtag Nordrhein-Westfalen.
- aserto (2019). [Online Befragung der Geschäftsführer der Verlage]. Unveröffentlichte Rohdaten.
- aserto (2020a). [Inhaltsanalyse der Webangebote]. Unveröffentlichte Rohdaten.
- aserto (2020b). [Onlinebefragung ausgewählter Online-Angebote in Nordrhein-Westfalen]. Unveröffentlichte Rohdaten.
- aserto (2020c). [Onlinebefragung der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen]. Unveröffentlichte Rohdaten.
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien (2014). *MedienVielfaltsMonitor 1. Halbjahr 2014*. Abgerufen von: [https://www.blm.de/files/pdf1/MedienVielfaltsMonitor\\_1\\_Halbjahr\\_2014.pdf](https://www.blm.de/files/pdf1/MedienVielfaltsMonitor_1_Halbjahr_2014.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- bdzv.de (o. D.). *Zeitungen in Deutschland* [Online]. Abgerufen von: <https://www.bdzv.de/zeitungen-in-deutschland> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Beiler M., Gerstner J. (2019). Newsroom- und Newsdeskstrukturen zur Reduzierung von Binnenkomplexität im crossmedialen Journalismus. In: B. Dernbach, A. Godulla & A. Sehl (Hrsg.) *Komplexität im Journalismus*. Springer, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-22860-6\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-658-22860-6_9)
- Bettendorf, S. (2020). *Tipps für Instagram-Journalisten: Ein Leitfaden*. Abgerufen von: <https://www.fachjournalist.de/tipps-fuer-instagram-journalisten-ein-leitfaden/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Blümel, C. (2020, 14. Februar). *Schrumpfkur fast vollendet*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/schrumpfkur-fast-vollendet/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Blümel, C. (2020, 20. Oktober). *Der Bauer geht vom Feld*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/der-bauer-geht-vom-feld/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]

- Borgers, M. (2020). *So will die EU Medien stärken*. Abgerufen von: [https://www.deutschlandfunk.de/demokratie-aktionsplan-so-will-die-eu-medien-staerken.2907.de.html?dram:article\\_id=488596](https://www.deutschlandfunk.de/demokratie-aktionsplan-so-will-die-eu-medien-staerken.2907.de.html?dram:article_id=488596) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Boytshev, H., Horz, C. & Neumüller, M. (2020). *Diversity im deutschen Journalismus* [PDF]. Abgerufen von: <https://www.neuemedienmacher.de/diversity-im-journalismus-bericht/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Bundeskartellamt (2015). *Kartellrechtliche Freigabe für die Übernahme des Online-Vermarkters OMS durch Ströer*. Abgerufen von: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2015/01\\_12\\_2015\\_Stroer\\_OMS.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2015/01_12_2015_Stroer_OMS.html) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Bundeskartellamt (2018). *Online-Werbung* [online]. Abgerufen von: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Schriftenreihe\\_Digitales/Schriftenreihe\\_Digitales\\_3.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Schriftenreihe_Digitales/Schriftenreihe_Digitales_3.pdf?__blob=publicationFile&v=5) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Buschow, C. & Wellbrock, C.-M. (2020). *DIE INNOVATIONSLANDSCHAFT DES JOURNALISMUS IN DEUTSCHLAND*. Abgerufen von: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/NeueWebsite\\_0120/Zum\\_Nachlesen/Gutachten\\_Innovationslandschaft\\_Journalismus.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/Gutachten_Innovationslandschaft_Journalismus.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- bvdw.org (2020). *OVK: Adblocker-Rate leicht auf 23,2 Prozent gesunken*. Abgerufen von: <https://www.bvdw.org/themen/publikationen/detail/artikel/ovk-adblocker-rate-leicht-auf-232-prozent-gesunken-1/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- CORRECTIV (o. D.). *QUARTALSBERICHT XXI*. Abgerufen von: <https://download.correctiv.org/correctiv-transparenzbericht%E2%80%8B-quartal-2-2019%E2%80%8B.pdf> [letzter Aufruf am 25.01.2021]
- Deutsche Journalisten Akademie (2020a). *Boulevardjournalismus*. *Journalismus Lexikon*. Abgerufen von: <https://www.deutschejournalistenakademie.de/journalismus-lexikon/boulevardjournalismus/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Deutsche Journalisten Akademie (2020b). *Qualitätsjournalismus*. *Journalismus Lexikon*. Abgerufen von: <https://www.deutschejournalistenakademie.de/journalismus-lexikon/qualitaetsjournalismus/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Deutscher Journalisten-Verband (2013). *Vertragsbedingungen und Honorare 2013 für die Nutzung freier journalistischer Beiträge*. Abgerufen von: [https://www.djv.de/fileadmin/user\\_upload/Der\\_DJV/DJV\\_Infobrosch%C3%BCren/DJV\\_Wissen\\_2\\_Web\\_Honorare\\_u.\\_Vertragsbedingungen\\_2013.pdf](https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/DJV_Infobrosch%C3%BCren/DJV_Wissen_2_Web_Honorare_u._Vertragsbedingungen_2013.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- deutschlandradio.de (2020). *Telemedienkonzept im Oktober 2020*. Abgerufen von: <https://www.deutschlandradio.de/index.media.71288277ae558308088eefbc8535977b.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- deutschlandradio.de (o. D.a). *Telemedienkonzeptgemäß Art. 7 Abs. 1 Satz 2 des Zwölften Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge*. Abgerufen von: <https://www.deutschlandradio.de/telemedienkonzept-zum-bestandsangebot.media.1c3e6c3e7d2a7f1d1118f0542569d7f0.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- deutschlandradio.de (o. D.b). *Telemedienkonzeptgemäß § 11f Abs. 1 Rundfunkstaatsvertrag*. Abgerufen von: <https://www.deutschlandradio.de/telemedienkonzept-erweiterung.media.c5d8b51410b881e50d19feec02c262bf.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- die-medienanstalten.de (2020). *Anzeigen Internetradios aktuell*. Abgerufen von: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Service/Downloads/Anzeigen\\_Internetradios\\_aktuell.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Downloads/Anzeigen_Internetradios_aktuell.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]

- die medienanstalten (2016). *MedienVielfaltsMonitor Ergebnisse 1. Halbjahr 2016*. Abgerufen von: [https://www.blm.de/files/pdf1/alm\\_vielfaltsmonitor\\_1-halbjahr-2016-1.pdf](https://www.blm.de/files/pdf1/alm_vielfaltsmonitor_1-halbjahr-2016-1.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- die medienanstalten (2018a). *Sicherung der Meinungsvielfalt im digitalen Zeitalter*. Abgerufen von: [https://www.kek-online.de/fileadmin/user\\_upload/KEK/Publikationen/Medienkonzentrationsberichte/S\\_echster\\_Konzentrationsbericht\\_2018/Konzentrationsbericht\\_2018\\_Web.pdf](https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Medienkonzentrationsberichte/S_echster_Konzentrationsbericht_2018/Konzentrationsbericht_2018_Web.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- die medienanstalten (2018b). *MedienVielfaltsMonitor Ergebnisse 1. Halbjahr 2018*. Abgerufen von: [https://www.blm.de/files/pdf2/mvm\\_pp\\_18-1.pdf](https://www.blm.de/files/pdf2/mvm_pp_18-1.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- die medienanstalten (2020a). *Medienvielfaltsmonitor 2020-I*. Abgerufen von: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Medienvielfaltsmonitor\\_2020-I.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Medienvielfaltsmonitor_2020-I.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- die medienanstalten (2020b). *Vielfaltsbericht 2020 der Medienanstalten*. Abgerufen von: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Vielfaltsbericht\\_MVM.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Vielfaltsbericht_MVM.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- djv-nrw.de (2020). *Freier Journalismus am Abgrund*. Abgerufen von: <https://www.djv-nrw.de/startseite/info/aktuell/pressemitteilungen/details/news-freier-journalismus-am-abgrund> [letzter Aufruf am 21.1.2021]
- dw.com (2019). *Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019*. Abgerufen von: <https://www.dw.com/downloads/54186330/lagebericht2019.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Echtermann, A. (2020). *Datenanalyse: Nutzer finden fragwürdige Corona-Informationen vor allem auf Youtube und verbreiten sie über Whatsapp*. Abgerufen von: <https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2020/05/12/datenanalyse-nutzer-finden-fragwuerdige-corona-informationen-vor-allem-auf-youtube-und-verbreiten-sie-ueber-whatsapp/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- ec.europa.eu (2020a). *European Democracy Action Plan*. Abgerufen von: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_en) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- ec.europa.eu (2020b). *The Digital Services Act package*. Abgerufen von: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- ec.europa.eu (2020c). *REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL*. Abgerufen von: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/proposal-regulation-single-market-digital-services-digital-services-act\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/proposal-regulation-single-market-digital-services-digital-services-act_en.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- European Audiovisual Observatory (2017). *Journalism and media privilege*. Abgerufen von: <https://rm.coe.int/journalism-and-media-privilege-pdf/1680787381> [letzter Aufruf: 6.1.2021]
- facebook.com (o. D.). *Lösungen*. Abgerufen von: <https://www.facebook.com/formedia/solutions#distribute> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Formatt Institut & Institut für Medienforschung (2013). *Struktur und publizistische Qualität im lokalen Medienmarkt NRW*. In Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.), *Bericht der LfM zur Medienkonzentration 2012* (S. 5-226). Düsseldorf.
- Formatt Institut (2016). *Bericht zur Medienkonzentration 2015*. In Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.), *Bericht zur Medienkonzentration 2015* (S. 6-87). Düsseldorf.

- Formatt Institut (2017). Bericht zur Medienkonzentration 2016/17. In Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.), *Medienkonzentrationsbericht 2016/17* (S. 8-85). Düsseldorf.
- forum-gemeinnuetziger-journalismus.de (o. D.). *FORUM GEMEINNÜTZIGER JOURNALISMUS*. Abgerufen von: <http://forum-gemeinnuetziger-journalismus.de/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Hamdi, M. & Kies, R. (2019). *The funding of the online press – from its origin to the temporary state subsidies*. Abgerufen von: [https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65629/CMPF\\_2019\\_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65629/CMPF_2019_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Hartung, H. (2019). *Journalismus Lab NRW: Anzahl der medial unterversorgten Regionen nimmt zu*. Abgerufen von: <https://www.medienpolitik.net/2019/08/wir-schaffen-raum-fuer-innovation-und-experimente/> [letzter Aufruf am 25.01.2021]
- Hautsch, G. (2020a). *medien.politik. Quartalsberichte zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2020. Teil 1: Branchenübersichten*. Berlin 2020.
- Hautsch, G. (2020b). *medien.politik. Quartalsberichte zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2020. Teil 1: Branchenübersichten*. Berlin 2020.
- heise.de (2016). *Facebook: Neue Algorithmen sollen Clickbaits auf Artikel reduzieren*. Abgerufen von: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-Neue-Algorithmen-sollen-Clickbaits-auf-Artikel-reduzieren-3181962.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Hölig, S., Hasebrink, U. & Behre, J. (2019). *REUTERS INSTITUTE DIGITAL NEWS REPORT 2019*. Abgerufen von: <https://hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/os943xm AP47 RDNR19 Deutschland.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Humborg, C. (2020). *Neuer lokaler Qualitätsjournalismus ausgerechnet in Münster?* Abgerufen von: <https://netzpolitik.org/2020/neuer-lokaler-qualitaetsjournalismus-ausgerechnet-in-muenster/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Jakob, K., Eberhardt, O., Eber, J., Maier-Borst, H. & Penke, M. (2020). *Freischreiber-Honorarreport 2020: Schwerpunkt Lokaljournalismus (Print)*. Abgerufen von: <https://www.wasjournalistenverdienen.de/static/honoradar/artikel/freischreiberreport-2020.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020a, 14. Februar). *Rheinische Post setzt auf Digitalabos* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/rheinische-post-setzt-auf-digitalabos/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020b, 14. Februar). *WZ-Redaktion Düsseldorf schließt*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/wz-redaktion-duesseldorf-schliesst/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020, 8. April). *Neuerungen bei der Siegener Zeitung*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/neuerungen-bei-der-siegener-zeitung/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020a, 5. Juni). *Fokussierung auf Regionalmedien in Köln*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/fokussierung-auf-regionalmedien-in-koeln/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020b, 5. Juni). *Lokaljournalismus: Kooperationen in Werne und Köln*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/lokaljournalismus-kooperationen-in-werne-und-koeln/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020, 30. Juli). *DuMont übernimmt von Girardet alle Anteile des Express Düsseldorf*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/dumont-uebernimmt-von-girardet-alle-anteile-des-express-duesseldorf/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]



- journal-nrw.de (2020a, 20. Oktober). *NW übernimmt Haller Kreisblatt*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/nw-uebernimmt-haller-kreisblatt/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- journal-nrw.de (2020, 17. Dezember). *Kölnische Rundschau bezieht Mantel künftig von der NOZ*. Abgerufen von: <https://journal-nrw.de/koelnische-rundschau-bezieht-mantel-kuenftig-von-der-noz/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Klein, I. (2020). *Die interaktiven Storyteller*. Abgerufen von: [https://www.deutschlandfunk.de/journalismus-bei-instagram-die-interaktiven-storyteller.2907.de.html?dram:article\\_id=485307](https://www.deutschlandfunk.de/journalismus-bei-instagram-die-interaktiven-storyteller.2907.de.html?dram:article_id=485307) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Landesanstalt für Medien NRW (2019). *Medienvielfaltsbericht 2018/2019* [PDF]. Abgerufen von: <https://www.medienanstalt-nrw.de/service/berichte/medienkonzentrationsbericht-medienvielfaltsbericht.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Landesbetrieb IT.NRW (2020). *15 Prozent der Personen in Haushalten mit zwei oder mehr Personen sprechen in NRW zu Hause überwiegend nicht deutsch* [online]. Abgerufen von: <https://www.it.nrw/15-prozent-der-personen-haushalten-mit-zwei-oder-mehr-personen-sprechen-nrw-zu-hause-ueberwiegend> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Li, H. O.Y., Bailey, A., Huynh, D. & Chan, J. (2020). *YouTube as a source of information on COVID-19: a pandemic of misinformation?*. Abgerufen von: <https://gh.bmj.com/content/5/5/e002604> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Lobigs, F. & Neuberger, C. (2018). *Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen*. Abgerufen von: [https://www.kek-online.de/fileadmin/user\\_upload/KEK/Publikationen/Gutachten/Meinungsmacht\\_im\\_Internet\\_ALM51\\_web\\_neu.pdf](https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Gutachten/Meinungsmacht_im_Internet_ALM51_web_neu.pdf) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Lünenborg, M. (2013). *Boulevardisierung im Journalismus*. In K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung* (2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Bd. 1, S. 317–338). Nomos Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.5771/9783845271422-317>
- Lushtaku, A. (2019). *Kommentar: Warum mehr Migranten Journalisten werden sollten*. Abgerufen von: <http://kurt.digital/2019/10/07/kommentar-warum-mehr-migranten-journalisten-werden-sollten/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Mantzaris, A. (2020). *COVID-19: \$6.5 million to help fight coronavirus misinformation*. Abgerufen von: [https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/covid-19-65-million-help-fight-coronavirus-misinformation/?\\_ga=2.263859080.566105539.1609327796-513121202.1609327796](https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/covid-19-65-million-help-fight-coronavirus-misinformation/?_ga=2.263859080.566105539.1609327796-513121202.1609327796) [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- ndr.de (2019). *"Novaya Gazeta" - Arbeiten unter ständiger Bedrohung*. Abgerufen von: <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Novaya-Gazeta-Arbeiten-unter-staendiger-Bedrohung,zapp12108.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Netsch, M. (2020). *Wie Journalismus auf TikTok und mit Instagram Stories funktionieren kann*. Abgerufen von: <https://www.media-lab.de/blog/artikel/wie-journalismus-auf-tiktok-und-mit-instagram-stories-funktionieren-kann> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Nünning, V. (2020). *Videostreaming: TV Now von RTL hat 800.000 Abonnenten*. Abgerufen von: <https://www.medienkorrespondenz.de/politik/artikel/videostreaming-tvnbspnow-von-rtl-hat-800000-abonnenten.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Ophoven, C. (2020). *Lokaljournalismus mit "Rums" - Modell mit Zukunft?* Abgerufen von: <https://www1.wdr.de/nachrichten/westfalen-lippe/hyperlokaler-journalismus-rums-100.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- phineo.org (o. D.). *Non-Profit-Journalismus – Qualitätskriterien und Fördertipps*. Abgerufen von: <https://www.phineo.org/projekte/non-profit-journalismus-in-deutschland> [letzter Aufruf am 25.01.2021]

- Porzky, F. (o. D.). *Wie der Journalismus der Süddeutschen Zeitung entsteht*. Abgerufen von: <https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/verlag/wie-der-journalismus-der-sueddeutschen-zeitung-entsteht-e847343/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Pöttker, H; Kiesewetter, C. & Lofink, J. (2016): *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Springer: Wiesbaden.
- Rony, U., Hassan, N. & Yousuf, M. (2017). *Diving Deep into Clickbaits: Who Use Them to What Extents in Which Topics with What Effects?* Abgerufen von: <https://arxiv.org/pdf/1703.09400.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Röper, H. (2020). Tageszeitungen 2020: Schrumpfender Markt und sinkende Vielfalt. Daten zur Konzentration der Tagespresse im I. Quartal 2020. In: *Media Perspektiven 6/2020*, S. 331-352.
- ruhrbarone.de (2019). *Freundeskreis: So könnt ihr die Ruhrbarone unterstützen*. Abgerufen von: <https://www.ruhrbarone.de/freundeskreis-so-koennt-ihr-die-ruhrbarone-unterstuetzen/81416#more-81416> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Schirmer, M. (2020). *Gnadenfrist für Radio Ennepe Ruhr*. Abgerufen von: <https://www.radioszene.de/150889/radio-ennepe-ruhr-gnadenfrist.html> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Shearer, E. & Matsu, K. E. (2018). *News Use Across Social Media Platforms 2018*. Abgerufen von: <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Simon, E., Krtalic, I. & Kloppenburg, G. (2020). Junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte: Mediennutzung und Programmervwartungen. *Media Perspektiven*, 7-8, 447-458.
- socialblade.com (o. D.). Top 100 YouTubers in Germany sorted by Subscribers. Abgerufen von: <https://socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Stascheit, D. (2020). *„Westdeutsche Zeitung“ lagert Mantel und Düsseldorf-Lokalteil aus*. Abgerufen von: <https://www.turi2.de/aktuell/westdeutsche-zeitung-lagert-mantel-und-duesseldorf-lokalteil-aus/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Statistisches Bundesamt (2021). *Migration und Integration – Personen mit Migrationshintergrund*. Abgerufen von: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Methoden/Erlauterungen/migrationshintergrund.html#:~:text=Der%20Migrationshintergrund%20im%20engeren%20Sinn,%C3%BCber%20die%20Eltern%20genutzt%20werden> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Studio47.de (o. D.). *RUHRREPORTER*. Abgerufen von: <https://www.studio47.de/ruhrreporter.html> [letzter Aufruf am 21.01.2021]
- szv.de (2020). *Mobile Adblocker-Nutzung in Deutschland nimmt ab*. Abgerufen von: <https://www.szv.de/mobile-adblocker-nutzung-in-deutschland-nimmt-ab/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- taeglich.me (o. D.). *Werben Sie auf Taeglich.ME*. Abgerufen von: <https://taeglich.me/werben/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Talaska, S. (2020). *Unsere Einnahmen und Ausgaben und keine Zeit!* Abgerufen von: <https://netzpolitik.org/2020/transparenzbericht-oktober-2020-unsere-einnahmen-und-ausgaben-und-keine-zeit/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- The YouTube Team (2020). *Supporting the 2020 U.S. election*. Abgerufen von: <https://blog.youtube/news-and-events/supporting-the-2020-us-election> [letzter Aufruf am 6.1.2021]

- Waldschmidt, V. (2019). *Clickbait, der ganz große Wurf? Eine Studie über die Verwendung von Clickbaits durch Online- Nachrichtenportale und deren Konsequenzen*. In: T. Hensel et al. (Hrsg.), Beiträge der Hochschule Pforzheim, Nr. 172, 1–65. Abgerufen von: <http://hdl.handle.net/10419/206426> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- wdr.de (2010). *Telemedienkonzepte der gemeinschaftlichen Angebote der Ard zu sportschau.de und einsfestival.de*. Abgerufen von: <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/programme/telemedienkonzept-ard-sportschau-100.pdf> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Werliin, R. (2020). *New study: Has ad blocking peaked?* Abgerufen von: <https://www.audienceproject.com/blog/key-insights/new-study-has-ad-blocking-peaked/> [letzter Aufruf am 6.1.2021]
- Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags (2019). *Modelle zur Förderung lokaler Medienvielfalt in EU-Mitgliedstaaten*. Sachstand WD 10 -3000 -038/19. WD 10: Kultur, Medien und Sport. Deutscher Bundestag.
- wasjournalistenverdienen.de (2020). *Freischreiber-Honorarreport 2020: Schwerpunkt Lokaljournalismus (Print)*. Abgerufen von: <https://www.wasjournalistenverdienen.de/static/honoraradar/artikel/freischreiberreport-2020.html> [letzter Aufruf: 6.1.2021]



**Anhang**

**Anhangsverzeichnis**

Erläuterung zur lokalen/regionalen Angebotsrecherche..... 123

Erläuterung zur Inhaltsanalyse (aserto, 2020a) ..... 126

Erläuterung zur Anbieterbefragung (aserto, 2020b)..... 129

Erläuterung zur Bevölkerungsbefragung (aserto, 2020c)..... 131

Tabellarischer Anhang..... 133

Anhang zur Vorbemerkung..... 133

Tab. A0.1 Ausgewählte Gebietskörperschaften ..... 133

Anhang zu Frage 1 ..... 133

Tab. A1.1 Online-Medienangebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen) ..... 133

Tab. A1.2 Online-Angebote von Anzeigenblättern ..... 135

Tab. A1.3 Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)..... 138

Tab. A1.4 Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen..... 155

Tab. A1.5 Weitere Online-Hörfunkangebote ..... 157

Tab. A1.6 Online-Angebote des WDR ..... 157

Tab. A1.7 Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern .... 158

Tab. A1.8 Lokale & regionale Online-Only-Angebote ..... 158

Tab. A1.9 Überregionale Online-Angebote mit Rubrik „Nordrhein Westfalen“ ..... 171

Tab. A1.10 Überregionale private Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen..... 172

Tab. A1.11 Online-Angebote öffentlich-rechtliche Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen ..... 172

Tab. A1.12 Webchannel mit Sitz in Nordrhein-Westfalen ..... 173

Anhang zu Frage 3..... 176

Tab. A3.1 Unique User der Online-Angebote von Tageszeitungen..... 176

Tab. A3.2 Page Impressions der Online-Angebote von Tageszeitungen ..... 178

Tab. A3.3 Visits der Online-Angebote von Tageszeitungen ..... 179

Tab. A3.4 Unique User des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen..... 180

Tab. A3.5 Page Impressions der Online-Angebote des Lokalen Hörfunks..... 180

Tab. A3.6 Visits der Online-Angebote des Lokalen Hörfunks..... 182

Tab. A3.7 Page Impressions der Online-Angebote des WDR..... 184

Tab. A3.8 Visits der Online-Angebote des WDR..... 184

Anhang zu Frage 13..... 184

Tab. A13.5 Nutzung der Angebote des WDR ..... 185

Anhang zu Frage 59..... 185

Tab. A59.1 Online-Angebote in Bochum (kreisfreie Stadt)..... 185

Tab. A59.2 Online-Angebote in Dortmund (kreisfreie Stadt) ..... 188

Tab. A59.3 Online-Angebote im Ennepe-Ruhr-Kreis ..... 191

Tab. A59.4 Online-Angebote in Hagen (kreisfreie Stadt) ..... 193

Tab. A59.5 Online-Angebote in Hamm (kreisfreie Stadt) ..... 195

Tab. A59.6 Online-Angebote in Herne (kreisfreie Stadt) ..... 196

Tab. A59.7 Online-Angebote im Hochsauerlandkreis ..... 197

Tab. A59.8 Online-Angebote im Märkischer Kreis ..... 201

Tab. A59.9 Online-Angebote in Olpe (Kreis)..... 203

Tab. A59.10 Online-Angebote in Siegen-Wittgenstein (Kreis)..... 205

Tab. A59.11 Online-Angebote in Soest (Kreis) ..... 206

Tab. A59.12 Online-Angebote in Unna (Kreis)..... 208

Tab. A59.13 Online-Angebote in Bielefeld (kreisfreie Stadt) ..... 211

Tab. A59.14 Online-Angebote in Gütersloh (Kreis)..... 214

Tab. A59.15 Online-Angebote in Herford (Kreis) ..... 217

Tab. A59.16 Online-Angebote in Höxter (Kreis)..... 219

Tab. A59.17 Online-Angebote in Lippe (Kreis) ..... 221

Tab. A59.18 Online-Angebote in Minden-Lübbecke (Kreis) ..... 225

Tab. A59.19 Online-Angebote in Paderborn (Kreis).....	227
Tab. A59.20 Online-Angebote in Duisburg (kreisfreie Stadt) .....	229
Tab. A59.21 Online-Angebote in Düsseldorf (kreisfreie Stadt).....	231
Tab. A59.22 Online-Angebote in Essen (kreisfreie Stadt).....	235
Tab. A59.23 Online-Angebote in Kleve (Kreis) .....	238
Tab. A59.24 Online-Angebote in Krefeld (kreisfreie Stadt) .....	240
Tab. A59.25 Online-Angebote in Mettmann (Kreis) .....	242
Tab. A59.26 Online-Angebote in Mönchengladbach (kreisfreie Stadt).....	245
Tab. A59.27 Online-Angebote in Mülheim an der Ruhr (kreisfreie Stadt).....	247
Tab. A59.28 Online-Angebote in Oberhausen (kreisfreie Stadt) .....	248
Tab. A59.29 Online-Angebote in Remscheid (kreisfreie Stadt) .....	249
Tab. A59.30 Online-Angebote im Rhein-Kreis Neuss .....	251
Tab. A59.31 Online-Angebote in Solingen (kreisfreie Stadt).....	253
Tab. A59.32 Online-Angebote in Viersen (Kreis) .....	255
Tab. A59.33 Online-Angebote in Wesel (Kreis) .....	257
Tab. A59.34 Online-Angebote in Wuppertal (kreisfreie Stadt).....	260
Tab. A59.35 Online-Angebote in Bonn (kreisfreie Stadt) .....	262
Tab. A59.36 Online-Angebote in Düren (Kreis) .....	264
Tab. A59.37 Online-Angebote in Euskirchen (Kreis).....	266
Tab. A59.38 Online-Angebote in Heinsberg (Kreis) .....	268
Tab. A59.39 Online-Angebote in Köln (kreisfreie Stadt) .....	269
Tab. A59.40 Online-Angebote in Leverkusen (kreisfreie Stadt) .....	274
Tab. A59.41 Online-Angebote im Oberbergischer Kreis .....	275
Tab. A59.42 Online-Angebote im Rhein-Erft-Kreis .....	277
Tab. A59.43 Online-Angebote im Rheinisch-Bergischer Kreis .....	279
Tab. A59.44 Online-Angebote im Rhein-Sieg-Kreis.....	281
Tab. A59.45 Online-Angebote in der Städteregion Aachen (einschl. Stadt Aachen) .....	284
Tab. A59.46 Online-Angebote in Borken (Kreis).....	287
Tab. A59.47 Online-Angebote in Bottrop (kreisfreie Stadt) .....	290
Tab. A59.48 Online-Angebote in Coesfeld (Kreis) .....	291
Tab. A59.49 Online-Angebote in Gelsenkirchen (kreisfreie Stadt).....	293
Tab. A59.50 Online-Angebote in Münster (kreisfreie Stadt).....	294
Tab. A59.51 Online-Angebote in Recklinghausen (Kreis) .....	297
Tab. A59.52 Online-Angebote in Steinfurt (Kreis).....	300
Tab. A59.53 Online-Angebote in Warendorf (Kreis).....	303
Anhang zu Frage 60.....	305
Tab. A.60.1 Übersicht der nicht mehr publizierenden Online-Angebote.....	305
Anhang zu Frage 74.....	308
Tab. A.74.1 Übersicht der Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten .....	308
Tab. A74.2 Übersicht YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote.....	309
Tab. A74.3 Übersicht der reichweitenstärksten YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen .....	310
Tab. A74.4 Übersicht über weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen.....	311

## Erläuterung zur lokalen/regionalen Angebotsrecherche

Die Ermittlung der im Anhang (vgl. Tabellen A59.1 bis A59.53) für alle 22 kreisfreien Städte und für alle 31 Landkreise in Nordrhein-Westfalen dokumentierten journalistischen Online-Portale mit überwiegend lokaler/regionaler Ausrichtung erfolgte auf Grundlage eines mehrstufigen und ineinandergreifenden Verfahrens, dessen wesentliche Arbeits- und Rechenschritte nachfolgend kurz erläutert werden.

Die bereits in früheren Berichten zur Situation und Entwicklung des Medienmarktes in Nordrhein-Westfalen erfassten Online-Portale wurden systematisch per Web-Abruf dahingehend überprüft, ob sie weiterhin unverändert oder gegebenenfalls mit geänderter Web-Adresse und/oder Herausgeberschaft Bestand haben und aktiv sind. Hierfür wurden folgende Quellen herangezogen:

- Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 6 der Fraktion der SPD: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen. Landtags-Drucksache 15/4047; Düsseldorf 2012.
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Struktur und publizistische Qualität im lokalen Medienmarkt NRW. Bericht der LfM zur Medienkonzentration 2012; Düsseldorf 2013 (Formatt Institut & Institut für Medienforschung, 2013).
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Bericht zur Medienkonzentration 2015; Düsseldorf 2016 (Formatt Institut, 2016).
- Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 der Fraktion der SPD und der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2016 und seine digitale Entwicklung. Landtags-Drucksache 16/14296; Düsseldorf 2017.
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Bericht zur Medienkonzentration 2016/2017; Düsseldorf 2017 (Formatt Institut 2017).
- Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 13 der Fraktion der SPD: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung. Landtags-Drucksache 17/8469 (Neudruck); Düsseldorf 2020.
- Antworten der Landesregierung auf die Große Anfrage 10 der Fraktion der SPD: Situation und Entwicklung des Radiomarktes in Nordrhein-Westfalen. Landtags-Drucksache 17/5749 (Neudruck); Düsseldorf 2019.

Im Hinblick auf Anzeigenblätter und deren Online-Präsenz wurde eine aktuelle Bestandserhebung mit Hilfe des Recherche- und Planungs-Tools „Advertiser Webauskunft“ des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) vorgenommen. Eine entsprechende Abfrage erfolgte für alle 22 kreisfreien Städte und für alle 374 kreisangehörigen Städte und Gemeinden der 31 nordrhein-westfälischen Landkreise.

Ebenfalls für sämtliche der insgesamt 394 Kommunen erfolgte eine Abfrage der im Journalismus Lab der LfM geführten lokalen Medienangebote.

Wiederum für alle 394 Kommunen sowie für alle 31 Landkreise wurden die in den jeweiligen Gemeinde-, Stadt- bzw. Kreisverwaltungen geführten örtlichen Presse- bzw. Medienverteiler – sofern online zugänglich – gesichtet und systematisch ausgewertet.

Darüber hinaus wurden für alle 22 kreisfreien Städte und für alle 374 kreisangehörigen Städte und Gemeinden systematische Suchanfragen im Internet vorgenommen, bei denen die Namen der jeweiligen Kommune mit medienrelevanten Suchbegriffen kombiniert wurden. Solche Kombinationsabfragen über Google erfolgten für: Ortsname +aktuell; Ortsname

+Nachrichten; Ortsname +News; Ortsname +Zeitung; Ortsname +Magazin; Ortsname +Radio; Ortsname +TV.

Jedes der im Rahmen dieser verschiedenen Rechenschritte sukzessive ermittelte Online-Portal wurde per Betrachtung der jeweiligen Homepage zunächst dahingehend geprüft, ob es sich dabei tatsächlich um ein für die Bestandsaufnahme lokaler Online-Medien bedeutsames Portal handelt, also eine lokaljournalistische Relevanz besitzt. Bei Blogs etwa wurde geprüft, ob sie regelmäßige und aktuelle Einträge beinhalten und ob es sich dabei um Einträge handelt, die ein Mindestmaß an örtlich bezogener thematischer Breite erkennen lassen.

Für alle Portale, die im Ergebnis dieser Prüfung als lokaljournalistisch relevant in die Bestandsaufnahme einbezogen wurden, erfolgte per Aufruf des Impressums und Auswertung der dort hinterlegten Angaben die Identifikation der jeweiligen Portal-Betreiber.

Bei allen als lokaljournalistisch relevant in die Bestandserhebung einbezogenen Online-Portalen wurden per Inaugenscheinnahme der jeweiligen Homepage und Auswertung der Angaben im Impressum weitere Informationen generiert. Geprüft wurden die Portale insbesondere dahingehend,

- ob sie Hinweise auf weitere publizistische Online-Aktivitäten des Portal-Betreibers selbst, eines Tochter- bzw. verbundenen Unternehmens oder eines Partner- bzw. kooperierenden Betreibers beinhalten. Bei Zeitungsverlagen sowie bei Verlagen von Anzeigenblättern und lokalen Zeitschriften wurden hierzu auch die jeweiligen Mediadaten ausgewertet.
- ob sie – sofern per direkter Verlinkung ersichtlich – auch auf Social-Media-Kanälen (namentlich Facebook, Twitter, YouTube sowie Instagram) aktiv sind;
- ob sie Newsletter-, Messenger bzw. sonstige Benachrichtigungsfunktionen beinhalten;
- ob sie Bewegtbild-Angebote bereitstellen;
- ob sie Anzeigen beinhalten und somit (zumindest teilweise) werbefinanziert sind und/oder ob und ggf. welche Hinweise auf andere Finanzierungsgrundlagen sie liefern;
- ob sie unter unmittelbarer oder mittelbarer Beteiligung z. B. von gemeinnützigen Vereinen, öffentlich-rechtlichen Körperschaften, kirchlichen Einrichtungen oder kommunalen Institutionen betrieben werden.

Grundsätzlich wurden allerdings Online-Portale in **alleiniger** institutioneller Verantwortung und Herausgeberschaft – etwa die Portale von Städte- und Gemeindeverwaltungen – nicht in die Bestandserhebung mit aufgenommen. Ebenso unberücksichtigt blieben Portale von reinen Kunden-Magazinen z. B. von kommunalen Energieversorgungsunternehmen oder von kommunalen/regionalen Verkehrsverbänden bzw. deren Kunden-Portale selbst sowie die online gestellte Publizistik von Kirchengemeinden, sofern diese sich (im Sinne von Pfarrbriefen) ausschließlich mit Belangen der jeweiligen Kirchengemeinde befasst.

Nicht in die Bestandserhebung einbezogen wurden schließlich auch lokale/regionale Online-Portale, die

- ausschließlich Veranstaltungshinweise bzw. einen Veranstaltungskalender bieten,
- ausschließlich der Vermarktung z. B. von örtlichen Firmen und deren Produkten bzw. Dienstleistungen oder von touristischen Attraktionen/Sehenswürdigkeiten etc. einer Region dienen,
- lediglich lokale Informationen aus ausschließlich anderen journalistischen Quellen ohne erkennbares eigenes redaktionelles Zutun aggregiert zusammenstellen.

Mit Blick auf die mediengebundenen Online-Portale insbesondere von Anzeigenblatt- und lokalen Zeitschriftenverlagen sind folgende Hinweise zu beachten:

Gibt es in den tabellarischen Aufstellungen im Anhang bei einem Portal den ergänzenden Vermerk „(ePaper)“, so bedeutet dies: Das Portal selbst bietet keinen nennenswerten journalistischen Content, sondern allein die Möglichkeit zum Download des jeweiligen ePapers.

Gibt es hingegen keinen ergänzenden Hinweis „(ePaper)“, bedeutet dies: Das Portal selbst bietet redaktionell aufbereitete Informationen – unabhängig davon, ob zusätzlich auch noch die Option zum ePaper-Download besteht oder nicht.

Erläuterung zur Inhaltsanalyse (aserto, 2020a)

### Inhaltsanalyse der Online-Medienangebote

Um Aussagen über die Inhalte der hier zu untersuchenden Online-Medienangebote treffen zu können, wird auf die wissenschaftliche Methode der Inhaltsanalyse zurückgegriffen. Mithilfe dieser Methode werden manifeste Inhalte, in diesem Fall Beiträge auf den Startseiten der Online-Medienangebote sowie der Video-Kanäle der Angebote, untersucht.

Für eine zielgerichtete Betrachtung der Inhalte und für die Beantwortung der Fragestellungen der Großen Anfrage 28 wurden zwei Inhaltsanalysen durchgeführt. Die erste Analyse nimmt Bezug auf die unten dargestellten Online-Medienangebote und untersucht Fragestellungen aus verschiedenen Kapiteln. Darunter Fragen aus dem Kapitel I (10 und 19), in dem es um die Online-Medienlandschaft geht. Zudem werden Fragen aus dem Kapitel III (41, 46, 48, 49 und 50) mit Blick auf wirtschaftliche Entwicklungen erörtert. Weiterhin fand auch das Kapitel V (66) Berücksichtigung in der Analyse, in der es thematisch um die lokale Vielfalt geht. Die Nutzung sozialer Netzwerke wird in Kapitel VIII (vgl. Fragen 81 und 82) thematisiert.

Im Rahmen der zweiten Analyse (der Online-Video-Kanäle) standen vor allem die Fragestellungen zu den journalistischen Online-Video-Kanälen aus Kapitel VII, aber auch vereinzelt aus Kapitel VIII, im Vordergrund.

In diese inhaltsanalytische Detailbetrachtung wurden alle Online-Angebote der Tageszeitungen, der lokalen Hörfunksender sowie des WDR aufgenommen. Darüber hinaus wurden Online-Angebote von Anzeigenblättern, von anderen Print-Medien (insbesondere Magazine), Online-Only-Angebote sowie weitere Hörfunksender ([domradio.de](http://domradio.de), [antennepulheim.de](http://antennepulheim.de), Campusradios) untersucht, wobei sich die Online-Only-Angebote auf die bereits in der Vorbemerkung beschriebene Stichprobe beschränken.

Die Untersuchung und die Codierung dieser dargestellten Online-Angebote erfolgte dann mithilfe eines zuvor entwickelten Kategoriensystems, auf dessen Grundlage im Anschluss auch die Auswertung erfolgte.

Thematisch umfasst das Kategoriensystem:

1. Erlösmodelle und Werbeformen
2. Ausländische Inhalte/Angebote
3. Lokaler/regionaler, überregionaler und landesweiter Bezug
4. Politische Inhalte
5. Video-Inhalte
6. Nutzung sozialer Medien

In der ersten Kategorie wird vor allem die Vielfalt der unterschiedlichen **Erlösmodelle und Werbeformen** erhoben. Innerhalb der Erlösmodelle wird codiert, wenn ersichtlich ist, dass das Online-Angebot Abonnements für Premium- und/oder Plus-Beiträge oder eine Werbefreiheit bzw. Werbereduktion gegen Kosten anbietet. Weiterhin gehören zu den Erlösmodellen Einmalgebühren in Form von Tagespässen sowie Spenden und/oder die Möglichkeit einer freiwilligen Bezahlung. Innerhalb der Werbeformen werden Native Advertising, Display-Werbung, Affiliate-Links, Werbespots sowie Kurzbefragungen vor Beiträgen und Sponsoring codiert. Werbeformen, die nicht systematisch erfasst worden sind, sind Pop-Up, Pop-Under, Layer oder Nebengeschäfte, wie zum Beispiel ein Shop, der durch das Online-Angebot betrieben wird.

Daneben wurde untersucht, ob das Angebot auch **ausländische Inhalte** bereitstellt. Dafür wurde im ersten Schritt codiert, ob nicht-deutschsprachige Inhalte durch das Online-Angebot bereitgestellt werden. Im zweiten Schritt wurde dann codiert, ob das gesamte Angebot fremdsprachig ist.

Zudem wurde ein **lokaler/regionaler, überregionaler und landesweiter Bezug** der Inhalte erhoben. Unterschieden wurden hierbei lokale/regionale, überregionale sowie landesweite Inhalte. Dabei war es unerheblich, wie häufig Beiträge mit einer derartigen Ausrichtung vorhanden waren. Um am Ende jedoch eine Einschätzung über den Schwerpunkt der örtlichen Ausrichtung abgeben zu können, erfolgte im Anschluss daran eine Einordnung der Inhalte. Hierbei sollte abgewogen werden, ob es sich ausschließlich oder überwiegend um lokale/regionale Inhalte bzw. ausschließlich oder überwiegend um überregionale Inhalte handelt.

Weiterhin wurde mithilfe der Inhaltsanalyse untersucht, ob die Online-Angebote **politische Inhalte** aufweisen. Dafür sprach zum Beispiel das Vorkommen von Politikern, Parteien, Wahlen, Entscheidungen in Gemeinderäten, Verwaltungen oder Parlamenten.

Zudem wurde erhoben, ob die Online-Angebote **Video-Kanäle** in Form von eingebetteten Bewegtbildern anbieten. Hinweise hierfür waren zum Beispiel Rubriken wie „Video“ oder „Mediathek“, Icons auf den Beiträgen (z. B. ein Play-Button) oder ein Kamera-Symbol.

Zuletzt wurde untersucht, ob die Angebote **Präsenzen in sozialen Medien** aufwiesen. Hierfür wurde zum Beispiel erhoben, ob es innerhalb der Startseiten Hinweise auf die Nutzung in Form entsprechender Symbole gibt. Dabei wurden folgende soziale Medien berücksichtigt: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, SnapChat, YouTube und TikTok.

Die Einheit, auf die sich diese Codierungen beziehen, ist die Startseite des jeweiligen Online-Angebots. Auf dieser werden hauptsächlich Überschriften, Werbung und Rubriken untersucht. Dabei erfolgt aufgrund der Menge an Online-Medienangeboten und aus forschungsökonomischen Gründen keine tiefergehende Betrachtung der gesamten Website inklusive ihrer Unterseiten. Es wurden dennoch vereinzelt Beiträge aufgerufen, um den unterschiedlichen journalistischen Formen der Angebote und der vermuteten Nutzung gerecht zu werden. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass alle zu berücksichtigenden Aspekte – zum Beispiel Werbeformen wie Native Advertising – erfasst werden.

### **Inhaltsanalyse der Video-Kanäle**

Die zweite Inhaltsanalyse, die im Rahmen dieser Anfrage durchgeführt worden ist, nimmt allein Bezug auf journalistische Online-Video-Kanäle. Im Vordergrund standen hier vor allem die Fragestellungen aus Kapitel VII (74, 75, 76, 77, 78), aber auch aus Kapitel VIII (86).

In dieser inhaltsanalytischen Detailbetrachtung fanden die Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten sowie die YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote aus der ersten Analyse, die reichweitenstärksten YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen sowie weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen Beachtung.

Die Untersuchung und die Codierung der dargestellten Angebote erfolgte ebenfalls mithilfe eines zuvor entwickelten Kategoriensystems.

Thematisch umfasst das Kategoriensystem:

1. Video-Kanäle
2. Lokaler/regionaler, überregionaler und landesweiter Bezug

3. Politische Inhalte
4. Themen-Ressorts

In der ersten Kategorie wurde vorrangig erfasst, ob es sich bei den **Video-Kanälen** um eingebettete Bewegtbilder aus der ersten Inhaltsanalyse oder um YouTube-Kanäle handelt, welche für diesen Zweck recherchiert wurden.

Parallel zur ersten Inhaltsanalyse wird auch hier ein **lokaler/regionaler, überregionaler und landesweiter Bezug** der Inhalte hergestellt, die bezüglich ebendieser Bezüge unterschieden werden.

Ähnlich verhielt es sich mit der Erhebung **politischer Inhalte**. Die Kriterien sind dabei wie oben. Darüber hinaus wurde erhoben, ob durch die Kanäle eine Verbreitung von Desinformation und Verschwörungstheorien stattfindet.

Eine ergänzende Kategorie für die Untersuchung der Online-Video-Kanäle ist die Zuordnung in **Themen-Ressorts**. Hierfür können die folgenden Ressorts codiert werden: Wirtschaft, Politik, Bildung, Sport, Ratgeber, Kultur, Unterhaltung und Panorama sowie in Einzelfällen Sonstiges.

Die Codiereinheit dieser inhaltsanalytischen Detailbetrachtung stellt die jeweilige Kanalseite dar. Dabei wurden Kanalinformationen sowie die Video-Inhalte betrachtet. Es erfolgte auch in diesem Schritt aufgrund der Menge an Video-Kanälen keine tiefergehende Betrachtung aller Videos. Gleichwohl wurden vereinzelt Video-Inhalte aufgerufen, um sicherzustellen, dass alle zu berücksichtigenden Aspekte erfasst werden.



## Erläuterung zur Anbieterbefragung (aserto, 2020b)

Um einen internen Einblick in die Vielschichtigkeit und den inneren Aufbau der Online-Medienangebote Nordrhein-Westfalens zu erhalten, wurde eine empirische Erhebung in Form einer standardisierten Befragung der Anbieterinnen und Anbieter durchgeführt. Da die vollständige Erhebung aller Online-Angebote des Landes einige Zeit in Anspruch nimmt und die einzelnen Erhebungsschritte zur Beantwortung der Großen Anfrage 28 – aufgrund des straffen Zeitplans – weitestgehend parallel ablaufen (vgl. dazu die Vorbemerkung zu diesem Bericht), wurde für die Anbieterbefragung eine Stichprobe (vgl. Tab. A0.1 im Anhang) gebildet, die ein bestmögliches Abbild aller Online-Angebote Nordrhein-Westfalens darstellt. Diese Stichprobe enthält alle Angebote aus 16 Gebietskörperschaften<sup>29</sup>, die sich (gemessen an der Bevölkerungszahl) gleichmäßig auf die fünf Regierungsbezirke Nordrhein-Westfalens aufteilen und sowohl Landkreise als auch kreisfreie Städte beinhalten. Darüber hinaus wurden unterschiedliche Wettbewerbskonstellationen mit Blick auf die Tageszeitungen berücksichtigt, sodass Gebiete mit Monopolen sowie eingeschränktem und echtem Wettbewerb zu gleichen Teilen enthalten sind. In diesen 16 Gebietskörperschaften leben circa 30 Prozent der Landesbevölkerung, sodass sich durch die Befragung jener Anbieterinnen und Anbieter der Stichprobe ein repräsentatives Abbild des Online-Medienmarktes für ganz Nordrhein-Westfalen aufzeigen lässt. Berücksichtigt wurden die Online-Angebote von Anzeigenblättern, anderen Print-Medien (insbesondere Magazinen) sowie lokalen/regionalen Online-Only-Angeboten.

Im Zuge der Befragung wurden die Anbieterinnen und Anbieter aller Online-Angebote der Stichprobe postalisch eingeladen, an einer Online-Umfrage teilzunehmen. Um sicher zu stellen, dass jedes benachrichtigte Angebot ausschließlich einmal an der Umfrage teilnehmen kann, wurden individuelle Zugangsschlüssel vergeben, die nach erstmaliger Teilnahme ihre Gültigkeit verloren haben. Des Weiteren wurde zur Steigerung der Resonanz eine weitere Einladung an solche Anbieter und Anbieterinnen versendet, die nach einer Woche noch nicht an der Umfrage teilgenommen hatten.

Thematisch umfasst die Anbieterbefragung jene Inhalte der Großen Anfrage 28, die der Expertise der Macher der einzelnen Angebote bedarf. Aus dieser Überlegung heraus ergab sich – unter Berücksichtigung sozialwissenschaftlicher Gütekriterien wie der Generalisierbarkeit und Eindeutigkeit der Ergebnisse – ein Fragebogen mit folgenden drei Kapiteln:

1. Organisationsstruktur
2. Reichweite
3. Erlösmodell

Die Reihenfolge dieser einzelnen Kapitel spielt hier insofern eine Rolle, als dass die Befragung stufenweise verläuft. Hierdurch führt die Struktur des Fragebogens chronologisch von sehr basalen Themengebieten zu eher komplexen Abschnitten, wie dem Erlösmodell. Mithilfe dieses Prinzips wird die Wahrscheinlichkeit einer vollständigen Teilnahme maximiert.

In dem ersten Abschnitt der Befragung zur **Organisationstruktur** geht es vor allem um die organisationsinterne personelle Aufstellung und wie beziehungsweise durch wen einzelne Beiträge und Inhalte erstellt werden. Hierfür wird erhoben, wie viele Personen insgesamt für

---

<sup>29</sup> Düsseldorf (kreisfreie Stadt), Oberhausen (kreisfreie Stadt), Wuppertal (kreisfreie Stadt), Viersen (Kreis), Köln (kreisfreie Stadt), Heinsberg (Kreis), Oberbergischer Kreis, Münster (kreisfreie Stadt), Borken (Kreis), Warendorf (Kreis), Bielefeld (kreisfreie Stadt), Minden-Lübbecke (Kreis), Dortmund (kreisfreie Stadt), Herne (kreisfreie Stadt), Siegen-Wittgenstein (Kreis) und Soest (Kreis)

das jeweilige Online-Angebot tätig sind, welche Beschäftigungsverhältnisse vorliegen und welche soziodemografischen Merkmale die Mitarbeitenden aufweisen. Differenziert wird hierbei nach hauptamtlich, frei sowie ehrenamtlich Beschäftigten, der Beschäftigung in Voll- beziehungsweise Teilzeit, dem Geschlecht sowie dem Migrationshintergrund. Des Weiteren wird zwischen journalistischen Tätigkeiten innerhalb der Redaktion und anderen, weiteren Tätigkeiten – die Technik, Administration oder Organisation betreffend – unterschieden. Ein weiterer Aspekt ist die Beschreibung der Arbeitsstruktur und der internen Abläufe. Vor allem geht es darum, auf welchen unterschiedlichen Formaten/Kanälen die einzelnen Anbieterinnen und Anbieter ihre Inhalte veröffentlichen, welche Rolle Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter bei der Erstellung von Beiträgen spielen, und ob eine Redaktion regelmäßig<sup>30</sup> eigene Videoinhalte produziert und veröffentlicht. Unterschieden wird zwischen gedruckten Formaten (z. B. Zeitungen und Magazinen), Online-Angeboten (z. B. Newsletter, E-Paper), Sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Instagram) sowie einzelnen Videokanälen (z. B. YouTube).

Der zweite Teil der Befragung zur **Reichweite** hat zum Ziel, mehr über die Nutzung der einzelnen Online-Angebote zu erfahren. Erhoben werden in der Befragung die Page Impressions (PI) und Visits der Angebote, die vom 01. bis einschließlich 31. Oktober 2020 ggf. gemessen wurden, sowie das jeweilige Tool, das hierfür Verwendung fand. Vor allem kleinere Angebote, die weder in der IVW noch in der AGOF gelistet sind, können hierdurch berücksichtigt werden – vorausgesetzt, eine Erhebung der Reichweiten findet prinzipiell statt.

Der dritte und letzte Teil der Anbieterbefragung beschäftigt sich mit dem **Erlösmodell** der Angebote. Da davon auszugehen ist, dass nicht jedes Online-Angebot Gewinne erzielt, wird zunächst erhoben, ob ein Angebot gewinnorientiert ist oder nicht, bevor es im Folgenden um die Anteile einzelner Erlösstrukturen geht. Differenziert wird hierbei nach Direkterlösen/Paid Content, Werbeerlösen sowie sonstigen Erlösen (z. B. Stiftungserlösen, Social Payment, Crowdfunding). Die Frage nach Erlösen, die durch etwaige Vermarkter erzielt werden, wird hier ebenfalls gestellt.

Insgesamt flossen 44 Angebote in die Auswertung der Anbieterbefragung ein. Diese Angebote wurden anschließend den oben beschriebenen Kategorien von Anzeigenblättern, anderen Print-Medien (insbesondere Magazinen) sowie lokalen/regionalen Online-Only-Angeboten zugeordnet. Da sich kaum Anbieter der Anzeigenblätter an der Umfrage beteiligt haben, wurde dieser Typus in der Detailbetrachtung und der Beantwortung der Fragen nicht berücksichtigt.

**Tab. Anbieterbefragung 1: Beschreibung der Stichprobe**

Online-Angebote		
	abs.	in %
von Anzeigenblättern	1	2%
von anderen Print-Medien	15	34%
Online-Only (lokal & regional)	28	64%
<b>Gesamt</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Quelle: Anbieterbefragung, aserto, 2020b

<sup>30</sup> Regelmäßig meint mindestens einmal pro Woche

### Erläuterung zur Bevölkerungsbefragung (aserto, 2020c)

Um die Nutzung von Online-Angeboten durch Bürgerinnen und Bürger des Landes Nordrhein-Westfalen aufzeigen zu können, wurde eine Bevölkerungsbefragung mit insgesamt 1.051 Personen im Online-Panel des spezialisierten Anbieters Bilendi durchgeführt. Hierfür wurden die Merkmale Geschlecht, Alter, Bildung und Migrationshintergrund so quotiert, dass die Bevölkerung Nordrhein-Westfalens entsprechend der Daten des Statistischen Landesamts bestmöglich repräsentiert wird. Des Weiteren wurden die Merkmale Einkommen, Wohnort sowie der Regierungsbezirk während der Befragung beachtet, um auch hier ein möglichst genaues Abbild der nordrhein-westfälischen Bevölkerung zu erreichen.

In der nachfolgenden Tabelle (vgl. Tab. Bevölkerungsbefragung 1) sind die Verteilungen der genannten Merkmale für die gesamte Stichprobe zu sehen. Bezüglich der Merkmale Bildung, Haushaltsnettoeinkommen und Migrationshintergrund ist folgendes zu ergänzen: Die zugrundeliegende Definition des Migrationshintergrunds orientiert sich an der offiziellen Beschreibung des statistischen Bundesamtes (2021) für Migrantinnen und Migranten im weitesten Sinne. Das bedeutet, dass entweder die teilnehmende Person oder deren Eltern nicht in Deutschland geboren wurden.

Bezüglich der Bildung der befragten Personen wurde eine Einteilung in niedrige Bildung (kein Schulabschluss und Hauptschulabschluss), mittlere Bildung (Realschulabschluss) und hohe Bildung (Abitur, Hochschulabschluss und Promotion) vorgenommen. Ebenso wurde auch eine Einteilung des Haushaltsnettoeinkommens der Teilnehmenden, nach niedrigem Haushaltsnettoeinkommen (<3.000 Euro), mittlerem Haushaltsnettoeinkommen (3.000 bis unter 4.000 Euro) sowie hohem Haushaltsnettoeinkommen (>4.000 Euro), vorgenommen.

**Tab. Bevölkerungsbefragung 1: Beschreibung der Stichprobe**

<b>Stichprobe</b>		abs.	in %
<b>Gesamt</b>		<b>1051</b>	<b>100%</b>
Geschlecht	Weiblich	529	50%
	Männlich	522	50%
Alter	16 bis 29 Jahre	186	18%
	30 bis 39 Jahre	150	14%
	40 bis 49 Jahre	153	15%
	50 bis 59 Jahre	207	20%
	60 und älter	355	34%
Bildung	Niedrige Bildung <sup>b</sup>	309	29%
	Mittlere Bildung	320	30%
	Hohe Bildung	416	40%
Haushaltsnettoeinkommen	Niedrig	315	30%
	Mittel	527	50%
	Hoch	209	20%
Migrationshintergrund	Ja	294	28%
	Nein	757	72%

<b>Stichprobe</b>		abs.	in %
Wohnort <sup>a</sup>	Großstadtatmosphäre	347	33%
	Klein-, mittelstädtische Gegend in Ballungsgebieten	302	29%
	Klein-, mittelstädtische Gegend in weniger dicht besiedelten Gebieten	184	18%
	Ländliche Gegend, in der Nähe einer Mittel- oder Großstadt	130	12%
	Ländliche Gegend, mit kleineren Städten in der Nähe	88	8%
Regierungsbezirk	Arnsberg	229	22%
	Detmold	97	9%
	Düsseldorf	357	34%
	Köln	251	24%
	Münster	117	11%

Quelle: Bevölkerungsbefragung, aserto, 2020c

Basis: 1.051 Befragte aus Nordrhein-Westfalen

a Die Einschätzung des Wohnortes basiert auf einer Selbsteinschätzung der Befragten

b einschließlich ohne Schulabschluss

Inhaltlich wurden die Teilnehmenden hinsichtlich ihrer Nutzungsgewohnheiten von Online-Angeboten befragt. Hierbei sollten sie sowohl die Häufigkeit der Nutzung (täglich, wöchentlich, monatlich, seltener als monatlich oder nie) als auch die konkreten Medien, welche sie mindestens wöchentlich nutzen, angeben. Unterschieden wurde hierbei zwischen den Mediengattungen Text (z. B. Zeitungen, Magazine, Blogs, Text in sozialen Netzwerken), Hörfunk- und Audio (z. B. Radio, Podcasts) sowie Bewegtbild (z. B. in Mediatheken, auf YouTube, innerhalb sozialer Netzwerke).

Des Weiteren wurden die Nutzungsgewohnheiten der Teilnehmenden für zwei unterschiedliche Themengebiete erhoben: Zum einen für die Berichterstattung über politische Themen und zum anderen für Themen auf lokaler/regionaler Ebene. Nicht erhoben wurde beispielsweise die Nutzung von Medien zu Unterhaltungszwecken.

Dadurch ergibt sich ein Bild der Nutzungsgewohnheiten nordrhein-westfälischer Bürgerinnen und Bürger, das vor allem zur Beantwortung des ersten Kapitels der Großen Anfrage 28 beiträgt.

**Tabellarischer Anhang**

**Anhang zur Vorbemerkung**

Tab. A0.1 Ausgewählte Gebietskörperschaften

<b>RB</b>	<b>Name</b>	<b>Bevölkerung</b>
RB Düsseldorf	Düsseldorf, krfr. Stadt	620.021
RB Düsseldorf	Oberhausen, krfr. Stadt	210.321
RB Düsseldorf	Wuppertal, krfr. Stadt	354.922
RB Düsseldorf	Viersen, Kreis	298.446
RB Köln	Köln, krfr. Stadt	1.086.500
RB Köln	Heinsberg, Kreis	256.075
RB Köln	Oberbergischer Kreis	272.022
RB Münster	Münster, krfr. Stadt	314.713
RB Münster	Borken, Kreis	371.602
RB Münster	Warendorf, Kreis	277.615
RB Detmold	Bielefeld, krfr. Stadt	333.789
RB Detmold	Minden-Lübbecke, Kreis	310.074
RB Arnsberg	Dortmund, krfr. Stadt	587.028
RB Arnsberg	Herne, krfr. Stadt	156.288
RB Arnsberg	Siegen-Wittgenstein, Kreis	276.361
RB Arnsberg	Soest, Kreis	301.808

Anhang zu Frage 1

Tab. A1.1 Online-Medienangebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)

<b>Hrsg./Betreiber</b>	<b>URL</b>	<b>Ort</b>
Altmeppen Verlag GmbH & Co.KG (Rheine)	ev-online.de	Steinfurt
AltmeppenVerlag GmbH & Co. KG	mv-online.de	Rheine
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	wn.de („Westfälische Nachrichten“)	Münster
B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	solingertageblatt.de	Solingen
Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH	ga.de/ („General Anzeiger“)	Bonn
Bruns Verlags-GmbH & Co. KG	mt.de („Mindener Tageblatt“)	Minden
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG / DuMont.next GmbH & Co. KG	duda.news	Köln
	express.de	Köln
	ksta.de („Kölner Stadtanzeiger“)	Köln
	rundschau-online.de	Köln
E. Holterdorf GmbH & Co. KG	die-glocke.de	Oelde
FUNKE Medien NRW GmbH	derwesten.de	Essen
	ikz-online.de	Essen

Hrsg./Betreiber	URL	Ort
	nrz.de	Essen
	waz.de	Essen
	wp.de („Westfalenpost“)	Essen
	wr.de („Westfälische Rundschau“)	Essen
Haller Kreisblatt Verlags-GmbH	haller-kreisblatt.de	Halle
Handelsblatt GmbH	handelsblatt.com	Düsseldorf
IVZ Medien GmbH & Co. KG	ivz-aktuell.de	Ibbenbüren
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	dzone.de	Dülmen
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	borio.tv	Borken
	borkenerzeitung.de	Borken
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	lz.de	Detmold
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG	rundschau-online.de/	Köln
Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	come-on.de	Lüdenscheid
Medienhaus Aachen GmbH	aachener-nachrichten.de/	Aachen
	aachener-zeitung.de	Aachen
Medienhaus Bauer GmbH & Co. KG	24vest.de	Marl
	recklinghaeuserzeitung.de	Marl
MZ Medien Holding GmbH & Co. KG	muensterschezeitung.de	Münster
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	rga.de („Remscheider General-Anzeiger“)	Remscheid
Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH/ RP Digital GmbH	tonight.de	Düsseldorf
	fupa.net	Düsseldorf
	rp-online.de	Düsseldorf
	duesseldorf-tonight.de	Düsseldorf
Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co. KG	siegenerzeitung.de	Siegen
Süderländer Tageblatt Plettenberger Zeitung O. Hundt GmbH & Co. KG	suederlaendertageblatt.de	Plettenberg
Temming Verlag KG	bbv-net.de	Bocholt
Verlag J. Fleißig GmbH & Co. KG	azonline.de	Coesfeld
	Münsterlandzeitung.de	Dortmund

Hrsg./Betreiber	URL	Ort
Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	ruhrnachrichten.de	Dortmund
	dorstenerzeitung.de	Bottrop
	halternszeitung.de	Recklinghausen
W. Jahn Verlag GmbH & Co. KG	soesteranzeiger.de	Soest
Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG	wz-newsline.de	Düsseldorf
Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG	westfalen-blatt.de	Bielefeld
	baeren-blatt.de	Bielefeld
Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	wa.de	Hamm
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	blicker-lippstadt.de	Lippstadt
	derpatriot.de	Lippstadt
Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG	nw.de („Neue Westfälische“)	Bielefeld
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	hellwegeranzeiger.de/	Unna

Tab. A1.2 Online-Angebote von Anzeigenblättern

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
ag-muensterland.de/muenster („Hallo Münster“)	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH	Münster
beverunger-rundschau.de	OWZ-Verlags GmbH	Hofgeismar (HE)
blick-aktuell.de/Meckenheim/	Krupp Verlags GmbH	Sinzig
bocholter-report.eu	Report Verlagsgesellschaft mbH	Bocholt
cronenberger-woche.de	Echo Verlagsgesellschaft mbH	Wuppertal
das-solinger.de	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	Solingen
derspoekenkieker.de	Spökenkieker-Verlag Jörg Schöne	Sassenberg
die-glocke.de	E. Holterdorf GmbH & Co. KG	Oelde
diekiepe.de	Die Kiepe Verlags GmbH	Rahden
diemelbote.de	Gewerbeverein Marsberg e.V.	Marsberg
dreingau-zeitung.de	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH	Münster
duesseldorfer-anzeiger.de	City Anzeigenblatt GmbH	Düsseldorf
epaper.sonntagskurier.de	Sonntagskurier GmbH	Kamen
erft-kurier.de/grevenbroich	Kurier Verlag GmbH	Neuss
fas.ruhr („Früh am Sonntag“)	FAD Werbeverlag GmbH; Glück auf Ruhrpott GmbH	Velbert; Essen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
filmpost.de	Palastverlag Dr. Engelbrecht GmbH & Co KG	Eschweiler
groenegau-rundschau.de	Druckerie GmbH	Melle (Nds.)
gwp-gronau.de	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH	Münster
haanertreff.de	Haaner Treff Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Haan
hallo-hameln-pyrmont.de/e-paper-aktuell („Hallo Pyrmont“)	Weser-Region Werbeverlag GmbH	Hameln (Nds.)
hellerthaler-zeitung.de	Siegerländer Wochenanzeiger GmbH & Co. KG	Siegen
ibb-anzeiger.de	ivz.medien GmbH & Co. KG	Ibbenbüren
kurier-verlag.net	Kurier-Verlag GmbH & Co. KG	Horn-Bad Meinberg
kurier-zum-sonntag.info	KM Kurier Medien GmbH & Co. KG	Recklinghausen
lippe-aktuell.de	Oppermann Druck- und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Rogenberg (Nds.)
lippejournal.com	ZeitPunkt Verlag UG	Hamm
lippische-neueste-nachrichten.de	Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold
lokal-anzeiger-erkrath.de	City Anzeigenblatt GmbH	Düsseldorf
lokalkompass.de	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH; Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG	Essen; Dortmund
lokalkurier.info	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH	Essen
lpamsonntag.de	Werbeagentur Klaus Thiesbrummel	Lippstadt
marktplatz-hsw.de	Gabriele Wendland Druck + Verlag	Harsewinkel
marlaktuell.de	Grone Verlag Dietmar Grone	Marl
meindormagen.de	Druck + Verlag Josef Wegener GmbH	Dormagen
meine-woche.de	Report Anzeigenblatt GmbH	Mönchengladbach
mein-herne.com	Ruhr Verlags GmbH	Herne
mein-krefeld.de	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH	Krefeld
meinstadtkurier.de	Temming Verlag KG	Bocholt
mittendrin-verlag.de	Mittendrin Verlag GmbH	Essen
montagszeitung.com	BSK Vollmert e.K.	Niederkassel



URL	Hrsg./Betreiber	Ort
montakt.de (inkl. „SonntagsKurier“)	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Unna
neueregionale.com	Gröne & Partner GmbH	Geseke
neue-woche.com/lokale-nachrichten/nachrichten-bad-pyrmont-luedge	Neue Woche Verlag GmbH	Hamel (Nds.)
newsgo.de	Strohmeier Medien Werbeagentur GmbH	Lemgo
niederrhein-im-blick.de	AZ: Medienverlag Adrian Zirwes	Kempfen
niederrhein-nachrichten.de/category/aus-den-orten/alpen	Niederrhein Nachrichten Verlag GmbH	Geldern
nordlipper.de/e-paper-aktuell („Nordlippischer Anzeiger“)	Nordlippischer Anzeiger GmbH	Extertal
oelder-schaufenster.de	Schaufenster-Verlags GmbH	Oelde
owl-am-sonntag.de	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH	Bielefeld
postillon.com/aktuelle-ausgabe.html	Postillon Verlag Inh. Peter Thiele e.K.	Lage
rga.de („Bergischer Anzeiger zum Wochenende“; jedoch ohne eigene Website und ohne ePaper-Zugang)	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Remscheid
rheder-stadtgespraech.de	Report Verlagsgesellschaft mbH	Bocholt
rheiner-report.de („Rheiner Report am Wochenende“)	Rheiner Report GmbH	Rheine
rheinische-anzeigenblaetter.de	RAG interactive GmbH & Co. KG; Oberbergische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG	Köln; Gummersbach
rietberger-stadtanzeiger.de	PEINE DESIGN & MARKETING GmbH & Co. KG	Rietberg
ronsdorfer-wochenschau.de	Verlag Ronsdorfer Wochenschau e.K. Jürgen Körschgen	Wuppertal
rwn24.de	Media World GmbH; Presseagentur Funk GmbH	Asbach; Linz
sauerlandkurier.de/hochsauer-landkreis	KurierVerlag Lennestadt GmbH; Ippen Digital GmbH & Co. KG	Lennestadt; München
schaufenster-epaper.de	Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn Weserland-Verlag GmbH	Holzminden (Nds.)
schaufenster-mettmann.de	City Anzeigenblatt GmbH	Düsseldorf
sonntagsblatt-online.de	Verlag SonntagsBlatt Jo Budde	Wuppertal
stadtanzeiger-borken.de	J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Borken
stadtanzeiger-coesfeld.de	Stadtanzeiger Verlag GmbH	Coesfeld

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
stadt-anzeiger-kamp-lintfort.de	Stadt-Anzeiger Kamp-Lintfort GmbH	Kamp-Lintfort
stadt-panorama.de/niederrhein	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH	Krefeld
stadtspiegel-dortmund.com	Stadtspiegel Dortmund GmbH	Dortmund
streiflichter.com/lokales/ billerbeck	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG; Ippen Digital GmbH & Co. KG	Hamm; München
streiflichter.com/service/e-paper („SL Streiflichter“, Ausgabe Coesfeld, Ausgabe Dülmen)	VWG Verlagsgesellschaft Westmünsterland GmbH	Dülmen
supersonntag.de	Super Sonntag Verlag GmbH	Aachen
supertipp-online.de	Super Tipp Medien GmbH	Velbert
swa-siegerland.de	Siegerländer Wochen-Anzeiger GmbH & Co. KG	Siegen
teutoexpress.de	Teuto Express Verlags-GmbH	Bad Rothenfelde (Nds.)
unserort.de	Rautenberg Media KG	Troisdorf
vredener-anzeiger.de	Firma Franz Gescher, Inh. Mechthild Gescher e.K.	Vreden
wa-anzeigenblaetter.de	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Hamm
weserspucker.de	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG	Minden
willem-online.de	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG/OWL Redaktionsservice GmbH	Minden
wipo-online.de	Wittgensteiner Wochenpost GmbH	Bad Berleburg
wir-godesberger-online.de/e-paper	Rautenberg Media KG	Troisdorf
wir-hardtberger-online.de/e-paper	Rautenberg Media KG	Troisdorf
wirin.de	Wir in Detten GmbH & Co. KG	Emsdetten
wir-in-beuel.de/e-paper	Rautenberg Media KG	Troisdorf
wochenpostonline.de	Wochenpost GmbH & Co. KG	Stadtlohn
wochenspiegellive.de/eifel/ altkreis-monschau/monschau	Weiss-Verlag GmbH & Co. KG	Monschau
wochentip.de	Wochentip Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Lippstadt
wuppertaler-rundschau.de	Rundschau Verlagsgesellschaft mbH	Wuppertal

Tab. A1.3 Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
48zwo.de	Greven Marketing e.V.	Greven

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
50plus-magazin.info	FACTOR: G MEDIEN & IDEEN G. Günal	Aachen
aachen.ihk.de/servicemarken/presse/medien-der-ihk/wirtschaftliche-nachrichten („Wirtschaftliche Nachrichten“)	Industrie- und Handelskammer Aachen; Medienhaus Aachen GmbH	Aachen
aachen-nord.de	IG AACHENER PORTAL e.V.; nonplusultra Werbeagentur/Verlag/Event Alexander Samsz	Aachen
acm-marketing.de/ueber-uns („Treffpunkt“)	ACM Agentur für Creatives Marketing GmbH	Bad Pyrmont (Nds.)
aldenhoven-infoblatt.de/e-paper	Rautenberg Media KG	Troisdorf
alles-in-haaren.de	nonplusultra Werbeagentur/Verlag/Event Alexander Samsz	Aachen
alsdorfer-stadtmagazin.de („und sonst?!“)	Alspresso Verlag Marina Brants	Alsdorf
alstadener-buergerring.de/br-online	Bürgerring Oberhausen-Alstaden 1950 e. V.	Oberhausen
alt-na-und.de	Heinrich-Thöne-VHS, Redaktion „Alt? na und!“	Mülheim
aproposgesund.de	Uniklinik RWTH Aachen	Aachen
aquis-casa.de	Agentur 176 Werbung Grafik Druck Marcello Vercio	Aachen
arnsberg.de/zukunft-alter/sicht/index.php („Sicht“)	Stadt Arnsberg-Fachstelle Zukunft Alter; Bürger-Redaktion Sicht	Arnsberg
as.schwerte.de	Stadt Schwerte; ehrenamtliche AS-Redaktion	Schwerte
aschendorff-medien.de/produkte/erleben-magazine („Erleben Magazine“)	Aschendorf Medien GmbH & Co. KG	Münster
axo.media	axo.media west GmbH	Bestwig
bad-aachen.net/badaachen	VWB Media Service Verlag GmbH	Aachen
bad-lippspringer-nachrichten.de	HEGEMANNMEDIEN GmbH	Bad Lippspringe
bauer-thoeming.de/roesratherleben/magazin/ („Rösrath erleben“)	BAUER & THÖMING VERLAG GbR	Rösrath
bayer04.de/de-de/page/werks11-magazin	Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH	Leverkusen
bene-magazin.de	Bistum Essen	Essen
bergischeblaetter.de	Bergische Blätter Verlag GmbH	Wuppertal
bergischerbote.de	Verlag am See GmbH	Kürten

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
bergische-wirtschaft.net	Bergische Industrie- und Handelskammer Wuppertal–Solingen–Remscheid; wppt:kommunikation GmbH	Wuppertal
bielefeld-geht-aus.de	Tips-Verlag GmbH	Bielefeld
bilderbogen.koeln	KÖLNER BILDER-BOGEN Verlag GmbH	Köln
biograph.de	biograph Verlag Peter Liese	(Leer)
blankenheim.de/de/rathaus/downloads/meine-gemeinde („Meine Gemeinde“)	SIMAG mediakontakt Hubert Förster	Mechernich
blickpunkt-joellenbeck.de (inkl. blickpunkt-schildesche.de)	pixel desktop-publishing Bartels	Mike Bielefeld
blickpunkt-kevelaer.de	Krause & Schwarz GmbH	Kevelaer
blomberger-anzeiger.de	Werbeagentur Giesdorf GmbH & Co. KG; brink-medien GmbH & Co. KG	Detmold; Blomberg
bluesnews.de	Verlag Dirk Föhrs	Altena
bochum-katholisch.de/kathja („Kathja“)	Katholikenrat Bochum Wattenscheid	+ Bochum
bochummachtspass.de	Wunderbar Marketing UG	Bochum
bochum-tourismus.de/bochumentdecken/bomastadtmagazin.html („BOMA“)	Bochum Marketing GmbH ; Schürmann + Klagges GmbH & Co. KG	Bochum
bonbonniere-magazin.de	B & R MedienService GmbH; os. Media & consulting UG	Siegburg
bonnerumweltzeitung.de	Ökozentrum Bonn e.V.	Bonn
bonnticket.de/bonnticket-eventmagazin („Eventmagazin“)	Bonnticket GmbH	Bonn
bszonline.de/kategorie/weltstadt	Studierendenschaft an der Ruhr-Universität Bochum/ASTA an der Ruhr-Universität Dortmund	Bochum
buergerbrief-mechernich.de/e-paper	Rautenberg Media KG	Troisdorf
bvg-menzel.de („Der Bergische Unternehmer“)	Bergische Verlagsgesellschaft Menzel GmbH & Co. KG.	Remscheid
choices.de	choices Verlag Joachim Berndt	Köln
cityinfo.tv/lesen/aktuelle-ausgabe	cityInfo.TV UG	Recklinghausen
comun-magazin.org	Urbane Intervention e.V.	Bochum
crc-media.de („100 % Bottrop“)	CR-Consult Marketing • Media • PR • GmbH	Gelsenkirchen-Buer
crevelt.de	CREVELT media GmbH	Krefeld

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
cronenberger-anzeiger.de	Druckerei und Verlag Johannes Eckers e.K.	Wuppertal
cube-magazin.de	b1 communication GmbH	Düsseldorf
dasblatt.de	InSign A. + D. Klee GbR	Leopoldshöhe
das-magazin-mittendrin.de („mittendrin“)	Andreas Middendorf; Behringer und Mauch - die Werbeagentur	Münster; Ibbenbüren
delbruecker-stadtpost.de	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH	Bielefeld
der-alte-kreis.de („Der alte Keis Dinslaken - Voerde - Hünxe“)	Wir-in-Dinslaken Voerdesign Reiner Göbels	Voerde
derdom.de	Bonifatius GmbH	Paderborn
derhombberger.de	Hombberger Verein zur Förderung von Bürgerinteressen e. V.	Ratingen
der-klever.de	Der Klever UG	Kleve
der-medienverlag.de (inkl. Aggertaler, Homburger)	Welpdruck GmbH	Wiehl-Oberbantenberg
der-meidericher.de („Der Meidericher“)	(„Der DOPPELPUNKT Werbeagentur & Verlag Heike Wiehe	Duisburg
derneusser.de	in-D Media GmbH & Co KG	Neuss
der-stadt-anzeiger.com	Förderverein des Heimat- und Verkehrsvereins Schloß Holte-Stukenbrock e.V.	Schloß Holte-Stukenbrock
detmold.ihk.de/servicenavigation/presse-und-oeffentlichkeit/ihk-magazin-lippe-wissen-wirtschaft/lippe-wissen-wirtschaft2020 („Lippe Wissen&Wirtschaft“)	Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold; Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold
dex-magazin.de	DEX Magazin Susanne Mendack	Düsseldorf
diebadhonner.de	Helmut Böndel	Bad Honnef
die-stadtmagazine.de	RAG interactive GmbH & Co. KG; D.S. Marketing GmbH	Köln; Brühl
die-viertel.de	BI Bürgerwache e.V.	Bielefeld
diewirtschaft-koeln.de	Weis Wirtschaftsmedien GmbH	Köln
die-wirtschaft-muensterland.de	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Münster
djournal.de	DJournal GmbH	Düsseldorf
dorfmagazin.de	3r-Werbung kreativlipper.de Dirk Dreier	Detmold
draussenseiter-koeln.de	OASE Benedikt Labre e.V.	Köln
drei-k.de („alive - Aachen bewegt“)	Drei K Kommunikation Perdita Fiedler	Aachen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
drei-laender-kurier.de	PLENERT VERLAG Jörg A. Plenert	Gangelt
dreiviertel-bochum.de	Dorte Huneke-Nollmann	Bochum
duerener.info („Dürener“)	Rudi Böhmer	Düren
durchblick-siegen.de	durchblick-siegen Information und Medien e. V.	Siegen
ebito.tv	atento Werbeagentur GmbH	Vreden
echo-ge.de	Michael Ziebarth	Gelsenkirchen
eigenrauch-partner.de („altstädter“)	Eigenrauch und Partner GbR	Bielefeld
eilendorf-aktuell.de	Agentur 176 Werbung Grafik Druck Marcello Vercio	Aachen
em-verlag.de/das-em-als-e-paper („EM - Das Eifelmagazin“)	EM Verlag GbR Frank Nießen und Britta Krewinkel	Kall
en-aktuell.com	Agentur KOKO Marketing Katharina & Thomas Kokoska	Ennepetal/Maspalomas (ES)
engelbert-magazin.de	B.Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG ; Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Solingen; Remscheid
engelbertoberberg.com	JUHRmade Daniel Juhr	Wipperfürth
engels-kultur.de	engels-kultur Verlag	Bochum
ense-press.de	ense-press by haase-druck Peter Haase	Ense
espelkamper-nachrichten.de (inkl. stadtgespraech-luebbecke.de)	Ulrich & Martin Meyer GmbH & Co. KG	Espelkamp
essen.ihk24.de („meo“)	Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen	Essen
essenz-magazin.de	essenz magazin Metropole Rhein-Ruhr	Essen
facebook.com/Giesenkirchen-und-Korschenbroich-im-Mittelpunkt-463472773991230 („Giesenkirchen und Korschenbroich im Mittelpunkt“; nur über Facebook)	ROB Print & Medien Rolf Brandt	Jüchen
facebook.com/Sprockhoeveler/ („Der Sprockhöveler“; nur über Facebook)	Erdinc Özcan-Schulz	Wülfrath
fiftyfifty-galerie.de	asphalt e.V. – Verein zur Förderung obdachloser und armer Menschen	Düsseldorf

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
fischelner-woche.de	van Acken Druckerei & Verlag GmbH	Krefeld
fkw.de (inkl. der Magazine, z. B. hallo Soest, der Lippetaler, ...)	FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH	Möhnesee-Wippringsen
floettmann.de („faktor3“)	Flöttmann Verlag GmbH	Gütersloh
freudenberg-online.com	Henning Prill	Freudenberg
froendenberg.de/leben-in-froendenberg Ruhr/froendenberger-ausblick („Fröndenberger Ausblick“)	Stedt Fröndenberg; Horschler Verlagsgesellschaft mbH	Fröndenberg; Unna
fuenfneun.de	59 Verlags GmbH und Co. KG	Lippstadt
gewerbekreis-rheindahlen.de („SL Rheindahlen“)	GbR Harzen	Mönchengladbach
gievenbecker.de; kreuzvierteler.de	Verlag 1648 Dr. Veit Christoph Baecker e. K	Münster
gk-medien.com	Güth & Kramer Medien Stefan Güth	Steinhagen
glehnaktiv.de („Das Journal Glehn aktiv“)	Werbekreis Glehn Aktiv e. V.	Korschenbroich
glverlag.de/gl-kompakt.aspx	GL Verlags GmbH	Bergisch Gladbach
gruenstift-duesseldorf.de	Umwelt-Zentrum Düsseldorf e.V.	Düsseldorf
gt-info.de	Flöttmann Verlag GmbH	Gütersloh
guetsel.de	Christian Schröter AGD	Gütersloh
guru-magazin.de	GURU Magazin GmbH	Mönchengladbach
haaner.stadtmagazin-online.de	Hildebrandt Verlag H.-Michael Hildebrandt	Mettmann
hafenzeitung.de	Andreas Fröning	Mülheim
hagen.de/web/de/fachbereiche/fb_55/fb_55_04/fb_55_0405/veroeffentlichungen.html („Junges altes Hagen“)	Pflege- und Wohnberatung der Stadt Hagen; Werbe-agentur L. Kapp	Hagen; Dortmund
haken-kulturzeitung.de	PR-Design & Verlag Annett Trautwein	Breckerfeld
haller-kreisblatt.de	Haller Kreisblatt Verlags-GmbH	Halle/Westf.
hallerwillem.net („Haller Willem“)	Sigrun Lohmeyer	Borgholzhausen
hallobonn.info	J.F. Carthaus GmbH & Co. KG	Bonn
hallo-borken.de	Werbeagentur Heimspiel GmbH	Borken
hallobuer.ruhr	RW Media UG	Gelsenkirchen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
hamm.de/gesellschaft-soziales-gesundheit/senioren/freizeit-bildung-und-kultur/senioren-zeitschrift-das-fenster („Das Fenster“)	Stadt Hamm; Verkehrsverein Hamm e.V.	Hamm
hamm.news	REIMEDIA GmbH	Hamm
hammer-norden.de/nordwind („Nordwind“)	Stadtteilzentrum Hamm-Norden; Stadt Hamm	Hamm
handwerk-me.de/SERVICE/Meisterbrief („MeisterBrief“)	Kreishandwerkerschaft Mettmann; Image Text Verlagsgesellschaft mbH	Mettmann; Rommerskirchen
handwerk-remscheid.de („Das Bergische Handwerk“)	Kreishandwerkerschaft Remscheid; Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Remscheid
handwerk-ruhr.de („KH Aktuell“)	Kreishandwerkerschaft Ruhr; RDN Verlags GmbH	Bochum; Recklinghausen
hardtberg-bote.de	Wirtschafts- und Bürgerverein Hardtberg e.V.	Bonn
heft.de („HEFT“)	„das HEFT“ Zeitschriftenverlag Harald Morsch	Paderborn
heidehombbruch-aktuell.de	Stadtteilmagazin Heide/ Hombbruch aktuell e.V.	(Leer)
heimatliebe-magazin.de/sauer-land/region-arnsberg-sundern	HEIMATLIEBE-MAGAZIN GbR Gisbert Scheffer + Markus Frey; TEAM WANDRES communication partner GmbH	Sundern
heimatverein-aldekerk.de („Heimatblatt für Aldekerk, Obereyll, Rahm und Stenden“)	Heimat & Verkehrsverein für Aldekerk e.V.	Kerken
heimatverein-quelle.de	Heimat- und Geschichtsverein Quelle e.V.	Bielefeld
heimspiel-online.de	Heimspiel Verlag GmbH & Co. KG	Münster
hellenthal.de/buergerservice/informationsdienst/buergerinfo-amsblatt („BürgerInfo“)	Gemeinde Hellentahl; SIMAG mediakontakt Hubert Förster	Hellenthal; Mechernich
herten-erleben.de	RDN Verlags GmbH	Recklinghausen
herzog-magazin.de	HERZOG Media GbR Dorothée Schenk/Dennis Hackhausen	Jülich
hieronymus-magazin.de	oecher-design Medienagentur Christiane Lühr/Nicole Scherrers	Stolberg
hiller-anzeiger.de	IT Rechenwerk GmbH	Hille



URL	Hrsg./Betreiber	Ort
hindenburger.de	Marktimpuls GmbH & Co. KG	Mönchengladbach
hoch5.com	HOCH5 GmbH & Co. KG	Bünde
hochglanz-paderborn.de („Hochglanz“)	HOCHGLANZ Stadtmagazin UG	Paderborn
hoenne-express.de	Zimmermann Druck + Verlag GmbH	Balve
hoevelhofer-rundschau.de	Verkehrsverein Hövelhof e.V.	Hövelhof
horsterpost.de	Verlag Horster Post u	Gelsenkirchen
wuerselen.de/stadtmagazin/	Stadt Würselen/Super Sonntag Verlag GmbH	Aachen
ideeproporta.de/porta-magazin/	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG; Idee pro Porta e.V.	Minden; Porta Westfalica
ihk-arnsberg.de/epaper/kiosk/	PRIOTEX Medien GmbH; Industrie- und Handelskammer Arnberg, Hellweg-Sauerland	Anröchte; Arnberg
ihk-bonn.de/die-wirtschaft-uebersicht/ („Die Wirtschaft“)	IHK Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg; wppt:kommunikation GmbH	Bonn; Wuppertal
ihk-krefeld.de/de/oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilungen/ihk-magazin.html („IHK-Magazin“)	Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein	Krefeld
ihkmagazin.de	Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf; Rheinische Post Verlagsgesellschaft	Düsseldorf
ihk-nordwestfalen.de/aktuelles/wirtschaftsspiegel	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG; Industrie- und Handelskammer Nordrheinwestfalen	Münster
ihk-siegen.de/hn/presse/wirtschaftsreport	Vorländer GmbH & Co. KG; Industrie- und Handelskammer Siegen	Siegen
ikz-online.de/ikz-info/ikz-heimatgefuehle („HEIMATGefühle“)	ZEITUNGSVERLAG ISERLOHN Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG	Iserlohn
image-witten.de	Monika Kathagen KATHAGEN press, media + kommunikation	Witten
imag-magazin.de	Jiri Hampl	Windeck
imgraf.de	Marcel Gerits Medien	Nettetal
inbruehl.com	Brühler Kultur Verlag e.V.	Brühl
inherne.net	Stadt Herne; FUNKE NRW Wochenblatt GmbH	Herne; Essen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
in-korschenbroich.de	PIXELRAUSH Werbeagentur Dieter Fels	Korschenbroich
inside-magazin.tv	INSIDE Medienagentur UG	Vreden
insider-aktuell.de	BECKER media Werbeagentur und Softwarehaus	Windeck
insuelz.com	2goldfisch Verlag Ralf Martens	Köln
isso-online.de	isso. Verlag Ralf Nattermann	Gelsenkirchen
italien-wuppertal.de	Kulturkooperative Wuppertal e.V.	Wuppertal
ivr-verlag.de/Verlag.htm („Bedburger Nachrichten“)	Stadt Bedburg; IVR Industrie Verlag und Agentur Rhein-Erft Eckl GmbH	Bedburg
kabinett-online.de	KABINETT Verlag Elke Dagmar Schneider	Alfter
kaenguru-online.de	Känguru Colonia Verlag GmbH	Köln
kaleidoskop-ac.de („kaleizette“)	Kaleidoskop - Filmforum in Aachen e.V.	Aachen
katholische-kirche-meschede- bestwig.de/themen-angebote/ crux-das-magazin („crux - Katholisches Leben in Meschede und Bestwig“)	Pastoralverbund Meschede- Bestwig, Benediktinerabtei Königsmünster, Bergkloster Bestwig, Berufskolleg Bergkloster Bestwig, Bildungsakademie für Therapieberufe, St.-Walburga- Krankenhaus Me-schede, St.- Walburga-Realschule Meschede, Katholische Kindertages- einrichtungen Hochsauerland- Waldeck gem. GmbH, Kolping Bildungs-zentrum Südwestfalen GmbH, Caritasverband Meschede e. V., Sozialdienst katholischer Frauen (SkF) Hochsauerland e. V.; Bonifatius Verlag GmbH	Meschede (alle, bis auf Bonifatius Verlag GmbH (Paderborn))
kempenkompakt.de	Karl J. Wefers	Kempen
kettwiger-momente.de	Rafael Tewes	Essen
kevelaerer-blatt.de	MegaTop Verwaltungs GmbH	Kevelaer
kh-emscher-lippe.de („KH Aktuell“)	Kreishandwerkerschaft Emscher- Lippe-West; RDN Verlags Gmb	Bottrop/Gelsenkir- chen; Recklinghausen
khre.de („Handwerk im Vest“)	Kreishandwerkerschaft Reckling- hausen; RDN Verlags GmbH	Recklinghausen
kiekmalrin.de	Werbeagentur Promo & Co.	Hüllhorst
kinderkinder-magazin.de („Kinder, Kinder!“)	Mediaagentur Frank Küpping	Neuss

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
kingkalli.de	Verlag um die Ecke Birgit Franchy	Aachen
kirchenmagazine.de („Nepomuk“)	Pastoraler Raum Rietberg; Bonifatius GmbH	Rietberg; Paderborn
kirchenzeitung-aachen.de	Einhard Verlag GmbH	Aachen
kirchenzeitung-koeln.de	Der Erzbischof von Köln; J.P. Bachem Medien GmbH	Köln
kirche-und-leben.de	Dialog-Medien und Emmaus- Reisen GmbH; Der Bischof von Münster	Münster
klenkes.de	Medienhaus Aachen GmbH	Aachen
kloensnack.de	Digitales - Gesellschaft für Print- und Infomedien mbH	Wagenfeld (Nds.)
knappeniniative.de	Werbegemeinschaft KnappenInitiative Oberhausen e.V.	Oberhausen
koelner.de	K.I.-Mediengesellschaft mbH	Köln
koelnerleben-magazin.info	Känguru Colonia Verlag GmbH	Köln
koelner-stadteilliebe.de	Ute Schmidt	Köln
koelnmagazin.net	Maenken Kommunikation GmbH; KölnBusiness Wirtschafts- förderungs-GmbH	Köln
koelnsport.de	Köln.Sport Verlag GmbH	Köln
kölle-druck.de/rundblick_online	Kölle-Druck GmbH	Preußisch Oldendorf
komplett-magazin.de	Komplett-Verlag Schlütter, Höfner GbR Bernhard Schlütter und Heiko Höfner	Plettenberg
kredo-magazin.de	Kredo-Medien GmbH	Krefeld
kreis-dueren.de/service/pub/ kreisrund.php („KreisRund“)	Kreis Düren/Landrat; Super Sonntag Verlag GmbH	Düren; Aachen
ksz-internet.de	Kölner Studierendenzzeitung e.V.	Köln
kulturwest.de	K-West Verlag GmbH	Essen
kunstrasen-magazin.de	Tips-Verlag GmbH	Bielefeld
kunstraum-muenster.de	patterson+schade Agentur f. Kom- munikation Dietmar Patterson/ Kristina Schade GbR	Münster
langenfelder.stadtmagazin- online.de	Hildebrandt Verlag H.-Michael Hildebrandt	Mettmann
leben-im-paderborner-land.de	HEGEMANNMEDIEN GmbH	Bad Lippspringe
lebensart-koeln.de	Wienand Medien GmbH	Köln
lebensart-magazine.de	aureus GmbH	Bottrop- Kirchhellen
leitplanke-lippstadt.de	Heidrich Verlags GmbH	Lippstadt

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
lhmarketing.de/stadtleben („Lüding-hauser Stadtleben“)	Lüdinghausen Marketing e.V.	Lüdinghausen
libelle-magazin.de	Libelle Verlags GmbH	Düsseldorf
lichtaus-szenemagazin.de	Agentur ER Eric Raffer	Lippstadt
lichtenau.de/42-Stadtinformation- Wirtschaft-Energie/461- Marketinggemeinschaft-Stadt- Lichtenau-Westf.-e.V..html („Die 15“)	Marketinggemeinschaft Lichtenau/Westfalen e.V.	Stadt Lichtenau
liebefeld-liest.de	Kirchner Kommunikation und Marketing GmbH	Bünde
life-buende.de („Life“)	Life 2000 Verlags GmbH	Bünde
lifejournale.de	Stümges.Verlag&Vertrieb Tobias Stümges	Krefeld
lifestyle-muensterland.de/ ausgaben	MARBE Werbeagentur & Verlag GmbH	Horstmar-Leer
lima.nrw („LiMa Lippe Magazin“)	amm GmbH & Co. KG	Lemgo
linnich.de/linfo/index.php („Linfo“)	Stadt Linnich; Super Sonntag Verlag GmbH	Linnich; Aachen
lippeportal.de	Mathias Teutrine Druck und Verlag	Detmold
lippischer-anzeiger.de	Lippischer Anzeiger Extrapoint UG	Herford
lokallust.de/index.php/ nachrichten-aus-dorsten.html	RSW Media Jürgen Rustemeyer	Unna
loox.com	MESSEMAGAZIN VERLAG GmbH	Düsseldorf
luettringhauser-anzeiger.de	Heimatbund Lüttringhausen e.V. ; LA Verlags GmbH	Remscheid
maas-rhein-zeitung.de	Bökelverlag Manfred Schulz	Mönchengladbach
machpuls.de/niederkassel	machPuls GmbH	Bonn
madeinkaarst.biz	h!t!w! houben text works Hartmut Houben; in Kooperation mit der Stadt Kaarst	Kaarst
maenner.media	blu media network GmbH	Berlin
marketing-extertal.de/info-magazin („Extertal Spiegel“)	Marketing Extertal e.V.	Extertal
marktmagazin-muenster.de	Marktmagazin Verlag GbR	Ibbenbüren
marktplatzmagazin.de („marktplatz“)	Michael Bernd	Neuss
markt-und-gemeinde.de	Gewerbeverein Herzebrock- Clarholz	Herzebrock- Clarholz
martinlukas.net/downloads („IAMMARXLOH“)	Runder Tisch Marxloh e.V.	Duisburg

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
mawi-westfalen.de	PBL Media Verlag Christiane Peters	Verl
mediaoffensiv.de/holzwickeder-nachrichten.html („Holzwickeder Nachrichten“)	Anke Pieper - Ursula Lindstedt GbR	Fröndenberg
medqn.de/bogesund-zeitung („BOGESUND“)	Medizinisches Qualitätsnetz Bochum e.V.; HVF Verlag & Druck Dennis Frank	Bochum
mehrausnetphen.de	MaN GbR Markus Sting, Sebastian Zimmermann	Netphen
mein-bestens.de	de Lorenzo-Fanelli & Nicolai GbR	Wermelskirchen
mein-bielefelder.de	Tips-Verlag GmbH	Bielefeld
mein-brackweder.de	Thomas Kopsieker und Jenny Kröger GbR	Bielefeld
mein-kaiserswerth.de	rmt media Ralf Michael Tewes	Ratingen
mein-rhwd.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Rheda-Wiedenbrück
mein-weiss.de	Dorfgemeinschaft Weiß 1962 e.V.	Köln
meinwesel.de	René Kult	Wesel
mgmg.de („MG aktuell“)	MGMG Marketing Gesellschaft Mönchengladbach mbH	Mönchengladbach
mikakom.de/vorort	MiKa Kommunikation GmbH	Bochum
milkids.de	milkids Verlag Susanne Esser	Bielefeld
mitteilungsblatt-online.de	HEUERMANN druck+medien Stefan Heuermann	Neuenkirchen
moersermonat.de („Moerser Monat“)	Agentur Berns GbR	Moers
monheimer.stadtmagazin-online.de	Hildebrandt Verlag H.-Michael Hildebrandt	Mettmann
monokel.eu	Werk 2 Werbeagentur Markus Galla	Bielefeld
moveo-magazin.de	silk. Werbeagentur GmbH	Krefeld
movieaachen.de	Verlag um die Ecke Birgit Franchy	Aachen
mr-flo.life	Life 2000 Verlags GmbH	Bünde
muelheimia.koeln	icon Kommunikation für Kultur und Wirtschaft GmbH	Köln
muenster-kauft-ein.de	Tips-Verlag Münster GmbH & Co. KG	Münster
muenster-magazin.com	Stadtlust-Verlag GmbH & Co. KG	Münster
nadann.de	dvv GmbH	Münster
natuerlich-herne.druckfrisch.de	Frischtex te Verlag Ingrid Fischbach	Herne

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
netphen-online.de	Futura Druck Verlag Nico Eggers e.K.	Netphen
netzn.de/s/ihk-mittleres-ruhr-gebiet/profil/inhalte?tags=IHK-Zeitung („Wirtschaft im Revier“)	Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet; PRIOTEX Medien GmbH	Bochum; Anröchte
neuesruhrwort.de	RW Media UG	Gelsenkirchen
neue-wege-magazin.de	medien-pinkte Mareike Glasmeyer-Sehr	Fröndenberg
neuss-ist-top.de	Nicole Barendt-Ley, Eleonore Wisbert GbR	Neuss
news.rub.de/rubin („RUBIN“)	Rektorat der Ruhr-Universität Bochum in Verbindung mit dem Dezernat Hochschulkommunikation (Abt. Wissenschaftskommunikation) der Ruhr-Universität Bochum	Bochum
news-dasmagazin.de	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG	Minden
nid-zeitung.de („nid - neu in deutschland“)	Dorte Huneke-Nollmann	Bochum
niederrhein-edition.de	Die Kuh vom Eis GmbH	Neukirchen-Vluyn
niers-magazin.de	Frentzen-Media Elke Frentzen	Mönchengladbach
nordbote.info/download	Dietmar Oelsner	Düsseldorf
nordicspots.de	SportCombi Verlag GmbH	Meinerzhagen
nrhz.de	Anneliese Fikentscher	Köln
oberhau-aktuell.de	Oberhau Aktuell e.V.	Königswinter
offguide.de	Christiane Mihoci	Essen
oh-stadtmagazin.de	Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH; CONTACT GmbH Agentur für Kommunikation – Sport – Event	Oberhausen
ortszeitungen.de/RM_eNewsPaper/Hal/Hal_46_2020.pdf („Rundblick Hallenberg“)	Rautenberg Media KG	Troisdorf
osemont.de	Sroka GbR Michael und Birgit Sroka	Brüggen
ostwestfalen.ihk.de/presse/ihk-magazin	Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG; Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen	Detmold; Bielefeld
paderborner-journal.de	HEGEMANNMEDIEN GmbH	Bad Lippspringe
pan-bocholt.de	MÜ12 Verlag GmbH	Bocholt

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
panoramaverlag.e-pages.pub/titles („Steinhagen erleben“)	Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH	Bielefeld
paroli-magazin.de	Paroli Verein für politische Kultur e.V.	Oberhausen
petershaeger-anzeiger.de	WIP Medien GmbH & Co. KG	Petershagen
plan-b-lesen.de	Zeitrausch Verlag & Vertrieb Tim Petric	Rheine
port01.com	appselect GmbH	Dresden
porz-illu.de	MedienService-Geis Digital- und Printmedien	Köln
protestant-bonn.de („PROtestant - Evangelische Einblicke“)	Evangelischen Kirchenkreise Bonn, Bad Godesberg-Voreifel und An Sieg und Rhein	Bonn/Siegburg
pt-promotion.de/verlag/unser-odenkirchen	PT Promotion GmbH	Mönchengladbach
puls-gesundheitsmagazin.de	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	Solingen
pviserlohn.de/infos/downloads.html („Kath.is“)	Pastoralverbund Iserlohn; medienstatt GmbH	Iserlohn; Menden
quartiera.jetzt	Agentur extrem beweglich Marcus Langer/Henner Zimmat	Bielefeld
recklinghausen.de/Inhalte/Startseite/Wirtschaft_Einkaufen/Dokumente/standortmarketing/wirtschaft-im-blick/index.asp („Wirtschaft im Blick“)	Stadt Recklinghausen/Wirtschaftsförderung; Stadt Herten/Wirtschaftsförderung; NB Medienservice GmbH & Co. KG; RW Media UG	Recklinghausen; Herten; Gelsenkirchen; Gelsenkirchen
regiogo.de	Regio GO Verlag Murat Ülbeyi	Wipperfürth
regio-magazine.de/regiovital.html („regio vital“)	aureus GmbH	Bottrop-Kirchhellen
regiomanager.de	Regio Manager GmbH	Essen
revierkind.de	REVIERkind Verlags GmbH Nicola Wirtz	Bochum
reviersport.de	FUNKE Medien NRW GmbH	Essen
rheinexklusiv.de	seromedia GmbH	Bonn
rheinkiesel.de	Quartett-Verlag Erwin Bidder	Rheinbreitbach
rhein-ruhr-magazin.de/rrm/hp/tag/essen/	Nordis Verlag GmbH	Essen
riehler-ig.de/magazin/Intern“)	(„Riehl VeedelMedia Machnik & Happe Journalismus und Design Partnergesellschaft	Köln
rinsdorf.de	Freidhelm Braun	Wilnsdorf-Rinsdorf

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
rotthausen-post.de	JournalistenBüro Herne GmbH; Rotthausen Netzwerk e.V.; Bürgerverein Rotthausen e.V.	Herne; Gelsenkirchen; Gelsenkirchen
ruhrtal-verlag.de/Ruhrtal-Verlag-Magazine.html	Ruhrtal-Verlag Björn Pinno	Bochum
rundblick-unna.de	MBFK UG	Unna
rundumdensiggi.de	Rund um den Siggi e.V.	Bielefeld
salzstreuner.de	Herzstück Werbeagentur Rainer Tautz	Bad Salzuflen
samtweberviertel.de/stadtteil-zeitung-die-samtweber	Urbane Nachbarschaft Samtweberei gGmbH	Krefeld
sauerlaender-heimatbund.de („Sauerland“)	Sauerländer Heimatbund e.V.	Meschede
scalaverlag.de/#monatsmagazin („Scala“)	Scheidsteger Medien GmbH & Co. KG	Velbert
schildesche-erleben.de dornberg-erleben.de, erleben.de)	(inkl. heepen- Media & Service Büro Bernd Lochmüller	Bielefeld
schleiden.de/rathaus/rathaus/presse-medien/buergerinfo-aktuell („BürgerINFO aktuell“)	Stadt Schleiden; mediakontakt Hubert Förster	SIMAG Schleiden; Mechernich
schnuess.de	Verein zur Förderung alternativer Medien e.V.	Bonn
senioren-journal.de	S. D. Senioren-Dienstleistungs-GmbH & Co. KG	Minden
senneforum.de	SenneFORUM Dieter Eichlandwehr	Schloß Holte-Stukenbrock
sennerortszeit.de	Christof Kerber GmbH & Co. KG	Bielefeld
senne-rundschau.de	Werbedruck Zünkler GmbH & Co. KG	Bielefeld
siegency.de	Kai A. Hortmann	Siegen
sihk.de („Südwestfälische Wirtschaft“)	Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen; PRIOTEX Medien GmbH	Hagen; Anröchte
soso-online.de	Olaf Grossmann	Soest
spenger-echo.com	KV Verlag Claudia Vogt	Spenge
sperre-online.de	Arbeitslose brauchen Medien e.V.	Münster
sportivo-magazin.de	RuhrGesicht Dirk Schäfer	Essen
stadtgefluester.de	Verlag & Agentur stadtgeflüster GbR	Minden



URL	Hrsg./Betreiber	Ort
stadtgespraech-online.com	News Paper Werbung und Verlag GmbH & Co. KG	Melle (Nds.)
stadtjournal.tv	ILSKE DRUCK & MEDIA	Schloß Holte-Stukenbrock
stadtjournal-brueggen.de	Manuel Uebbing	Brüggen
stadtjournal-shs.de	K&J Verlag Ilske GbR	Schloß Holte-Stukenbrock
stadtlandmagazin.de	stadtland magazin Alexandra Wuttke	Sendenhorst
stadtmag.de/cms	correctum Verlag	Witten
stadtmagazinkoeln.de suedstadtmagazin.de)	(inkl. Jonathan Medien Karola Waldek	Köln
stadtmarketing-hoerstel.de/wir-4/stadtmarketing-e-v Stadtmagazin“)	(„Hörsteler Stadtmarketing Hörstel e.V.	Hörstel
stadtquelle-salzkotten.de	Hüppmeier Marketing & Design GmbH	Salzkotten
stadtrevue.de	Stadtrevue Verlag GmbH	Köln
stadtteilmagazine.de	AZ Druck & Verlag GmbH; Frank Holzberg	Korschenbroich; Düsseldorf
stadtzauber.de	stadtzauber gmbh	Köln
standpunktonline.com	Dorothee Vollmer/Gesamtschule Hardt	Mönchengladbach
standpunktverlag.de/magazine-broschueren	Standpunkt-Verlag GmbH	Winterberg-Siedlinghausen
stattblatt.de	StattBlatt Verlag Martin Kuhlen	Grevenbroich
steeler-bürgerschaft.chayns.net („Magazin“)	Steeler Bürgerschaft e.V.	Essen
stylus-ms-os.de	Stephanie Stark	Nottuln
suedseiten.net	Jürgen Krumhöfner GbR	Bielefeld
tbv-lemgo-lippe.de/medien/echo („Echo“)	TBV Lemgo GmbH & Co. KG; Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG	Lemgo; Detmold
tecklenborg-verlag.de/magazine/der-steinfurter („Der Steinfurter“; jedoch ohne kostenlosen ePaper-Zugang)	Tecklenborg Verlag GmbH & Co. KG	Steinfurt
terz.org	TERZ Stattzeitung FGK e.V.	Düsseldorf
titz.de/aktuelles („Amts-blatt der Landgemeinde Titz“)	Gemeinde Titz; Super Sonntag Verlag GmbH	Titz; Aachen
toefte.ms	2P&M Werbeagentur GmbH & CO. KG	Sendenhorst

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
top-magazin.de/muenster/	SIMPLY the BEST Event & Verlags GmbH & Co. KG	Münster
top-magazin.de/niederrhein	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH	Krefeld
top-magazin.de/top-bielefeld	Wolter Medien GmbH & Co. KG	Bielefeld
top-magazin.de/wuppertal	Rundschau Verlagsgesellschaft mbH	Wuppertal
top-magazin-duesseldorf.de	Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH	Düsseldorf
topmagazinkoeln.com	Agrippina Media GmbH & Co. KG	Köln
top-magazin-siegen.de	WortWerk Siegen GmbH	Siegen
top-sauerland.de	Brinkschulte Medien GmbH & Co. KG	Arnsberg
trendjournal.de	Trend Verlag GmbH & Co. KG	Porta Westfalica
trend-lokal.de	Record Team Marketing GmbH	Langenberg
ultimo-bielefeld.de	ULTIMO Verlag GmbH	(Münster)
unicum.de	UNICUM Digital GmbH	Bochum
unser-augustdorf.de; hiddesen.de	unser- Sonja Reichmann	Augustdorf
unternehmerverlag-suedwestfalen.de („Unternehmertum Südwestfaen“)	Unternehmerverlag Südwestfalen GmbH	Iserlohn
urbano-portal.de	Urbano Mönchengladbach GmbH	Mönchengladbach
uz-niederrhein.eu	Medienhaus Niederrhein Marie Kabanow	Rose Kevelaer
verkehrsverein-hamm.de/hamm-magazin („Hammmagazin“)	Verkehrsverein Hamm e.V.	Hamm
verler-leben.de	Martina und Lothar Werner	Verl
verler-magazin.de	Verler Magazin GbR	Schloß Holte-Stukenbrock
vettweiss.de/buergerservice/mitteilungsblatt.php („Mitteilungsblatt der Gemeinde Vettweiß“)	Gemeinde Vettweiß; Sonntag Verlag GmbH	Super Vettweiß; Aachen
vfl-bochum.de/fans/fuer-die-fans/mediacenter/vfl-echo Echo“)	(„VfL- VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA	Bochum
vhs-vh.de/projekte/zeitung-wir-aelteren/	Volkshochschulzweckverband Velbert/Heiligenhaus	Velbert
vivid-magazin.de	Coco & Bill Publishing GmbH	Düsseldorf
waddische.de	FUNKE Medien NRW GmbH	Essen
weezer-seiten.de	Krause & Schwarz GmbH	Kevelaer

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
werbegemeinschaft-kamp-lintfort.de/familienpost („Familienpost“)	Werbegemeinschaft Kamp-Lintfort e.V.	Kamp-Lintfort
werbering-nv.de/nv-aktuell aktuell“)	(„NV Werbering Neukirchen-Vluyn e.V.	Neukirchen-Vluyn
westfalen-magazine.de	Jahn Verlag GmbH & Co. KG	Soest
westfalenspiegel.de	Ardey-Verlag GmbH	Münster
westfalium.de	Westfalium GmbH & Co. KG	Münster
wfg-krefeld.de („kreation“)	WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH	Krefeld
wildwechsel.de	Wildwechsel Redaktion. Verlag. Agentur Fedor Waldschmidt	Warburg
willi.hamm.net („Willi“)	Reinhard Bialas	Hamm
willicherleben.de	socialmedia erleben Daniel Kamper; djm medienservice GbR	Willich
willkommen-in-lippe.de („NiL Neu in Lippe“)	Kommunales Integrationszentrum des Kreises Lippe; Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold
wiringeldern.de	Kempkens & van Treeck GbR	Geldern
wirsiegen.de	Nachrichtenagentur Andreas Trojak	Kreuztal
wirtschaft-regional.net	Press Medien GmbH & Co. KG	Detmold
wirtschaftsgemeinschaft-huenxe.de/unser-lindenblatt	WirtschaftsGemeinschaft Hünxe e. V.	Hünxe
wir-willich.de	Wirtschaftsförderung der Stadt Willich; B-text Birgit Fliege	Willich
witten-transparent.de	Verlag Olaf Gellisch	Bochum
woll-magazin.de	Woll Verlag Hermann-J. Hoffe	Schmallenberg
xanten-live.de	Költgen & Horlemann GbR	Xanten
youandme.de/dasmagazin	you+me - Verlag Agentur Event Markuß Westphal	Mettmann
zoom-duesseldorf.net	Strategy Marketing- und Werbeagentur GmbH	Düsseldorf
zumstickling-druck.de	Druckerei zum Stickling GmbH	Gütersloh

Tab. A1.4 Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

Name	URL	Ort
106.2 Radio Oberhausen	radiooberhausen.de/	Oberhausen
107.7 Radio Hagen	107.7radiohagen.de	Hagen
92.9 Radio Mülheim	radiomuelheim.de/	Oberhausen

<b>Name</b>	<b>URL</b>	<b>Ort</b>
94.9 Radio Herford	radioherford.de	Herford
Antenne AC	antenne-ac.de	Würselen
Antenne Düsseldorf	antenneduesseldorf.de	Düsseldorf
Antenne Münster	antennemuenster.de	Münster
Antenne Niederrhein	antenneniederrhein.de	Kleve
Antenne Unna	antenneunna.de	Unna
Hellweg Radio	hellwegradio.de	Soest
Lippe Welle Hamm	lippewelle.de	Hamm
NE-WS 89,4	news894.de	Neuss
Radio 90,1	radio901.de	Mönchengladbach
Radio 91.2	radio912.de	Dortmund
Radio Berg	radioberg.de	Köln
Radio Bielefeld	radiobielefeld.de	Bielefeld
Radio Bochum	radiobochem.de	Bochum
Radio Bonn/Rhein-Sieg	radiobonn.de	Siegburg
Radio Duisburg	radioduisburg.de	Duisburg
Radio Emscher-Lippe	radioemscherlippe.de	Gelsenkirchen
Radio Ennepe Ruhr	radioenneperuhr.de	Hagen
Radio Erft	radioerft.de	Köln
Radio Essen	radioessen.de	Essen
Radio Euskirchen	radioeuskirchen.de	Köln
Radio Gütersloh	radioguetersloh.de	Gütersloh
Radio Herne	radioherne.de	Herne
Radio Hochstift	radiohochstift.de	Paderborn
Radio K. W.	radiokw.de	Wesel
Radio Kiepenkerl	radio-kiepenkerl.de	Dülmen
Radio Köln 107.1	radiokoeln.de	Köln
Radio Leverkusen	radioleverkusen.de	Leverkusen
Radio Lippe	radiolippe.de	Detmold
Radio MK	radio-mk.de	Iserlohn
Radio Neandertal	radioneandertal.de	Mettmann
Radio RSG	radiorsg.de	Solingen

Name	URL	Ort
Radio RST	radiorst.de	Rheine
Radio rur	radiorur.de	Düren
Radio Sauerland	radiosauerland.de	Meschede
Radio Siegen	radio-siegen.de	Bad Laasphe
Radio Vest	radiovest.de	Recklinghausen
Radio WAF	radiowaf.de	Bielefeld
Radio Westfalica	radiowestfalica.de	Minden
Radio WMW	radiowmw.de	Borken
Radio Wuppertal 107.4	radiowuppertal.de	Wuppertal
Welle Niederrhein	welleniederrhein.de	Krefeld
Fußball inside	fussball-inside.com	Essen
Himmel und Erde Das Magazin der Kirchen in den NRW-Lokalradios	himmelunderdeonline.de (mit regionaler Ausrichtung für alle Lokalradios in Nordrhein- Westfalen)	Düsseldorf; Oberhausen

Tab. A1.5 Weitere Online-Hörfunkangebote

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
antennepulheim.de/	Central FM Media GmbH	Pulheim
bonn.fm/	bonnFM e.V.	Bonn
campusfm.info	CampusFM	Duisburg/Essen
domradio.de/	Bildungswerk der Erzdiözese Köln e.V.	Köln
hertz879.de/	Trägerverein HERTZ 87.9 e.V.	Bielefeld
l-uni.co/	L'UniCo – Campusradio Paderborn e.V.	Paderborn
radioq.de/	Verein Radio Q e. V.	Münster
radius921.de/	Radius 92.1 e.V.	Siegen

Tab. A1.6 Online-Angebote des WDR

Name	URL	Hrsg./Betreiber
1Live	www1.wdr.de/radio/1live/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
COSMO	www1.wdr.de/radio/cosmo/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
WDR 2	www1.wdr.de/radio/wdr2/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
WDR 3	www1.wdr.de/radio/wdr3/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)

Name	URL	Hrsg./Betreiber
WDR 4	www1.wdr.de/radio/wdr4/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
WDR 5	www1.wdr.de/radio/wdr5/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
WDR Fernsehen	www1.wdr.de/fernsehen/startseite/index.html	Westdeutscher Rundfunk (WDR)
WDR.de	wdr.de	Westdeutscher Rundfunk (WDR)

Tab. A1.7 Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

Name	URL	Hrsg./Betreiber
RTL WEST	rtl-west.de	RTL WEST GmbH
SAT.1 "17:30 LIVE" AUS DORTMUND	sat1nrw.de	WestCom Medien GmbH
STUDIO 47	studio47.de	Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co. KG

Tab. A1.8 Lokale & regionale Online-Only-Angebote

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
089wehringhausen.de	Jan Eckhoff	Hagen
100prozentherford.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Rheda-Wiedenbrück
aachenerkinder.de	H.-G. Gerhards	Aachen
aachennews.org	Margret Vallot	Aachen
absolut-bergisch.amera.de	Studio 242 Graphik-Design & Verlag Christof Schmoll	Neunkirchen-Seelscheid
ahaus.jetzt	Ruhr24 GmbH & Co. KG	Dortmund
ahlen.info	Michael Kayser	Ahlen
akduell.de	Allgemeiner Studierenden-ausschuss Universität Duisburg-Essen	Essen
allesdetten.de	Manfred Schwegmann	Emsdetten
allesmuenster.de	Stephan Günther/Thomas Hölscher	Münster
anzeiger24.de/haan/news	anzeiger24.de GmbH & Co. KG	Hilden
attendorner-geschichten.de	FREY PRINT + MEDIA GmbH & Co. KG	Attendorn
aufderhoehemagazin.com	Redaktion Auf der Höhe-Magazin Bergische Universität Wuppertal	Wuppertal
aufmplatz.net	B & C Verlag	Bottrop
augustdorfernachrichten.de	Augustdorfer Nachrichten	Gütersloh

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
ausbadhonnef.de	Thomas Scheben	Bad Honnef
backland.news	BAM-Werbung Steven Lennard Bamberger	Biedenkopf
bad-driburg-aktuell.info	Alexander Bieseke	Bad Driburg
bad-honnefer-info.de	Holger Handt	Bad Honnef
balve-film.de	MPM-Agentur Roland Krahl	Balve
beelen-aktuell.de	Michael Beforth	Ennigerloh
bergischer-impuls.de/rhein-berg	Axel Girbel	Bergisch Gladbach
bergkamen-infoblog.de	Heino Baues	Bergkamen
bielefeld-app.de	Franke Unternehmergemeinschaft (haftungsbeschränkt) Mario Franke	Bielefeld
bielstein.de	melzer.de/sign Günther Melzer	Wiehl
bigge-online.de	bigge-online e.V.	Bigge-Olsberg
bilkorama.de	Michael Köster	Düsseldorf
billerbeckinlippe.de	Heimatfreunde Naptetal e.V.	Horn-Bad Meinberg
blaulicht-news-krefeld.de	Leonhard Giesberts	Krefeld
blaulicht-solingen.de	Gianni Gattus	Solingen
blickfeld-wuppertal.de	Martin Wosnitza	Wuppertal
blickpunkt-arnsberg-sundern- meschede.de	überflieger.media GbR Tim Hoffmann	Sundern
blickpunktmeerbusch.de	KUHNES MultiMedia Agentur Reinhard Kuhnes	Meerbusch
blomberg-voices.de; lippe.de (inhalstgleich)	medien-Blomberg Medien Markus Bültmann	Blomberg
bo-alternativ.de	Martin Budich	Bochum
bocholt-news.de	Jan Mallander	Bocholt
bonndirekt.com	Agentur Ruckes Erwin Ruckes	Wachtberg
bonnnet.de	RAGABO.eu Ralf Gäbler Internetdienste	Bonn
bonnreport.de	Manfred Rademacher	Bonn
borbeck.de	Borbecker Bürger- und Verkehrs- verein e.V.; Initiativkreis Centrum Borbeck e.V.; Kultur-Historischer Verein Borbeck e.V.; PPR. personality partner GmbH	Essen (alle)
borken-live.de	Agentur für Werbung Carsten F. Bacher e.K.	Borken
bottroper.online	SWAN Agentur für vertriebs orientiertes Marketing Henning Ritter	Bottrop

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
bottroper-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR	Bottrop
brakel-news.de (inkl. hoexter-news.de; marienmuenster-news.de; nieheim-news.de; steinheim-news.de; warburg-news.de; bad-driburg-news.de)	Deutschland News WBH UG	Holzminden (Nds.)
brauweilerblog.de	Central FM Media GmbH	Pulheim
breckerfeld-gefaellt.de/nachrichten	Stadtmarketing Breckerfeld e.V.	Breckerfeld
bredenborn.de	Projektgruppe "Dorf.Zukunft. Digital" Bredenborn	Marienburg
briloner-eselsohr.de	kreativkarussell GmbH	Brilon
brilon-totallokal.de	BRISYSTEM UG Rolf Ulrich Trommer	Brilon
broeltal.de	DPITS Daniel Prior	Ruppichterath
bueren.info	INREMA GmbH	Büren
bundesstadt.com	Bonn.digital GbR Sascha Foerster und Johannes Mirus	Bonn
business-on.de	Business-on.de Christian Weis GmbH	Engelskirchen
bz-duisburg.de	BZ-Duisburg Jochem Knörzer	Hamming
chorweiler-panorama.de	Alexander Litzenberger, Vera van Beveren	Köln
city-news.de	City News Paul Schütte	Troisdorf
coesfelder-nachrichten.de	Hartmut Levermann	Coesfeld
dein-beckum.de	ZWOEINS Marketing GmbH	Beckum
deincarl.de	Kerstin Moseler	Verl
dein-duesseldorf.de	Dein Düsseldorf Alfred Heide	Mönchengladbach
dein-ennigerloh.de	smetrix Kommunikations- & Webdesign Mark Broks	Ennigerloh
dein-erkelenz.de	Marwin Altmann & Thomas Poos GbR - Lokalpioniere Erkelenz	Erkelenz
dein-guetersloh.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Bielefeld/Rheda-Wiedenbrück
dein-hsk.de	U! Mediasolutions GmbH & Co. KG	Bestwig
dein-ms.de	Mobil 4 Teams/Thomas Fischinger	Münster
deinruhrgebiet.de	Dein Ruhrgebiet UG	Unna



URL	Hrsg./Betreiber	Ort
dein-shs.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Bielefeld/Rheda-Wiedenbrück
dein-verl.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Bielefeld/Rheda-Wiedenbrück
dein-waf.de	Thorsten Meyer	Warendorf
der-ahauser.de	Intradus GmbH	Ahaus
derlemgoer.de	Andreas Leber	Lemgo
der-lokalbote.de	Sylvia Erkens, Werner Erkens	Mönchengladbach
der-luedenscheider.de	Netzseitenraum UG Marc Tegtmeier	Lüdenscheid
dermonat.de	Markus Sparfeldt Medienverlag und Werbeagentur	Münster
detmolder-zeitung.de; paderborner-zeitung.de	KRUNICmedia Goran Kronic	Paderborn
dieaktuellekamera-weser.de	Redaktionsbüro Sylvia Genenger	Holle (Nds.)
die-erle.de	Hans-Joachim Steinsiek; Jerra Steinsiek	Dornum; Essen
die-stadtzeitung.de (inkl. njuuz.de, taltv.de, w-aktuell.de)	itrium .softwaretechnik Hendrik Stötter	Wuppertal
direktdran.wordpress.com	TV58.de / direktdran.TV Hans Leicher	Hagen
dn-n.de	Pierre A.J. Smeyers	Düren
dn-news.de	Frank Reiermann Software und Internet	Düren
doppelwacholder.wordpress.com	DOPPELWACHOLDER.DE Jörg Oberwahrenbrock, Winfried Symanzik und Christoph Rösner	Hagen (alle)
dorfinfo.de	Dorfinfo.de – Sauerlandnachrichten Maarten Lammens	Hürth
dormago.de	Suling & Zenk GbR	Dormagen
dormatipps.de/dormagen-news	Dormaweb Online Marketing Achim Breuer	Dormagen
dorsten-online.de	Petra Bosse	Raesfeld-Erle
dorsten-transparent.de	Helmut Frenzel/Wolf Stegemann	Dorsten
drabenderhoehe.de	Günther Melzer	Wiehl
duelmen-live.de	DMS GmbH	Dülmen
dueren-magazin.de	SAVE MEDIA Sascha Vetter	Düren
duesseldorf-blog.de	osicom gmbh	Düsseldorf
duesseldorf-magazin.info	Hayit Medien Mundo Marketing GmbH	Köln
duesseldorf-wirtschaft.de	G-sign Online-Services – Georg Lanze	Düsseldorf
duisblog.com	Peter Ansmann	Duisburg

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
duistop.de	Michael Schulze	Duisburg
eifeler-presse-agentur.de	Eifeler Presse Agentur – epa Dr. Michael Thalken/Tameer Gunnar Eden	Kall
eifelon.de	Beate Weiler-Pranter	Heimbach
eifelschau.de	ME Ventures & Consulting UG	Weiler bei Mayen
eilendorf.info	Markus Förster	Aachen
eishockey-magazin.de	Krähling Media	Iserlohn
elbrinxen.info	Heimat- und Verkehrsverein Elbrinxen e.V.	Lügde
emmer.zone/news	Holger Busch	Lügde
emscherblog.de	Peter Gräber	Dortmund
ennigerloh-aktuell.net	Timo Humpert	Ennigerloh
erftkreis-news.de	Alexander Franz	Wesseling
erkrath.jetzt	Freie Journalisten eG Ria Garcia und Tanja Bamme	Mettmann
esmedia-spelle.de	Erwin Schulze	Spelle
essenruhr.de	Hans-Joachim Steinsiek, Jerra Steinsiek	Dornum, Essen
essen-steele.de	Jürgen Schaaf	Essen
euregio-aktuell.eu/categories/1-Aachen	Hartmut Hermanns	Aachen
expressi.de	Siegener Sportportal GmbH	Siegen
extradienst.net	Martin Böttger	Bonn
fensterzumhof-podcast.de	Malte Knuth	Köln
fischpott.com	Fabian Mauruschat	Wuppertal
fohlen-hautnah.de	Sabrina & Marc Schöne	Viresen
forumwk.de	Wolfgang Horn	Wermelskirchen
frechen.blogger.de	Christoph Schober	Frechen
frechenschau.de	Susanne Neumann	Frechen
friedewalde.de	Jürgen Krüger	Petershagen
fubanews-hx.de	FuBaNews HX Gbr (in Gründung)	Höxter
fusshollen.de	Walter Kemper	Ruppichterath
geheimtipp-koeln.de	Robel Wiemann GbR Mathes Robel/Max Wiemann	Köln
geilenkirchen-lokal.de	Volker Kirschbaum	Geilenkirchen
geissblog.koeln	DERGEISSBOCK Verlags-GmbH	Köln
gelsenkirchener-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR	Bottrop
gescherblog.de	Franz-Josef Kunst	Gescher

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
geseke-news.de	Benedikt Laame	Geseke
gladbacherblatt.de	Philipp Maas Verlag	Mönchengladbach
gladbachlive.de	DuMont.next GmbH & Co. KG	Köln
gladbecker-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR	Bottrop
glaktuell.net	Frank Samirae	Bergisch Gladbach
glazette.net	Ralf Michalowsky	Gladbeck
go-krefeld.de	AWS Marketing & Consulting-partner GmbH	Krefeld
gronau-inside.de	Ruhr24 GmbH & Co. KG	Dortmund
ground-d.com	Nils Buske	Düsseldorf
grundrauschen.blog	Thorben Grünewälder – Texte & Public Relations	Bielefeld
guten-tach.de	PARNEMANN MEDIA Verlag & Agentur Sven Parnemann	Lüdenscheid
hagenmagazin.de	Recherchekooperation der freien Journalisten Uncover	Wetter
hagen-online.de/nachrichten_news.html	HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus mbH	Hagen
halloherne.de	halloherne UG Carola Quickels/ Daniel Terlau	Herne
hallo-luebbecke.de	Hallo Lübbecke GbR	Lübbecke
hallo-minden.de	Marc Rabe	Minden
harsewinkler.net	novalokal GmbH	Harsewinkel
heide-bote.de	4D-TEAM Melcher	Krefeld
heimatreport.de	Petra Bosse	Raesfeld
heinsberg-magazin.de	Uwe Heldens	Hückelhoven
herdeckemagazin.info	Recherchekooperation der freien Journalisten Uncover	Wetter
herford-aktuell.app	Herford-aktuell GbR	Lübbecke
herzeblog.de	Christina Vredenburg	Herzebrock-Clarholz
hillerwebblatt.de	HillerWebBlatt e.V.	Hille
hochstift-anzeiger.de	Gerald Kaufmann	Paderborn
hoennezeitung.de	Richard Elmerhaus	Balve
honnef-heute.de	Rainer Hombücher	Bad Honnef
horstmar-leer.de	Ortskulturring Leer e.V.	Horstmar
hsk-aktuell.de	KusMedia Hans-Jürgen Kus	Bestwig

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
imsauerland.de/informationen/aktuelles	werbeagentur netzpepper Michael Tielke	Winterberg
infopunkt-hiltrup.de	Stadtteil Offensive Hiltrup e.V.	Münster
in-gl.de	Georg Watzlawek	Bergisch Gladbach
in-lohmar.de	Norbert Muskatewitz Internetdienstleistungen	Lohmar
inminden24.de (inkl. inporta24.de)	Idee pro Porta e.V.	Porta Westfalica
inquery.de	metropol events gmbh	Düsseldorf
iserlohner-nachrichten.de	Krähling Media	Iserlohn
isselburg-live.de	Heinz Renzel Holding GmbH	Isselburg
jucunda-juechen.de	humann medien Rosemarie Hüsselmann	Jüchen
kamen-web.de	Brettschneider & Hanck GbR - WebComArt	Kamen
kettwig-intern.de	Lazaridis Kosmas	Essen
khwesel.de/news/archiv-profile.html ("PROFILE")	Kreishandwerkerschaft des Kreises Wesel; Image Text Verlagsgesellschaft mbH	Wesel; Rommerskirchen
kirchhellen.de	kirchhellen.de GbR	Bottrop-Kirchhellen
kirchhellen.online	aureus GmbH	Bottrop-Kirchhellen
klartext-ne.de	Robert Schilken	Neuss
kle-app.de	Andreas Driessen	Kalkar
kleveblog.de	Ralf Daute	Kleve
kna.de (mit überregionaler Ausrichtung)	KNA-Katholische Nachrichten-Agentur GmbH	Bonn
koeln.de (inkl. hallo.koeln)	NetCologne Gesellschaft für Telekommunikation mbH	Köln
koeln-deutz.de	W&L multimedia solutions GmbH	Köln
koelner-newsjournal.de	Martina Uckermann	Köln
koeln-magazin.info	Hayit Medien Mundo Marketing GmbH	Köln
koeln-muelheim.de	Mülheimer Freiheit Rolf Bauerfeind/Michael Bloch	Köln
koeln-news.com (inkl. packie.de)	Reinhold Packeisen	Köln
kohlscheid.de	Go new media GmbH & Co. KG	Herzogenrath-Kohlscheid
kompakt24-nottuln.de	361gradmedien OHG	Nottuln
kraz-ac.de	Onlinezeitung „Kritische Aachener Zeitung“ Walter Schumacher	Aachen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
krefelderblatt.de	Philipp Maas Verlag	Mönchengladbach
krefeld-erleben.de	Daniel Kamper	Willich
kreuzberg.nrw	Bürgerverein Kreuzberg e.V.	Wipperfürth
kukon.net	B.Tyce Kommunikationsdesign	Bielefeld
kultur-base.de	Medienagentur Text & Bild Carina Greiffenberg	Essen
kultur-in-krefeld.de	Kultur in Krefeld e.V.	Krefeld
kulturnews.de/stadt/koeln	bunkverlag GmbH	Hamburg
kunstbar.de	Dr. Christoph Blank	Düsseldorf
kunststadt-mh.de	Alexander-Ivo Franz	Mülheim
lage.online	Sven Stiller & Ingrid Thiele GbR; Der Postillon Peter Thiele e.K.	Lage
lauenfoerde-aktuell.com	Martin Zühlsdorf	Lauenförde (Nds.)
laxary.de	NexTao GmbH - Digital Marketing Agentur	Düsseldorf
lebendiges-aachen.de	Bettina Berg	Aachen
lebensart-regional.de	MP Mediapartner Oliver Mies & Christian Pöche GbR	Bottrop-Kirchhellen
lembeck.de	Frank Langenhorst	Dorsten-Lembeck
lemgoliebe.de	Identitätsstiftung GmbH	Hannover (Nds.)
leopoldshoehernachrichten.de	Dohna & Dombert GmbH	Leopoldshöhe
leverkusen.com	Andreas Born	Bonn
lintorfer.eu	Andreas Preuß	Lintorf
lippe-kick.de	Heinz Klefisch	Detmold
lippe-news.de	Jendrkowiak und Menge GbR	Lemgo
lipperreihe.info	Leben in Lipperreihe e.V.	Oerlinghausen
lippstadt.online	Maria Massidda	Lippstadt
liquid-life.de/blog	Liquid-Life GmbH	Brilon
lite-magazin.de	lite media Roman Maier	Erkrath
lohberg-mittendrin.de	Forum Lohberg e.V.	Dinslaken
lohmar-info.amera.de	Studio 242 Graphik-Design & Verlag Christof Schmoll	Neinkirchen-Seelscheid
lokaleblicke.com	Mustafa Gülec	Moers
lokalklick.eu	LokalKlick – Christian Voigt	Moers
lokalplus.nrw	LokalMedia GmbH	Lennestadt
lokalsportessen.de	Uwe Loch	Essen
lokalstimme.de	Björn Braun	Altena
luettringhauser.de	Sascha von Gerishem	Remscheid
lust-auf-duesseldorf.de	osicom gmbh	Düsseldorf
madeinbocholt.de	Berthold Blesenkemper Agentur M hoch 3	Bocholt
magazin-herrkules.de	Chajm Guski, Heinz Niski	Gelsenkirchen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
marl-blog.com	Sonja Pawlowski	Marl
marlernachrichten.wordpress.com	Siegfried Schönfeld	Marl
mastholte-online.de	Starkes Mastholte e. V. zwischen Ems und Lippe	Rietberg
match-day.de/wordpress	Schulte GbR Rico Schulte/Lars Schulte	Arnsberg
meindorsten.de	Smart GmbH	Dorsten
meinesuedstadt.de	Meine Südstadt UG (haftungsbeschränkt)	Köln
mein-halver.hpage.com/news-archiv.html	Axel Ertelt	Halver
mein-lemgo.de	Michael Pitt	Lemgo
mein-quadrath-ichendorf.de	Mein Quadrath-Ichendorf e.V.	(Leer)
meinschwerte.de	Lukas Pohland/Gerd Pohland	Schwerte
mein-spoeggsken-markt.de	Timo Röwekamp	Harsewinkel
meinstolberg.de	Pascal van den Berghe	Stolberg
meinviersen.de	HELLWACH Medien GmbH	Meerbusch
mein-wadersloh.de	Brüggenthies Marketing – Medien- Kultur- und Eventmanagement	Wadersloh
menscheninmuenster.de	Simon Jöcker	Münster
mg-heute.de	Harald Wendle	Mönchengladbach
mg-moenchengladbach.de	Sascha Crumbach	Mönchengladbach
msl24.de	Media 24 GmbH & Co. KG / Ippen Digital GmbH Co. KG	Münster / München
much-heute.amera.de	Studio 242 Graphik-Design & Verlag Christof Schmoll	Neinkirchen-Seelscheid
muenster.de	Stadt Münster - Onlineredaktion des Presseamtes/Verein Bürgernetz e.V.	Münster
muenster4life.de	Michael Schmitz	Münster
muensteraktiv.de	Sabine Roters	Münster
muensterblogs.de	Leila Prousch	Münster
muenster-fast-umsonst.de	Arbeitslose brauchen Medien e.V.	Münster
muenster-journal.de	alphaCult - mediale Dienstleistungen/André auf der Landwehr	Bielefeld
muenster-nord.de	Heiko Phlippski	Münster
mvz-online.chayns.net	Frank Biermann	Münster
na.de	NetAachen GmbH	Aachen
neheim-huesten.de	Gängler DatenService Ronny Gängler	Arnsberg

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
nettetalaktuell.de	Medienagentur Susanne Jansen	Niederrhein Grefrath
neue-duesseldorfer-online-zeitung.de	Zellwerk GmbH & Co. KG	Düsseldorf
neue-hnn.de	Sroka GbR Michael und Birgit Sroka	Brüggen
neuenheerse.de	Heinz Kubicki	Bad Driburg
neue-wuppertaler-zeitung.de	Dr. Christine Leithäuser	Wuppertal
neunkirchen-seelscheid.amera.de	Studio 242 Graphik-Design & Verlag Christof Schmoll	Neunkirchen- Seelscheid
news.bz-mg.de	Corporate PublishingServices Bernhard Wilm	Mönchengladbach
news-bielefeld.de; paderborn.de	news- KRUNICmedia e.K. Goran Kronic	Paderborn
news-on-tour.de	Medienverbund NEWS-on-Tour & Foto+TV Agentur Christian Sasse	Bergneustadt
news-paderborn.de	KRUNICmedia e.K. Goran Kronic	Paderborn
newsportal.koeln	Raphael Jäger	Köln
niederrheinzeitung.de	Niederrheinzeitung Petra Simons	Xanten
nieheim-eversen.de	Dorfgemeinschaft Eversen/ August Fischer	Nieheim
nr-kurier.de/lokalausgabe/29-bad- honnef	MVV Medienverlag Westerwald- Sieg UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG	Wissen
nrw-aktuell.tv	ANC-NEWS-TELEVISION GmbH	Essen
nrwhits.de	Hi-Media Deutschland AG	Düsseldorf
nrw-mosaik.de	Linde Arndt	Ennepetal
oberberg-aktuell.de	Oberberg-Online Informations- systeme	Gummersbach
oberberg-heute.de	Verlag GBM e.K. Gina Barth-Muth	Morsbach
oberberg-nachrichten.de	ARKM Online Verlag UG	Bergneustadt
oelder-anzeiger.de	Torsten Schwichtenhövel	Oelde
olsberg-mittendrin.de	Olsberg Mittendrin e.V.	Olsberg
onlinezeitung.co	Charara IT-Solutions GmbH	Burscheid
ostviertel.ms	Arbeitskreis Ostviertel e. V.	Münster
owl24.de	Media 24 GmbH & Co. KG; Ippen Digital GmbH & Co. KG	Münster; München
owl-journal.de	Jürgen Riedel	Bielefeld
paderblogger.de	Gerald Kaufmann	Paderborn
paderborner-wirtschaftsbrief.de	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn mbH; code-x GmbH	Paderborn
paderborner-zeitung.de	KRUNICmedia Goran Kronic	Paderborn
paderzeitung.de	KRUNICmedia Goran Kronic	Paderborn

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
pannekloeppe.de	Umweltschutzbeauftragte der Stadt Olpe; FREY PRINT + MEDIA GmbH & Co. KG	Olpe; Attendorn
paradiesbauer.de	Jürgen Zimmermann	Gütersloh
porzerleben.de	Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Publikumsanalysen Prof. Dr. Vogel und Dr. Dorn GbR	Köln
porz-online.de	Bodo Prieserath	Köln
pottblog.de	Jens Matheuszik	Bochum
pottspott.de	Sebastian Becker	Essen
presse-eifel.de	Sebastian Klemm	Euskirchen
prinz.de/koeln	urbanite Location Based Media GmbH	Hamburg
pro-herten.de	Joachim Jürgen	Herten
pulheimtv.de	Günter Müller	Pulheim
queer.de	Queer Communications GmbH	Köln
ratingezeitung.de	Jürgen Hillebrand	Ratingen
rbk-direkt.de	Rheinisch-Bergischer Kreis; Oevermann Networks GmbH	Bergisch Gladbach
report-d.de	Report-D Media e.K. Ute Neubauer/Dirk Neubauer	Düsseldorf
report-k.de	Atelier Goral GmbH	Köln
rheden-city.de (inkl. borken-city.de)	Pixtura Werbeagentur e.K. Christian Giese	Rhede
rheinbacher.de	Dieter Krakor	Rheinbach
rheinbergnews.de	Andrea B. Collin	Bergisch Gladbach
rhein-düsseldorf.de	Kunst und Kultur Magazin Peter Irschik	Ratingen
rheine-whats-up.de	What's up?- Media Maik Borgmann/Steffen Gude	Rheine
rheinischer-spiegel.de	Iris Kater Verlag & Medien GmbH	Viersen
rhein-magazin-duesseldorf.de	Rainer Bartel	Düsseldorf
rheinsiegmagazin.de	Rhein Sieg Magazin Dirk Brassel	Eitorf
rietberg-app.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG	Bielefeld/Rheda-Wiedenbrück
rietberg-lebt.de	code-x GmbH	Paderborn
rinteln-aktuell.de/category/extertal	4V-Media.de Igor Vucinic	Rinteln (Nds.)
rommerskirchen-portal.de	Thomas Gulentz	Rommerskirchen



URL	Hrsg./Betreiber	Ort
ruettenscheid.de	Interessengemeinschaft Rüttenscheid e.V.	Essen
ruhr.today	Dirk A. Schmidt	Bochum
ruhr24.de	ruhr24 GmbH & Co. KG; Ippen Digital GmbH & Co. KG	Dortmund; München
ruhrbarone.de	Stefan Laurin	Bochum
ruhrblick.info	Thomas Schmithausen	Schwerte
ruhrgebietaktuell.de	ASD Online Marketing UG	Bottrop
ruhr-guide.de	Redaktion ruhr-guide Pierre Jaquet	Bochum
ruhrkanal.news	Ruhrkanal News & TV Claus Jürgen Barteczko/Frank Strohdiek	Hattingen
rums.ms.de	RUMS-Medien GmbH	Münster
rundblick-hamm.de	rundblick kommunikation GmbH	Unna
zurweb.de	Frank Reiermann Software und Internet	Düren
sauerland- ticker.de/category/kreis-olpe	Nachrichtenagentur Trojak Andreas Trojak	Kreuztal
schermbeck-grenzenlos.de	Gaby Eggert	Schermbeck
schiebener.net/wordpress	Hans J. Schiebener	Winterberg
schlebusch-online.net	Werbe- und Fördergemeinschaft Schlebusch e.V.	Leverkusen
selfkant-online.de	Huchel visualmedia Werbeagentur GmbH	Selfkant
solingenmagazin.de	Bastian Glumm	Solingen
solinger-nachrichten.de	Lars Schulz	Solingen
solinger-rundschau.de	Peter Nied	Solingen
son-kult.de	Son'Kult! e.V.	Sonsbeck
sport-kreisunna.de	SKU sportkreisunna.de – Sport- portal Eckhard Albrecht	Bergkamen
sportstadt-duesseldorf.de	D.LIVE GmbH & Co. KG	Düsseldorf
stadtjournal.online	Stadtjournal Verlag Bock & Mohr UG	Königswinter
stadtnetz-radevormwald.de; stadtnetz-wuppertal.de	Portunity Media GmbH	Wuppertal
stadtportal-ennepetal.de	Monika Schwarz	Ennepetal
stadtzeit-witten.de	Walter Budziak	Witten
standpunkt-grefrath.de	Andreas Sonntag	Grefrath
stellwerk-magazin.de	Universität zu Köln/Institut für deutsche Sprache und Literatur I	Köln
stockum.de	Marek Schirmer	Witten
suedwestfalen-mag.com	Südwestfalen Agentur GmbH	Olpe
suedwestfalen-nachrichten.de	ARKM Online Verlag UG	Bergneustadt

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
taeglich.me	Taeglich.ME UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG	Wülfrath
tag24.de/koeln	TAG24 Deutschland GmbH; Redaktion Köln	NEWS TAG24 Dresden; Köln
talradler.de	Christoph Grothe	Wuppertal
thedorf.de	Tina Husemann & Kai David Holtkamp GbR	Düsseldorf
the-duesseldorfer.de	Rainer Bartel	Düsseldorf
treffpunkt-mk.de	Peter Hölterhoff Homepageverbund	CMMTV Iserlohn
treffpunkt-troisdorf.de	ideografisch – Ideen in Wort und Bild Jutta Giesen	Siegburg
troisdorf.city	Mediata Communications GmbH	Troisdorf
tv58.wordpress.com	TV58.de / direkt dran.TV Hans Leicher	Hagen
tv-niederrhein.de	Silke Winnands	Goch
uerdingen.info	Marcus Potthoff	Krefeld
unser-bad-driburg.de	Hubertus Holdgrewe; lokalpioniere GmbH & Co. KG	Bad Driburg; Rheda-Wiedenbrück
unsermassen.de	Gewerbeverein Massen e.V.	Unna
unser-oberberg.net	Andreas Rudolph	Gummersbach
urbanekuensteruhr.de	Kultur Ruhr GmbH	Bochum
veedelsliebe.de	Daniela Richardon	Köln
vest.news	Verlag J. Bauer KG	Marl
vest-blog.de	Sonja Pawlowski	Marl
vfl-magazin.de	Philipp Rentsch	Bochum
voerden-digital.de	Interessengemeinschaft Vörden	DZD- Marienmünster
vorortinahlen.de	Stadtteilforum Süd/Ost e.V.	Ahlen
waf-aktuell.de	Spöckenkieker-Verlag Schöne	Jörg Sassenberg
waterboelles.de	Lothar Kaiser	Remscheid
weird-bielefeld.de	Verlag Christine Stonat	Steinhagen
welda.de	Dorfgemeinschaft Welda e.V.	Warburg
welovebocholt.de	local-e-motion Vertriebsgesellschaft mbH	Bocholt
werne-plus.de	awa medien André Wagner	Werne
wesel-app.de	Edgar Kocks	Wesel
westkick.de	Bökelverlag Manfred Schulz	Mönchengladbach
westkick-junior.de	Bökelverlag Manfred Schulz	Mönchengladbach

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
wetter-ruhr.info	Recherchekooperation der freien Journalisten Uncover	Wetter
wickedepunktruhr.de	ad medien GmbH	Wickede
wiedertaeufer.ms	Nils Dietrich	Münster
windeck24.info	Christoph Engelberth	Windeck
winterberg-totallokal.de	BRISYSTEM UG Rolf Ulrich Trommer	Brilon
wir-in-freilingen.de	Simone Böhm	Freilingen
wir-in-hille.de	Jens-Karsten Krentscher	Hille
wir-lieben-bottrop.de	Dennis Bröhl, Holger Czeranski und Sascha Renard GbR	Bottrop
wirliebenfoto.de	WLF Wir lieben Foto GmbH	Königswinter
wirtschaft-aktuell.de	Hötzel, RFS & Partner, Druckerei, Verlag, Werbeagentur GmbH	Stadtlohn
wirtschaftspodcast-duesseldorf.de	ROTONDA Business Club GmbH & Co. KG; Industrie- und Handelskammer Düsseldorf	Köln (Zweigniederlassung Düsseldorf); Düsseldorf
witten.net	Antenne Witten	Witten
worringenpur.de	Heike C. Matschkowski	Köln
wuppertal-total.de	Matthias Wolff	Wuppertal
xtraneews.de	Manuele Ihnle	Duisburg
youpod.de	Trägerverein des Jugendringes Düsseldorf e.V.	Düsseldorf
zippelmuetz-magazin.de	Thorsten Drees	Werne

Tab. A1.9 Überregionale Online-Angebote mit Rubrik „Nordrhein Westfalen“

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
bild.de/regional/duesseldorf/duesseldorf-regional/home-16337628.bild.html	Axel Springer SE	Berlin
faz.net/aktuell/politik/thema/nordrhein-westfalen	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH	Frankfurt am Main
focus.de/regional/nordrhein-westfalen/	FOCUS Online Group GmbH	München
gmx.net/magazine/regio/nordrhein-westfalen/	1&1 Mail & Media GmbH	Karlsruhe
handelsblatt.com/themen/nordrhein-westfalen	Handelsblatt GmbH	Düsseldorf
n-tv.de/regionales/nordrhein-westfalen	ntv Nachrichtenfernsehen GmbH	Köln (Sitz der Redaktion: Berlin)
spiegel.de/thema/nordrhein_westfalen/	DER SPIEGEL GmbH & Co. KG	Hamburg

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
stern.de/politik/deutschland/themen/nordrhein-westfalen-4155370.html	G+J Medien GmbH	Hamburg
sueddeutsche.de/thema/Nordrhein-Westfalen	Süddeutsche Zeitung GmbH	München
tag24.de/koeln	TAG24 Deutschland GmbH	NEWS Dresden
t-online.de/region/bundesland/nordrhein-westfalen/id_64418388/nordrhein-westfalen-aktuell-alle-news-aus-nordrhein-westfalen	Ströer Digital Publishing GmbH	Frankfurt am Main (Sitz der Redaktion: Berlin)
web.de/magazine/regio/nordrhein-westfalen/	1&1 Mail & Media GmbH	Karlsruhe
welt.de/regionales/nrw/	Axel Springer SE	Berlin
zeit.de/thema/nordrhein-westfalen	ZEIT ONLINE GmbH	Hamburg

Tab. A1.10 Überregionale private Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen

URL	Hrsg./Betreiber	Ort
handelsblatt.com	Handelsblatt GmbH	Düsseldorf
n-tv.de	ntv Nachrichtenfernsehen GmbH	Köln (Sitz der Redaktion: Berlin)
rtl.de	RTL interactive GmbH	Köln
sport.de	RTL interactive GmbH; Heimspiel Medien GmbH & Co. KG	Köln; Münster
tvnow.de	RTL interactive GmbH	Köln
vip.de	RTL interactive GmbH	Köln
vox.de	RTL interactive GmbH	Köln
wiwo.de	Handelsblatt GmbH	Düsseldorf

Tab. A1.11 Online-Angebote öffentlich-rechtliche Online-Angebote mit Sitz in Nordrhein-Westfalen

Hrsg./Betreiber	URL	Ort
Deutsche Welle	dw.com	Bonn
	deutschlandfunk.de	Köln
Deutschlandradio	deutschlandfunkkultur.de	Köln
	deutschlandfunknova.de	Köln
	kakadu.de	Köln
	nachrichtenleicht.de	Köln
Westdeutscher Rundfunk (WDR)	sportschau.de	Köln

Tab. A1.12 Webchannel mit Sitz in Nordrhein-Westfalen

Name	Hrsg./Betreiber	Ort
100 % Christmas	DuMont Digital GmbH & Co. KG	Köln
100 % Jeck	HSG hörfunk service GmbH	Köln
100 % Jeck	DuMont Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	Köln
100 % kölsche Weihnacht	DuMont Digital GmbH & Co. KG	Köln
100 % Party	DuMont Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	Köln
100 Top Schlager	Leuffen Unternehmergeinschaft Medien	Kaarst
Arche Noah Radio	Dirk Wentzeck	Leverkusen
Atomares-Fun-Radio	Sonja Schätzle, Paul Schaap	Heinsberg
BFR1 Radio	Bola Management Ltd	Düsseldorf
BVB-Netradio	Sports & Bytes GmbH	Dortmund
Cas FM	NEW RECORD MEDIA UG	Castrop-Rauxel
CBS FM	Cologne Business School GmbH	Köln
Channel 11 – Das Eventradio	Michael Löder	Leverkusen
Christmas Hits FM	Leuffen Unternehmergeinschaft Medien	Kaarst
cityREdio	ODESIGN e.K.,	Recklinghausen
Community-Radio	Mathias Gronau	Essen
Dance-Radio-Hagen	Achim Lutz	Hagen
Dark-Knight-Radio	Jörn-Arno König	Gevelsberg
Dein Fußballradio	Betriebsgesellschaft Radio Emscher-Lippe mbH & Co. KG	Gelsenkirchen
Deine Musikbox	Brigitte Hübner	Essen
deinfm waf	audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG	Bielefeld
deinfm.ow	audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG	Bielefeld
Deutsches Musikradio	Lutz, Renfordt und Zierdt GbR	Witten
Discofox 24	Detlef Mertsch	Duisburg
Discofox.fm	Manfred Niggemann	Krefeld
DiscoFoxSound	Dirk Trepper	Hamm
DiscoPower24-Radio	Kai Bösch	Köln

Name	Hrsg./Betreiber	Ort
ESM FM	Janik Chust	Leopoldshöhe
ET-Radio.de – Dein Eurotransportradio	Judith Seiling	Ahlen
European Tamil Radio	Tamedia Network	Hamm
Express Hitradio	Iris Linnenkämper	Gladbeck
FCK.FM	Hans. J. Zeese	München
FohlenRadio	Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH	Mönchengladbach
Foxhölle-FM	Matthias Joachim	Dortmund
germany-radio.de	Andreas Haubich	Essen
Globalbase.fm	Patrick Heddergott	Rheine
Griechisches Deutschland Radio in	Avraam Gkosios	Düsseldorf
Hardcast.de	Sven Schmidt	Aachen
Hit Station.fm	Leuffen Unternehmergeinschaft Medien	Kaarst
Hitradio-SRL	Paul-Theo Böhler	Lenneadtadt
InTheMixRadio	Mario Schulte	Reasfeld
Kibo.fm	Sascha & Claudia Schröder	Bielefeld
lulu2	Lulu Media GmbH	Köln
lulu80XL	Lulu Media GmbH	Köln
luluCLUB	Lulu Media GmbH	Köln
luluDIVA	Lulu Media GmbH	Köln
luluD'OR	Lulu Media GmbH	Köln
luluDYKE	Lulu Media GmbH	Köln
luluESC	Lulu Media GmbH	Köln
luluEuro	Lulu Media GmbH	Köln
luluOFT	Lulu Media GmbH	Köln
luluTRAX	Lulu Media GmbH	Köln
Minimalstation.de	Stefan Simons	Düsseldorf
NOVUMfm	Thomas Randerath	Köln
NRW Welle	BitCom EDV & Service UG	Köln
nsr – the sound of today	Ralf Märtens	Essen
Radio Ahaus	Radio Ahaus e.V.	Ahaus

Name	Hrsg./Betreiber	Ort
radio alarm	Kunsthochschule für Medien Köln	Köln
Radio Allianz	Radio Allianz Rahmenprogramm Betriebs- und Produktions UG	Aachen
Radio Dream Beach	Sagawe und Schnitker GbR	Lage
Radio Geldern	Andre Düttmann	Geldern
Radio Hitwave	Simon Brinkmann	Hamm
Radio Johanna	Johanna Düffel	Münster
Radio Judo	Rycak Grzegorz	Witten
Radio Köln – FC Radio	1. FC Köln GmbH & Co. KGaA	Köln
Radio Köln Chillout Lounge	DuMont Digital GmbH & Co. KG	Köln
Radio Köln Hot Music	DuMont Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	Köln
Radio Satisfaction (Ra-Sat)	Volkmar Lange	Düsseldorf
Radio Schonnebeck	Matthias Wurst	Essen
Radio Zwiebel	Achim Breuer	Gescher
Radio58	Hans Leicher	Hagen
radiokompakt	EventVoiceMedia GmbH	Herford
RauteMusik	RauteMusik GmbH	Aachen
RCR – Radio fürs Ruhrgebiet	Krix Frenzel Dömer GbR	Castrop-Rauxel
Robbie Williams Live Konzert Webradio	DuMont Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	Köln
Romantic Radio	Marcus Ertmer	Neuss
Rough Radio	Rolf Dölling	Lienen
Schausteller-Radio, SSR Live-Sendungen	Wilfried Ricken	Reichshof
Shake!FM	Michel Mertens	Oberhausen
SI-RI24 Hauberg FM	Webradio BDK Medien GmbH & Co. KG	Siegen
Soulsender.de	Marcus Klein, Markus Kuckertz, Jörg Kühnel GbR	Köln
Sound Unmuted	Sound Unmuted Internetradio	Bielefeld
Sport-FM Radio International	Radio-Sport-FM-International KG	Köln
Stadtradio Datteln 1 (SRD 1)	Bernd Feyock	Datteln
Station Europe	Jörg Pawels	Essen
Straight Radio – Junger Hörfunk Köln	Movie Crew Cologne – Verein für Jugendmedienbildung und Integration e. V.	(Leer)

Name	Hrsg./Betreiber	Ort
TechnoBase	TechnoBase Media GmbH	Moers
Tobit.fm	Tobit Software AG	Ahaus
TOGGO Radio	RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG,	Köln
Town.fm	Kris Keenan	Nottuln
Webchannels von radio NRW	radio NRW GmbH	Oberhausen
WoED-fm – the best Club-Hits	Marko Wittkowski	Datteln
Worldradioteam	Matthias Schmidt	Recklinghausen
Wunschradio.de	Guido Kaminiarz	Wassenberg
X RADIO	X RADIO Studiobetrieb GbR	Köln

Anhang zu Frage 3

Tab. A3.1 Unique User der Online-Angebote von Tageszeitungen

Name dazugehörige URL	UU (in Mio.)	
	Oktober 2020	Oktober 2018
Aachener Zeitung / Nachrichten aachenernachrichten.de, aachen-gedenkt.de	OMS fupa.net, 1,01	0,9
Allgemeine Zeitung azonline.de	OMS 0,14	0,09
bbv-net bbv-net.de	OMS 0,08	0,09
Borkener Zeitung borkenerzeitung.de	OMS 0,14	0,09
Der Patriot online derpatriot.com	OMS 0,08	0,03
Die Glocke die-glocke.de	OMS 0,22	0,14
Dülmener Zeitung dzone.de	OMS 0,1	0,04
DuMont dumont-newsnet.de, express.de, mopo.de, ksta.de, mz-web.de, rblive.de, gladbachlive.de, rundschau-online.de	Newsnet 14,49	13,95



Name dazugehörige URL	UU (in Mio.)	
	Oktober 2020	Oktober 2018
FUNKE MEDIEN NRW funkemedienrw.de, waz.de, derwesten.de, reviersport.de, nrz.de, wp.de, lokalkompass.de, wr.de, trauer.de, ikz-online.de	16,73	12,05
Haller Kreisblatt haller-kreisblatt.de	0,26	0,11
Handelsblatt handelsblatt.com	8,03	4,97
Lippische Landes-Zeitung lz.de, lz-trauer.de, lz-job.de, blomberger-anzeiger.de	0,6	0,38
Mindener Tageblatt mt.de, mt-online.de	0,24	0,21
Münsterländische Volkszeitung mv-online.de, ev-online.de, newssquare.de	0,18	0,07
Neue Westfälische nw-news.de, nw.de, nw-trauer.de, fupa.net	1,43	1,54
rga-online rga-online.de	0,12	0,15
RP Online rp-online.de, general-anzeiger-bonn.de, saarbruecker- zeitung.de, volksfreund.de, trauer.de, fupa.net, s4p-iapps.com, sol.de, tonight.de	13,67	7,87
Solinger-Tageblatt.de solinger-tageblatt.de	0,18	0,17
Westdeutsche Zeitung wz.de	1,22	0,94
Westfalen-Blatt westfalen-blatt.de, wb-trauer.de, ezeitung3.info	0,92	0,41
Zeitungsgruppe MS/Westf. Nachr. OMS wn.de, trauer.ms, immomarkt.ms, muensterschezeitung.de, karriere.ms	1,94	0,98

Quelle: AGOF

Tab. A3.2 Page Impressions der Online-Angebote von Tageszeitungen

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
Medienhaus Bauer / Recklinghäuser Zeitung		2.325.352	2.358.428	3.970.936
Aachener Zeitung	15.384.740	12.561.123	8.666.497	8.873.784
bbv-net.de	1.828.977	1.807.666	1.951.694	1.722.203
Borkener Zeitung	1.401.715	837.843	983.332	692.722
Der Patriot online	1.784.758	1.082.080	906.794	952.185
Die Glocke	3.587.835	2.687.806	2.632.658	2.843.136
Dülmener Zeitung	781.251	527.835	561.012	430.874
M.DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co.KG	198.427.362	191.272.231	98.976.918	79.326.364
Funke Medien NRW	134.267.228	100.179.522	72.577.022	64.037.210
General-Anzeiger Online		12.711.237	8.076.239	12.037.244
Haller Kreisblatt	895.757	649.778	327.239	
Handelsblatt.com	56.609.980	42.306.051	65.262.530	84.927.895
HAO - der Onlinedienst des Hellweger Anzeigers Unna				296.725
ivz-aktuell	756.288	2.424.666	1.805.207	2.069.040
LZ.de (Lippische Landes-Zeitung)	4.655.426	3.706.781	4.019.643	2.616.344
MT.de (Mindener Tageblatt)	2.329.162	2.438.756	1.804.503	1.637.594
NW.de (Neue Westfälische)	15.324.406	16.980.481	12.675.170	15.185.405
rga.de	1.443.113	1.483.423	1.323.882	1.743.386
rp-online	203.765.198	125.282.665	91.162.064	77.756.952
Medienhaus Lensing / Ruhr Nachrichten			13.730.088	16.962.094
Siegener Zeitung online	3.319.857	1.298.862	794.396	587.789
solinger-tageblatt.de	1.635.278	1.421.259	900.591	864.612
WA-Online	46.720.335	30.574.174	19.909.528	11.806.517
Westfalen-Blatt	6.233.870	4.413.010	3.983.012	2.167.521
Zeitungsgruppe Münster / Westfälische Nachrichten	18.256.616	15.274.462	14.903.624	15.135.460
Westdeutsche Zeitung	6.020.294	5.532.323	5.220.066	7.827.958

Quelle: IVW; leere Zellen = keine Daten verfügbar

Tab. A3.3 Visits der Online-Angebote von Tageszeitungen

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
Medienhaus Bauer / Recklinghäuser Zeitung		790.384	664.882	902.742
Aachener Zeitung	4.344.095	2.913.650	2.281.721	2.075.192
bbv-net.de	497.204	348.553	291.460	296.539
Borkener Zeitung	490.619	300.129	197.334	155.227
Der Patriot online	273.048	134.873	166.764	176.706
Die Glocke	824.199	544.776	564.153	493.525
Dülmener Zeitung	265.111	103.596	107.268	92.266
M.DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co.KG	80.709.869	77.498.179	30.626.317	21.491.092
Funke Medien NRW	84.894.221	47.728.054	19.578.418	13.768.872
General-Anzeiger Online		3.874.662	2.087.780	2.443.120
Haller Kreisblatt	481.354	306.398	116.852	
Handelsblatt.com	27.301.036	19.786.894	17.401.043	18.839.091
HAO - der Onlinedienst des Hellweger Anzeigers Unna				91.365
ivz-aktuell	188.178	265.158	225.900	254.781
LZ.de (Lippische Landes- Zeitung)	2.131.770	1.358.548	953.285	593.301
MT.de (Mindener Tageblatt)	995.128	906.487	625.209	464.961
NW.de (Neue Westfälische)	5.591.382	5.564.754	3.676.023	3.111.248
rga.de	613.336	563.886	383.627	409.383
rp-online	62.091.975	26.506.309	19.495.454	15.221.461
Medienhaus Lensing / Ruhr Nachrichten			3.628.157	4.297.409
Siegener Zeitung online	1.327.232	254.856	226.146	242.962
solinger-tageblatt.de	856.095	567.262	304.364	321.384
WA-Online	19.442.790	6.272.347	3.296.318	2.242.517
Westfalen-Blatt	2.892.290	1.194.341	1.035.790	620.878
Zeitungsgruppe Münster / Westfälische Nachrichten	7.514.604	3.455.663	3.319.010	2.915.194
Westdeutsche Zeitung	2.938.443	2.208.611	1.735.396	2.113.163

Quelle: IVW; leere Zellen = keine Daten verfügbar

Tab. A3.4 Unique User des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

Online-Angebote	UU (in Mio.)	
	Oktober 2020	Oktober 2018
107.8 Antenne AC		0,02
Antenne Düsseldorf		0,07
ANTENNE NIEDERRHEIN		0,01
NEWS 89,4		0,02
Radio 90,1		0,01
Radio Berg	0,06	0,03
Radio Bielefeld	0,43	0,07
Radio Bonn	0,11	0,06
Radio Erft	0,16	0,05
Radio Euskirchen	0,07	0,01
Radio Gütersloh	0,33	0,05
Radio Herford	0,17	0,04
Radio Hochstift	0,38	0,14
Radio Köln	0,14	0,05
Radio Leverkusen	0,08	0,02
Radio Lippe	0,3	0,06
Radio Neandertal		0,01
Radio RSG		0,02
Radio Rur	0,05	0,04
Radio WAF	0,25	0,04
Radio Westfalica	0,25	0,05
Radio Wuppertal		0,03

Quelle: AGOF; leere Zellen = keine Daten verfügbar

Tab. A3.5 Page Impressions der Online-Angebote des Lokalen Hörfunks

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
107.7 Radio Hagen			229.330	184.548
Antenne AC		75.594	98.718	64.774
Antenne Düsseldorf		312.201	245.789	323.858

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
ANTENNE MÜNSTER	707.350	96.449	135.063	95.385
Antenne Niederrhein		53.156	68.887	45.521
Antenne Unna	420.573	99.575	156.858	144.418
domradio.de	1.701.614	897.633	598.215	543.174
Hellweg Radio	236.113	134.141	166.786	118.702
NE-WS 89,4		83.248	144.298	110.595
Radio 90,1		60.578	89.369	58.391
Radio 91.2	787.245	203.148	269.803	272.939
Radio Berg	270.550	170.239	326.674	291.347
Radio Bielefeld	5.888.110	559.765	512.997	376.671
Radio Bochum			221.342	182.411
Radio Bonn/Rhein-Sieg	522.669	355.172	535.217	406.172
Radio Duisburg			304.129	200.373
Radio Emscher-Lippe			394.419	193.503
Radio Ennepe Ruhr			119.658	94.651
Radio Erft	1.208.520	302.671	375.693	268.000
Radio Essen			620.794	430.251
Radio Euskirchen	342.973	85.025	166.416	100.210
Radio Gütersloh	4.040.194	462.265	448.236	322.862
Radio Herford	1.479.897	210.670	357.390	117.706
Radio Herne			103.833	83.579
Radio Hochstift	4.149.203	994.883	756.297	401.421
Radio K. W.			250.687	167.679
Radio Kiepenkerl	379.444	259.352	896.354	215.134
Radio Köln	744.849	304.248	502.631	581.479
Radio Leverkusen	480.826	142.764	201.213	181.549
Radio Lippe	3.438.045	359.166	292.079	223.566
Radio Lippewelle Hamm	271.404	85.068	83.793	111.497
Radio MK	299.815	190.282	286.910	261.499
Radio Mülheim			111.083	128.787
Radio Neandertal		76.124	94.454	70.321
Radio Oberhausen			129.797	97.270
Radio RSG		113.466	141.543	104.019

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
RADIO RST	245.659	99.393	118.851	76.319
Radio Rur	357.591	248.479	282.447	162.625
Radio Sauerland			149.029	85.171
Radio Siegen	364.003	187.683	179.970	164.018
Radio Vest			253.549	143.421
Radio WAF	2.023.800	282.829	210.121	177.888
Radio Westfalica	1.882.920	273.371	491.856	155.121
Radio WMW	305.729	91.448	106.540	63.773
Radio Wuppertal		308.987	371.400	361.953
Welle Niederrhein		63.915	155.761	65.881

Quelle: IVW; leere Zellen = keine Daten verfügbar

Tab. A3.6 Visits der Online-Angebote des Lokalen Hörfunks

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
107.7 Radio Hagen			84.575	62.635
Antenne AC		33.849	40.629	29.985
Antenne Düsseldorf		122.153	111.204	141.342
ANTENNE MÜNSTER	347.498	51.811	54.345	29.812
Antenne Niederrhein		27.464	30.117	21.887
Antenne Unna	201.188	42.614	53.009	63.168
domradio.de	933.066	438.661	259.243	203.071
Hellweg Radio	128.180	56.346	62.189	45.616
NE-WS 89,4		36.325	52.980	44.905
Radio 90,1		30.874	37.882	27.587
Radio 91.2	410.576	102.843	135.967	107.624
Radio Berg	132.383	68.111	138.896	95.302
Radio Bielefeld	2.888.167	264.340	203.759	117.043
Radio Bochum			71.685	74.129
Radio Bonn/Rhein-Sieg	279.299	165.543	229.883	144.774
Radio Duisburg			98.843	74.204
Radio Emscher-Lippe			188.165	73.806
Radio Ennepe Ruhr			49.279	36.878

	Oktober 2020	Oktober 2018	Oktober 2016	Oktober 2014
Radio Erft	575.075	123.270	155.118	90.572
Radio Essen			265.565	155.905
Radio Euskirchen	179.148	34.351	80.263	35.400
Radio Gütersloh	1.815.424	203.008	171.944	110.263
Radio Herford	700.489	99.485	102.261	40.799
Radio Herne			39.051	31.787
Radio Hochstift	1.898.444	450.438	308.253	146.625
Radio K. W.			103.613	63.657
Radio Kiepenkerl	163.594	123.429	102.825	66.426
Radio Köln	358.818	118.977	195.923	171.984
Radio Leverkusen	270.133	63.455	105.111	57.406
Radio Lippe	1.650.037	174.835	97.192	62.804
Radio Lippewelle Hamm	129.722	42.469	31.019	46.719
Radio MK	179.974	75.610	109.956	89.905
Radio Mülheim			28.269	22.471
Radio Neandertal		33.419	35.760	30.099
Radio Oberhausen			43.676	37.579
Radio RSG		54.629	64.433	49.331
RADIO RST	121.455	56.146	37.548	24.386
Radio Rur	172.970	96.868	123.430	54.164
Radio Sauerland			63.141	33.596
Radio Siegen	169.063	98.197	79.678	77.885
Radio Vest			94.410	56.621
Radio WAF	1.034.349	127.107	81.762	63.929
Radio Westfalica	890.848	126.462	136.760	55.599
Radio WMW	175.659	47.836	36.834	21.952
Radio Wuppertal		143.262	130.692	121.625
Welle Niederrhein		27.768	71.814	29.105

Quelle: IVW; leere Zellen = keine Daten verfügbar

Tab. A3.7 Page Impressions der Online-Angebote des WDR

	Oktober 2020	Oktober 2018
WDR Online gesamt	158.217.922	105.495.526
Radio	20.414.717	13.547.598
Fernsehen	48.936.246	48.899.521
Mediathek	9.953.532	7.417.577
Rheinland	2.178.239	2.507.434
Ruhrgebiet	1.407.149	915.998
Westfalen-Lippe	1.250.096	680.208
Sportschau.de (inkl. App)	57.021.353	64.262.895
wdrmaus.de (inkl. App)	26.598.725	27.775.323

Quelle: Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021

Tab. A3.8 Visits der Online-Angebote des WDR

	Oktober 2020	Oktober 2018
WDR Online gesamt	54.983.010	29.867.979
Radio	8.265.327	5.326.751
Fernsehen	7.454.999	6.583.866
Mediathek	4.725.856	3.155.266
Rheinland	1.718.496	1.466.346
Ruhrgebiet	1.124.486	606.519
Westfalen-Lippe	960.081	462.794
Sportschau.de (inkl. App)	15.467.640	16.866.576
wdrmaus.de (inkl. App)	1.881.183	2.028.256

Quelle: Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021

Anhang zu Frage 13



Tab. A13.5 Nutzung der Angebote des WDR

		Das Onlineangebot des Westdeutschen Rundfunks, d.h. die WDR-Mediathek oder das Onlineportal wdr.de	Onlineangebote oder Apps von Programmen des WDR, wie z. B. 1Live, WDR2, WDR5 oder WDR Fernsehen	weitere Onlineangebote oder Apps des WDR, wie z. B. Nachrichtenausschüttung WDR Aktuell oder die WDR-Mediathek	WDR ohne Media	Online Social
Gesamt		12,1	11,9	9,9	19,3	
Geschlecht	Männlich	12,2	13,9	10,7	20	
	Weiblich	11,9	10,1	9,1	18,8	
Alters-gruppen	14-29 Jahre	12,4	18,6	10,8	25,4	
	30-49 Jahre	14	16,7	12,4	21,1	
	50-64 Jahre	11,3	6,6	8,4	19,5	
	65+ Jahre	10,5	6,3	7,6	11,8	
Formale Bildung	Hauptschule/Volksschule	7,4	6,2	5,6	12,4	
	weiterführende Schule ohne Abitur	14,4	15,2	13,6	22,5	
	Abitur/Studium	15,6	15,8	11,9	24,7	

Quelle: WDR Crossmediastudie 2019, Kommunikation mit dem WDR, Januar 2021

Anhang zu Frage 59

Tab. A59.1 Online-Angebote in Bochum (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
waz.de	
waz.de/staedte/bochum/	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/wattenscheid/	
derwesten.de	
derwesten.de/staedte/bochum	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
express.de/nrw/bochum	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ruhr24.de/bochum/	ruhr24 GmbH & Co. KG (Dortmund) Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
fupa.net/region/bochum	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
fas.ruhr (ePaper "Früh am Sonntag", Ausgabe Bochum-Wattenscheid)	FAD Werbeverlag GmbH (Velbert); Glück auf Ruhrpott GmbH (Essen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkompass.de/bochum	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co KG (Lünen)
lokalkompass.de/wattenscheid	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_bochum (ePaper; die insg. 4 Stadtteil-Ausgaben sind nicht einzeln abrufbar)	Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_wattenscheid (ePaper)	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bochum-katholisch.de/kathja (ePaper Stadt-Magazin "kathja")	Katholikenrat Bochum + Wattenscheid (Bochum)
bochummachtspass.de	Wunderbar Marketing UG (Bochum)
bochum-tourismus.de/bochum-entdecken/boma-stadtmagazin.html (ePaper Stadt-Magazin "BOMA")	Bochum Marketing GmbH (Bochum); Schürmann + Klagges GmbH & Co. KG (Bochum)
bszonline.de/kategorie/weltstadt	Studierendenschaft an der Ruhr-Universität Bochum/ASTA an der Ruhr-Universität Dortmund (Bochum)
dreiviertel-bochum.de	
nid-zeitung.de (ePaper Magazin "nid - neu in deutschland")	Dorte (Bochum) Huneke-Nollmann
focus.de/regional/bochum	FOCUS Online Group GmbH (München)
handwerk-ruhr.de (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "KH Aktuell")	Kreishandwerkerschaft Ruhr (Bochum); RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
medqn.de/bogesund-zeitung (ePaper lokales Gesundheits-Magazin "BOGESUND")	Medizinisches Qualitätsnetz Bochum e.V. (Bochum); HVF Verlag & Druck Dennis Frank (Bochum)
mikakom.de/vorort (ePaper der Stadtteil-Magazine: "VorOrt ...in Weitmar und Eppendorf" "VorOrt ...in Linden und Dahlhausen" "VorOrt ...in Altenbochum und Wiemelhausen")	MiKa Kommunikation GmbH (Bochum)
netzn.de/s/ihk-mittleres-ruhr-gebiet/profil/inhalte?tags=IHK-Zeitung (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "Wirtschaft im Mittleres Ruhrgebiet (Bochum); Revier"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Bochum/Herne/ Witten und Hattingen)	Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet (Bochum); PRIOTEX Medien GmbH (Anröchte)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
revierkind.de (mit regionaler Ausrichtung für Bochum und Umgebung)	REVIERkind Verlags GmbH Nicola Wirtz (Bochum)
ruhrtal-verlag.de/Ruhrtal-Verlag-Magazine.html (ePaper der Stadtteil-Magazine "hallobo", Ausgabe Nord, Ausgabe Ost)	Ruhrtal-Verlag Björn Pinno (Bochum)
vfl-bochum.de/fans/fuer-die-fans/mediacenter/vfl-echo (ePaper Magazin "VfL-Echo")	VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA (Bochum)
comun-magazin.org (ePaper, mit überregionaler Ausrichtung)	Urbane Intervention e.V. (Bochum)
news.rub.de/rubin (ePaper Wissenschaftsmagazin "RUBIN"; mit thematisch überregionaler Ausrichtung)	Rektorat der Ruhr-Universität Bochum in Verbindung mit dem Dezernat Hochschulkommunikation (Abt. Wissenschaftskommunikation) der Ruhr-Universität Bochum (Bochum)
unicum.de (mit überregionaler Ausrichtung)	UNICUM Digital GmbH (Bochum)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiobochum.de	Veranstaltergemeinschaft für 98.5 Radio Bochum e.V. (Bochum); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
ctdasradio.de	Radio c.t. e.V. (Bochum)
radio-wattenscheid1.com (Web-Radio)	Petra-Patrizia & Meinolf Kotkowski (beide Bochum)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
bochumschau.de (Web-TV)	Jens Tampier & Patrick Lambertus (beide Bochum)
tv.rub.de	Lehr-/Lern-Redaktion der Ruhr-Universität Bochum (Bochum)
vfl-bochum.de/fans/fuer-die-fans/mediacenter/vfl1848tv (Web-TV)	VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA (Bochum)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bo-alternativ.de	Martin Budich (Bochum)
pottblog.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Jens Matheuszik (Bochum)
ruhrbarone.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Stefan Laurin (Bochum)
ruhrbarone.de/category/bochum	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
ruhr-guide.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Redaktion ruhr-guide Pierre Jaquet (Bochum)
ruhr.today (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Dirk A. Schmidt (Bochum)
ruhr.today/category/bochum	
ruhr.today/category/wattenscheid	
urbanekuensteruhr.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Kultur Ruhr GmbH (Bochum)
vfl-magazin.de	Philipp Rentsch (Bochum)
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	

Tab. A59.2 Online-Angebote in Dortmund (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ruhrnachrichten.de	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
ruhrnachrichten.de/dortmund/ (mit zusätzlichen soblokalen Unterseiten für alle Stadtteile)	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/dortmund/	
wr.de	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
wr.de/staedte/dortmund/	
derwesten.de	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG (Unna)
derwesten.de/staedte/dortmund/	
hellwegeranzeiger.de	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)
hellwegeranzeiger.de/dortmund/	
fupa.net/region/dortmund	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lokalkompass.de/dortmund	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
lokalkompass.de/dortmund-city	
lokalkompass.de/dortmund-nord	
lokalkompass.de/dortmund-ost	
lokalkompass.de/dortmund-sued	
lokalkompass.de/dortmund-west	
lokalkompass.de/#cityanzeiger_ dortmund (ePaper)	Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co KG (Lünen)
lokalkompass.de/#nordanzeiger_ dortmund (ePaper)	
lokalkompass.de/#ostanzeiger_ dortmund (ePaper)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkompass.de/#suedanzeiger_ dortmund (ePaper)	
lokalkompass.de/#westanzeiger_ dortmund (ePaper)	
stadtspiegel-dortmund.com (Website derzeit jedoch ohne redaktionellen Content und ohne ePaper-Zugang)	Stadtspiegel Dortmund GmbH (Dortmund)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
coolibri.de (mit regionaler Ausrichtung für die Region Rhein-Ruhr)	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
dortmund.ihk24.de/servicemar-ken/presse/ihk-zeitschrift (ePaper des Magazins "Ruhr Wirtschaft"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Dortmund)	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund); Industrie- und Handelskammer zu Dortmund (Dortmund)
fkw.de/magazine (ePaper der Magazine: "Methler aktuell"; mit Einzugsgebiet mehrerer Dortmunder Stadtteile "Hilgenbaum info"; mit Einzugsgebiet Dortmund-Sölde)	FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH (Möhnesee-Wippringsen)
in-stadtmagazine.de (mit sublokalen Unterseiten für Dortmunder Stadtteile)	IN-Stadtmagazine Christian-Felix Schwalm (Dortmund)
port01.com/magazin/Dortmund (ePaper des Stadt-Magazins "port01 Dortmund")	appselect GmbH (Dresden); Daniel Nagy (Bönen)
radario.de	MB Medien Verlags GmbH (Dortmund)
selbsthilfe-dortmund.de (ePaper des Magazins "Selbsthilfe-Forum")	PariSozial Dortmund gGmbH (Dortmund)
topdortmund.de	BIC Media GmbH & Co. KG (Dortmund)
unionviertel.de/unionviertel-zeitung (ePaper)	Union Gewerbehof GmbH (Dortmund)
handwerk-dortmund.de/stark (ePaper Wirtschaftsmagazin "Stark"; mit Einzugsgebiet auch im Kreis Unna)	Kreishandwerkerschaft Dortmund und Lünen (Dortmund); müller: kommunikation (Dortmund)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radio912.de	Lokalfunk Dortmund Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Dortmund); Veranstaltergemeinschaft lokaler Rundfunk Dortmund e.V. (Dortmund)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
eldorado.de	eldorado e.V. (Dortmund)
<b>Online-Angebote des WDR</b>	
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/dortmund (mit regionaler Ausrichtung für Dortmund und Umgebung)	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Dortmund (Dortmund)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
tv.bvb.de	Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (Dortmund)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
ars-tremonia.de	Michael Lemken (Dortmund)
bierschinken.net	Felix Wirtz (Dortmund)
buzz09.de (App)	ruhr24 GmbH & Co. KG (Dortmund)
dortmund-ahoi.de	Neovaude GmbH (Dortmund)
dortmund-app.de (App)	Peter Berberich (Dortmund)
dortmund-community.de	Uwe Pfeiffer (Dortmund)
echt-nordstadt.de	KulturMeileNordstadt e. V. (Dortmund)
kurt.digital/kurier; kurt.digital/magazin (ePaper)	Institut für Journalistik/ Technische Universität Dortmund (Dortmund)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
nordstadtblogger.de	Alexander Völkel (Dortmund)
nordfunken.de	Kermit e.V. (Dortmund)
revierpassagen.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Bernd Berke (Dortmund)
ruhr24.de/dortmund/	ruhr24 GmbH & Co. KG (Dortmund) Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
ruhrbarone.de	Stefan Laurin (Bochum)
ruhrbarone.de/category/dortmund	
rundblick-dortmund.de	MBFK UG Frank Kuhlmann (Unna)
schwatzgelb.de	schwatzgelb.de e.V. (Dortmund)
t-online.de/region/dortmund	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
nachrichten-handwerk.de (mit regionaler Ausrichtung für Dortmund und Umgebung)	müller:kommunikation Stefan Müller (Dortmund)
vn24.nrw (mit regionaler Ausrichtung für Nordrhein-Westfalen)	Axel Ruch (Dortmund)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.3 Online-Angebote im Ennepe-Ruhr-Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
waz.de	
waz.de/staedte/hattingen	
waz.de/staedte/sprockhoevel	
waz.de/staedte/witten	
wp.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/ennepetal-gevelsberg-schwelm	
wp.de/staedte/herdecke-wetter	
wr.de	
wr.de/staedte/ennepetal-gevelsberg-schwelm	
wr.de/staedte/herdecke-wetter	
wz.de	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal)
wz.de/nrw/sprockhoevel	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lokalkompass.de/breckerfeld	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen);
lokalkompass.de/ennepetal	Ostruhr-Anzeigenblatt-

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkompass.de/gevelsberg	gesellschaft mbH & Co. KG (Dortmund)
lokalkompass.de/hattingen	
lokalkompass.de/herdecke	
lokalkompass.de/schwelm	
lokalkompass.de/sprockhoevel	
lokalkompass.de/sprockhoevel-hasslinghausen	
lokalkompass.de/sprockhoevel-hiddinghausen	
lokalkompass.de/wetter	
lokalkompass.de/witten	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtanzeiger_hagen (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Breckerfeld)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtanzeiger_herdecke (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Wetter)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/ #wap_gevelsberg (ePaper "wap"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Ennepetal und Schwelm)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_hattingen (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Sprockhövel)	Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/ #wittenaktuell (ePaper)	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
en-aktuell.com	Agentur KOKO Marketing Katharina & Thomas Kokoska (Ennepetal/Maspalomas (ES))
facebook.com/Sprockhoeveler/ (Magazin "Der Sprockhöveler" zurzeit noch ohne eigene Website und nur via Facebook online)	Erdinc Özcan-Schulz (Wülfrath)
haken-kulturzeitung.de (ePaper des Magazins "Haken"; Ausgabe Hagen/Ennepe-Ruhr)	PR-Design & Verlag Annett Trautwein (Breckerfeld)
image-witten.de	Monika Kathagen KATHAGEN press, media + kommunikation
image-witten.de/hattingen	
image-witten.de/sprockhoevel	
image-witten.de/ausgaben (ePaper der Stadt-Magazine "Image Witten" [in zwei Stadtteil-Ausgaben], "Image Hattingen" sowie "Image Sprockhövel")	
ruhrtal-verlag.de/Ruhrtal-Verlag-Magazine.html (ePaper der Stadt-Magazine: "Der Bommeraner"	Ruhrtal-Verlag Björn Pinno (Bochum)
"Der Herbeder"	



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
"Der Wetteraner")	
stadtmag.de/cms/witten (ePaper "StadtMagazin Witten")	correctum Verlag Erika Killing-Overhoff (Witten)
witten-transparent.de (ePaper Stadt-Magazin "Witten transparent")	Verlag Olaf Gellisch (Bochum)

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radioenneperuhr.de	Veranstaltergemeinschaft „RADIO ENNEPE RUHR“ e.V. (Hagen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
--------------------	--

### Weitere Online-Hörfunkangebote

antenne.nrw (Web-Radio)	Christian Lukas/Marek Schirmer (beide Witten)
-------------------------	---

### Online-Only-Angebote

breckerfeld-gefaellt.de/ nachrichten	Stadtmarketing Breckerfeld e.V. (Breckerfeld)
herdeckemagazin.info	Recherchekooperation der freien Journalisten Uncover (Wetter)
wetter-ruhr.info	
nrw-mosaik.de	Linde Arndt (Ennepetal)
ruhrkanal.news	Ruhrkanal News & TV Claus Jürgen Barteczko/Frank Strohdiek (beide Hattingen)
stadtportal-ennepetal.de	Monika Schwarz (Ennepetal)
stadtzeit-witten.de	Walter Budziak (Witten)
stockum.de	
witten.net	Marek Schirmer (Witten)
tv58.wordpress.com/category/en-kreis (mit sublokalen Unterseiten für alle Orte im Ennepe-Ruhr-Kreis)	TV58.de / direkt dran.TV Hans Leicher (Hagen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.4 Online-Angebote in Hagen (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wp.de	
wp.de/staedte/hagen/	
wr.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
wr.de/staedte/hagen/	
express.de/nrw/hagen	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
fupa.net/region/hagen	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lokalkompass.de/hagen	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co KG (Lünen)
lokalkompass.de/hagen-vorhalle	
epaper.lokalkompass.de/ (ePaper)	#stadtanzeiger_hagen FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
focus.de/regional/hagen	FOCUS Online Group GmbH (München)
hagen.de/web/de/fachbereiche/ fb_55/fb_55_04/fb_55_0405/ veroeffentlichungen.html (ePaper Magazin "Junges altes Hagen")	Pflege- und Wohnberatung der Stadt Hagen (Hagen); Werbe-agentur L. Kapp (Dortmund)
haken-kulturzeitung.de (ePaper des Magazins "Haken"; Ausgabe Hagen/Ennepe-Ruhr)	PR-Design & Verlag Annett Trautwein (Breckerfeld)
sihk.de (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "Südwestfälische Wirtschaft"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Hagen)	Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen (Hagen); PRIOTEX Medien GmbH (Anröchte)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiohagen.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Radio Hagen e.V. (Hagen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
doppelwacholder.wordpress.com	DOPPELWACHOLDER.DE Jörg Oberwahrenbrock, Winfried Symanzik und Christoph Rösner (alle Hagen)
guten-tach.de/category/orte/ hagen	PARNEMANN MEDIA Verlag & Agentur Sven Parnemann (Lüdenscheid)
hagenmagazin.de	Recherchekooperation der freien Journalisten Uncover (Wetter)
hagen-online.de/nach-richten_news.html	HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadt- marketing und Tourismus mbH (Hagen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
089wehringhausen.de	Jan Eckhoff (Hagen)
suedwestfalen-nachrichten.de/ hagen	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
t-online.de/region/hagen/	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
tv58.wordpress.com	TV58.de / direktdran.TV Hans Leicher (Hagen)
direktdran.wordpress.com (mit überregionaler Ausrichtung)	

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.5 Online-Angebote in Hamm (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wa.de	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
wa.de/hamm/	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lippejournal.com (ePaper)	ZeitPunkt Verlag UG (Hamm)
wa-anzeigenblaetter.de/ (ePaper)	stadtanzeiger-hamm Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

focus.de/regional/hamm	FOCUS Online Group GmbH (München)
hamm.de/gesellschaft-soziales-gesundheit/senioren/freizeit-bildung-und-kultur/senioren-zeitschrift-das-fenster Magazin "Das Fenster")	(ePaper) Stadt Hamm (Hamm); Verkehrsverein Hamm e.V (Hamm)
hammer-norden.de/nordwind (ePaper) Magazin "Nordwind")	Stadtteil- Stadtteilzentrum Hamm-Norden (Hamm); Stadt Hamm (Hamm)
hamm.news	REIMEDIA GmbH (Hamm)
verkehrsverein-hamm.de/hamm-magazin "Hammmagazin")	(ePaper) Verkehrsverein Hamm e.V. (Hamm)
westfalen-magazine.de (ePaper) Gesundheitsmagazin "Gesund in Hamm")	lokales Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)
willi.hamm.net (ePaper Stadt-Magazin "Willi")	Reinhard Bialas (Hamm)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lippewelle.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk Radio Lippewelle Hamm e.V. (Hamm); Radio Hamm Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

radiohitwave.com	Radio Hitwave e. V. (Hamm)
radiorundehamm.de	Radio Runde Hamm e.V. (Hamm)

**Online-Only-Angebote**

rundblick-hamm.de	rundblick kommunikation GmbH (Unna)
-------------------	-------------------------------------

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.6 Online-Angebote in Herne (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/herne-wanne-eickel/	
fupa.net/region/herne	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lokalkompass.de/herne	
lokalkompass.de/wanne-eickel	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
lokalkompass.de/#herner_wochenblatt (ePaper der "Wochenblatt"-Ausgabe Herne/Wanne-Eickel)	
mein-herne.com	Ruhr Verlags GmbH (Herne)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

inherne.net/ausgaben (ePaper Stadt-Magazins "inherne")	Stadt Herne (Herne); FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
kirchenmagazine.de (ePaper der Kirchen-Magazine:	
"Dio!" Katholisches Leben in Herne"	Pfarrei St. Diosynius (Herne); Der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)
"imWANdel"	Pfarrei St. Christophorus (Herne); Der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)
natuerlich-herne.druckfrisch.de (ePaper des Magazins "natürlich Herne")	Frischtex-te Verlag Ingrid Fischbach (Herne)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
www.radioherne.de	Veranstaltergemeinschaft "Herne90acht" e.V. (Herne); FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)

<b>Online-Only-Angebote</b>	
halloherne.de	halloherne UG Carola Quickels/ Daniel Terlau (Herne)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.7 Online-Angebote im Hochsauerlandkreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wp.de	
wp.de/staedte/altkreis-brilon	
wp.de/staedte/arnsberg	
wp.de/staedte/meschede-und-umland	Funke Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/sundern	
wr.de	
wr.de/staedte/arnsberg	
wr.de/staedte/meschede-und-umland	
fupa.net/region/arnsberg	Siegener Zeitung Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)
fupa.net/region/hochsauer-landkreis	

<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
diemelbote.de	Gewerbeverein Marsberg e.V. (Marsberg)
lokalkompass.de/arnsberg	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr- Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Dortmund)
lokalkompass.de/arnsberg-neheim	
lokalkompass.de/sundern	
epaper.lokalkompass.de/ #wochenanzeiger_arnsberg (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Sundern)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
sauerlandkurier.de/hochsauer-landkreis (mit sublokalen Unter- seiten für alle 12 Städte und Gemeinden im Hochsauerlandkreis)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
sauerlandkurier.de/service/e-paper (ePaper "SauerlandKurier", Ausgabe Arnsberg, Ausgabe Meschede/Bestwig, Ausgabe Brilon/Olsberg, Ausgabe Schmallerberg/Eslohe, Ausgabe Winterberg/Medebach/Hallen-berg, Ausgabe Marsberg, Ausgabe Sundern)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt)
unserort.de/medebach_und_hallenberg	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
unserort.de/olsberg	
unserort.de/winterberg	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
arnsberg.de/zukunft-alter/ sicht/index.php (ePaper Generationen-Magazin "Sicht")	Stadt Arnsberg-Fachstelle Zukunft Alter (Arnsberg); Bürger-Redaktion Sicht (Arnsberg)
axo.media (ePaper der Magazine: "BauLokal"	axo.media west GmbH (Bestwig)
"Woll-Magazin", Ausgabe Arnsberg/Sundern, Ausgabe Meschede/Bestwig/Olsberg, Ausgabe Brilon/Marsberg/Diemelsee)	
woll-magazin.de (für den Einzugs-bereich bzw. die Magazin-Ausgabe Schmallerberg/Eslohe)	Woll Verlag Hermann-J. Hoffe (Schmallerberg)
heimatliebe-magazin.de/sauer-land/region-arnsberg-sundern	HEIMATLIEBE-MAGAZIN GbR Gisbert Scheffer + Markus Frey (Sundern); TEAM WANDRES communication partner GmbH (Sundern)
heimatliebe-magazin.de/sauer-land/region-wi-me-ha	HEIMATLIEBE-MAGAZIN GbR Gisbert Scheffer + Markus Frey (Sundern); Standpunkt-Verlag GmbH (Winterberg)
standpunktverlag.de/magazine-broschueren (ePaper der Maga-zine:	Standpunkt-Verlag GmbH (Winterberg-Siedlinghausen)
"Heimatliebe", Ausgabe Winter-berg, Medebach, Hallenberg	
"KREUZ & QUER" (in Kooperation mit dem Sauerländischen Gebirgsverein e.V.)	
"Siedlinghausen aktuell")	PRIOTEX Medien GmbH (Anröchte); Industrie- und Handelskammer Arnsberg, Hellweg-Sauerland (Arnsberg)
ihk-arnsberg.de/epaper/ wirtschaft_aktuell (ePaper des Magazins "wirtschaft"; mit regio-naler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Arnsberg, Hellweg-Sauerland)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
katholische-kirche-meschede-bestwig.de/themen-angebote/ crux-das-magazin (ePaper Magazin "crux - Katholisches Leben in Meschede und Bestwig")	Pastoralverbund Meschede-Bestwig, Benediktinerabtei Königsmünster, Bergkloster Bestwig, Berufskolleg Bergkloster Bestwig, Bildungsakademie für Therapieberufe, St.- Walburga-Krankenhaus Me-schede, St.-Walburga- Realschule Meschede, Katholische Kindertages- einrichtungen Hochsauerland-Waldeck gem. GmbH, Kolping Bildungs-zentrum Südwestfalen GmbH, Caritasverband Meschede e. V., Sozialdienst katholischer Frauen (SkF) Hochsauerland e. V. (alle Meschede); Bonifatius Verlag GmbH (Paderborn)
ortszeitungen.de/RM_ eNewSPaper/Hal/Hal_46_2020.pdf (ePaper "Rundblick Hallenberg")	
ortszeitungen.de/RM_ eNewSPaper/MEDE/MEDE_36_ 2020.pdf (ePaper "Rundblick Medebach")	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
ortszeitungen.de/RM_ eNewSPaper/Wint/Wint_50_ 2020.pdf (ePaper "Mitteilungsblatt Winterberg")	
sauerlaender-heimatbund.de (ePaper - auszugsweise - des Magazins "Sauerland")	Sauerländer Heimatbund e.V. (Meschede)
sauerlandkurier.de/service/e-paper/sonderprodukte (ePaper lokales Wirtschaftsmagazin "HandwerksKurier", Ausgabe Brilon, Ausgabe Schmalleberg, Ausgabe Sundern; in Kooperation mit der Kreishandwerkerschaft Westfalen-Süd)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt)
top-sauerland.de	Brinkschulte Medien GmbH & Co. KG (Arnsberg)
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Septett")	Pastoraler Raum Neheim und Voßwinkel (Arnsberg); Der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radiosauerland.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Hochsauerlandkreis "Radio Sauerland" e.V. (Meschede); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
<b>Weitere Online-Hörfunk-Angebote</b>	
fh-swf.de/cms/radiofh	Fachhochschule Südwestfalen (Iserlohn); Redaktionssitz: Meschede
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-arnsberg (mit regionaler Ausrichtung für den RB Arnsberg)	WestCom Medien GmbH (Dortmund)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bigge-online.de	bigge-online e.V. (Bigge-Olsberg)
blickpunkt-arnsberg-sundern-meschede.de	überflieger.media GbR Tim Hoffmann (Sundern)
brilon-totallokal.de	BRISYSTEM UG Rolf Ulrich Trommer (Brilon)
winterberg-totallokal.de	
briloner-eselsohr.de	kreativkarussell GmbH (Brilon)
dein-hsk.de	U! Mediasolutions GmbH & Co. KG (Bestwig)
dorfinfo.de (mit Einzugsgebiet auch im Märkischen Kreis)	Dorfinfo.de – Sauerlandnachrichten Maarten Lammens (Hürth)
hsk-aktuell.de (derzeitig - Ende 2020 - im Umbau)	KusMedia Hans-Jürgen Kus (Bestwig)
imsauerland.de/informationen/ aktuelles (mit Unterseiten für alle Orte im Hoch-sauerlandkreis)	werbeagentur netzpepper Michael Tielke (Winterberg)
match-day.de/wordpress	Schulte GbR Rico Schulte/Lars Schulte (Arnsberg)
neheim-huesten.de	Gängler DatenService Ronny Gängler (Arnsberg)
olsberg-mittendrin.de	Olsberg Mittendrin e.V. (Olsberg)
schiebener.net/wordpress	Hans J. Schiebener (Winterberg)
suedwestfalen-mag.com/tag/HSK	Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
suedwestfalen-nachrichten.de/ hochsauerland	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
wickedepunktruhr.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Arnberg)	ad medien GmbH (Wickede)
liquid-life.de/blog (mit überregionaler Ausrichtung)	Liquid-Life GmbH (Brilon)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.8 Online-Angebote im Märkischer Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
come-on.de	
come-on.de/lennetal (mit weiteren sublokalen Unterseiten für 7 Städte im mittleren Teil des Märkischen Kreises)	Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG (Lüdenscheid); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
come-on.de/luedenscheid	
come-on.de/volmetal (mit weiteren sublokalen Unterseiten für 4 Städte im südl. Teil des Märkischen Kreises)	
ikz-online.de	Funke Medien NRW GmbH (Essen); ZEITUNGSVERLAG ISERLOHN
ikz-online.de/staedte/hemer	Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG (Iserlohn)
ikz-online.de/staedte/iserlohn	
ikz-online.de/staedte/letmathe	
wp.de	
wp.de/staedte/balve	
wp.de/staedte/menden	
wr.de	Funke Medien NRW GmbH (Essen)
wr.de/staedte/balve	
wr.de/staedte/menden	
fupa.net/region/iserlohn	Siegener Zeitung Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)
fupa.net/region/luedenscheid	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lokalkompass.de/balve	
lokalkompass.de/hemer	
lokalkompass.de/iserlohn	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/iserlohn-letmathe	
lokalkompass.de/menden	
lokalkompass.de/menden-lendringsen	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_iserlohn (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Hemer)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_menden (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Balve)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wa-anzeigenblaetter.de/der-bote (ePaper "der bote zum Sonntag")	Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG (Lüdenscheid)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
heidehombruch-aktuell.de	Stadtteilmagazin Heide/ Hombruch aktuell e.V.
hoenne-express.de (ePaper)	Zimmermann Druck + Verlag GmbH (Balve)
ikz-online.de/ikz-info/ikz-heimatgefuehle (ePaper Stadt-Magazin "HEIMATGefühle")	ZEITUNGSVERLAG ISERLOHN Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG (Iserlohn)
komplett-magazin.de (ePaper Magazin "KOMPLETT", Ausgabe Volme und Lister; Ausgabe Verse und Sorpe, mit Einzugsgebiet auch im Raum Finnentrup und Sundern/Kreis Olpe)	Komplett-Verlag Schlütter, Höfner GbR Bernhard Schlütter und Heiko Höfner (Plettenberg)
pviserlohn.de/infos/down-loads.html (ePaper lokales Kirchen-Magazin "Kath.is")	Pastoralverbund Iserlohn (Iserlohn); medienstatt GmbH (Menden)
unternehmerverlag-suedwest-falen.de (ePaper regionales Wirtschafts-Magazin "Unternehmertum Südwestfaen")	Unternehmerverlag Südwestfalen GmbH (Iserlohn)
westfalen-magazine.de (ePaper Magazin "MK Lifetime")	Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG (Lüdenscheid)
bluesnews.de (mit überregionaler Ausrichtung)	Verlag Dirk Föhns (Altena)
nordicsports.de (mit überregionaler Ausrichtung)	
skimagazin.de (mit überregionaler Ausrichtung)	
snow.de (mit überregionaler Ausrichtung)	SportCombi Verlag GmbH (Meinerzhagen)
wanderlust-magazin.de (mit überregionaler Ausrichtung)	
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiomk.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Märkischen Kreis e.V. (Iserlohn); Radio Mark Betriebs-gesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
radio-iserlohn.de	Förderverein Lokalfunk Iserlohn e. V. (Iserlohn)
radio-plettenberg.de (Web-Radio; derzeit inaktiv)	coronabedingt CNTkom   IT & Netztechnik UG (Plettenberg)
<b>Online-Only-Angebote</b>	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
balve-film.de	MPM-Agentur Roland Krahl (Balve)
der-luedenscheider.de	Netzseitenraum UG Marc Tegtmeyer (Lüdenscheid)
guten-tach.de	PARNEMANN MEDIA Verlag & Agentur Sven Parnemann (Lüdenscheid)
hoennezeitung.de	Richard Elmerhaus (Balve)
iserlohner-nachrichten.de	
eishockey-magazin.de (mit überregionaler Ausrichtung)	Krähling Media (Iserlohn)
lokalstimme.de	Björn Braun (Altena)
mein-halver.hpage.com/news-archiv.html	Axel Ertelt (Halver)
suedwestfalen-mag.com/tag/mk	Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe)
suedwestfalen-nachrichten.de/ maerkischer-kreis	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
treffpunkt-mk.de	Peter Hölterhoff CMMTV Homepageverbund (Iserlohn)
tv58.wordpress.com/category/ markischer-kreis	TV58.de / direkt dran.TV Hans Leicher (Hagen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.9 Online-Angebote in Olpe (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
siegener-zeitung.de	Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)
siegener-zeitung.de/kreis-olpe	
wp.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/kreis-olpe	
wr.de	
wr.de/staedte/kreis-olpe	
fupa.net/region/olpe	Siegener Zeitung Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

sauerlandkurier.de/kreis-olpe (mit sublokalen Unterseiten für alle 7 Städte und Gemeinden im Kreis Olpe)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
sauerlandkurier.de/service/e-paper/olpe-drolshagen-wenden (ePaper "SauerlandKurier", Ausgabe Kreis Olpe)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
heimatliebe-magazin.de/sauer-land/region-biggesee/	HEIMATLIEBE-MAGAZIN GbR Gisbert Scheffer + Markus Frey (Sundern); FREY PRINT + MEDIA GmbH & Co. KG (Attendorn)
heimatliebe-magazin.de/sauer-land/region-ki-le-fi/	HEIMATLIEBE-MAGAZIN GbR Gisbert Scheffer + Markus Frey (Sundern); Vorländer GmbH & Co. KG (Siegen)
kirchenmagazine.de (ePaper der Kirchen-Magazine:	
"Perspektiven"	Pastoraler Raum Kirchhudem (Kirchhudem); Der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)
"VERbunden")	Pastoralverbund Wendener Land (Wenden); der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)
komplett-magazin.de (ePaper Magazin "KOMPLETT", Ausgabe Verse und Sorpe; mit Einzugsgebiet auch im Raum Finnentrup und Sundern)	Komplett-Verlag Schlütter, Höfner GbR Bernhard Schlütter und Heiko Höfner (Plettenberg)
sauerlandkurier.de/service/e-paper/sonderprodukte (ePaper der Magazine:	
"HandwerksKurier" (Ausgabe Olpe; in Kooperation mit der Kreishandwerkerschaft Westfalen-Süd)	KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt)
"schatzmagazin"	
"Wir sind Attendorn")	
woll-magazin.de (für den Einzugsbereich bzw. die Magazin-Ausgabe Kreis Olpe)	Woll Verlag Hermann-J. Hoffe (Schmallenberg)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
attendorner-geschichten.de	FREY PRINT + MEDIA GmbH & Co. KG (Attendorn)
pannekloeppe.de	Umweltschutzbeauftragte der Stadt Olpe (Olpe); FREY PRINT + MEDIA GmbH & Co. KG (Attendorn)
lokalplus.nrw (mit sublokalen Unterseiten für alle 7 Städte und Gemeinden im Kreis Olpe)	LokalMedia GmbH (Lennestadt)
sauerland-ticker.de/category/kreis-olpe	Nachrichtenagentur Trojak Andreas Trojak (Kreuztal)
suedwestfalen-mag.com/tag/oe	Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
suedwestfalen-nachrichten.de/ kreis-olpe (mit sublokalen Unterseiten für alle 7 Städte und Gemeinden im Kreis Olpe)	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.10 Online-Angebote in Siegen-Wittgenstein (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
siegener-zeitung.de	Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)
siegener-zeitung.de/siegerland	
siegener-zeitung.de/wittgenstein	
wp.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/siegerland	
wp.de/staedte/wittgenstein	
wr.de	
wr.de/staedte/siegerland	
wr.de/staedte/wittgenstein	
fupa.net/region/suedwestfalen (mit regionaler Ausrichtung für die Kreise Siegen-Wittgenstein, Olpe, Hochsauerlandkreis, Märkischer Kreis und Soest)	Siegener Zeitung Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG (Siegen)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

swa-siegerland.de (ePaper der Mittwochs- und Wochenend-Ausgaben Siegen, Wittgenstein. Nördliches Siegerland und Südliches Siegerland von "SWA Der Siegerländer")	Siegerländer Wochen-Anzeiger GmbH & Co. KG (Siegen)
hellerthaler-zeitung.de (ePaper der Ausgaben Burbach und Neunkirchen der "Hellerthaler Zeitung")	
wipo-online.de	Wittgensteiner Wochenpost GmbH (Bad Berleburg)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

durchblick-siegen.de (ePaper des Magazins "durchblick")	durchblick-siegen Information und Medien e. V. (Siegen)
ihk-siegen.de/hn/presse/ wirtschaftsreport (ePaper des Magazins "Wirtschaftsreport"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Siegen)	Vorländer GmbH & Co. KG (Siegen); Industrie- und Handelskammer Siegen (Siegen)
mehrausnetphen.de (ePaper des Magazins "Mehr aus Netphen")	MaN GbR Markus Sting, Sebastian Zimmermann (Netphen)
top-magazin-siegen.de (ePaper "top magazin Siegen")	WortWerk Siegen GmbH (Siegen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "NORDlicht Katholisches Leben im nördlichen Siegerland")	Pastoraler Raum nördliches Siegerland (Hilchenbach); Der Dom (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radiosiegen.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Siegen-Wittgenstein e.V. (Bad Laasphe); Radio Siegen Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Siegen)
----------------	--

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

radius921.de	Radius 92,1 e.V. (Siegen)
--------------	---------------------------

**Online-Angebote des WDR**

wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ regionaler Ausrichtung Südwestfalen/Siegerland)	suedwestfalen (mit den Raum Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Siegen (Siegen)
---	---

**Online-Only-Angebote**

backland.news/Kategorie/region/ bad-laasphe	BAM-Werbung Steven Lennard Bamberger (Biedenkopf)
expressi.de	Siegener Sportportal GmbH (Siegen)
freudenberg-online.com	Henning Prill (Freudenberg)
netphen-online.de	Futura Druck Verlag Nico Eggers e.K. (Netphen)
rinsdorf.de	Freidhelm Braun (Wilnsdorf-Rinsdorf)
siegency.de (inzwischen nur noch auf Facebook)	Kai A. Hortmann (Siegen)
suedwestfalen-mag.com/tag/siwi	Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe)
suedwestfalen-nachrichten.de/ siegen-wittgenstein	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
wirsiegen.de	Nachrichtenagentur Andreas Trojak (Kreuztal)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.11 Online-Angebote in Soest (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
derpatriot.de	Zeitungsverlag Der Patriot GmbH
blicker-lippstadt.de/blicker-storys	(Lippstadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
soester-anzeiger.de	Jahn Verlag GmbH & Co. KG (Soest); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
wa.de	Westfälischer Anzeiger Verlags- gesellschaft mbH & Co. KG (Hamm); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
wa.de/lokales/welver	
wp.de	Funke Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/warstein-und-umland	

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

lokalkompass.de/wickede; lokalkompass.de/#stadtspiegel_ (ePaper; mit Einzugsgebiet Wickede)	froendenberg	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt- gesellschaft mbH & Co. KG (Dortmund)
lpamsonntag.de (ePaper von "Lippstadt am Sonntag")		Werbeagentur Thiesbrummel (Lippstadt)
neueregionale.com (ePaper von "NR Neue Regionale")		Gröne & Partner GmbH (Geseke)
wa-anzeigenblaetter.de/ (ePaper)	stadtanzeiger-soest	Westfälischer Anzeiger Verlags- gesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)
wochentip.de (ePaper)		Wochentip Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Lippstadt)
sauerlandkurier.de/hochsauer-landkreis/ense		KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
sauerlandkurier.de/service/e-paper/arnsberg-ense (ePaper "SauerlandKurier", Ausgabe Arnsberg; mit Einzugsgebiet auch im Raum Ense)		KurierVerlag Lennestadt GmbH (Lennestadt)

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

derpatriot.de/blicker (ePaper des Magazins "Blicker")		Zeitungsverlag Der Patriot GmbH (Lippstadt)
ense-press.de (ePaper des Magazins "ense-press")		ense-press by haase-druck Peter Haase (Ense)
fkw.de (ePaper der Stadt-Magazine: "hallo Soest" "Der Lippetaler")		FKW Fachverlag für Kommuni-kation und Werbung GmbH (Möhnesee- Wippringsen)
fuenfneun.de		59 Verlags GmbH und Co. KG (Lippstadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
ihk-arnsberg.de/epaper/ wirtschaft_aktuell (ePaper des Magazins "wirtschaft"; mit regio-naler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Arnberg, Hellweg-Sauerland)	PRIOTEX Medien GmbH (Anröchte); Industrie- und Handelskammer Arnberg, Hellweg-Sauerland (Arnsberg)
leitplanke-lippstadt.de	Heidrich Verlags GmbH (Lippstadt)
lichtaus-szenemagazin.de (ePaper des Stadtmagazins "LICHTaus")	Agentur ER Eric Raffer (Lippstadt)
soso-online.de (ePaper des Stadt-Magazins "SOso!")	Olaf Grossmann (Soest)
westfalen-magazine.de (ePaper der Stadt-Magazine:	
"Bad Sassendorf Journal"	
"Lippetal magazin"	Jahn Verlag GmbH & Co. KG (Soest)
"Soest magazin"	
"Warsteiner"	
"Werl magazin"	
"Perspektiven")	Jahn Verlag GmbH & Co. KG (Soest); Treffpunkt_leben im Alter e.V. (Werl)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

hellwegradio.de	Hellweg Radio Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Soest); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Soest e. V. (Soest)
-----------------	--

#### Online-Only-Angebote

geseke-news.de	Benedikt Laame (Geseke)
lippstadt.online	Maria Massidda (Lippstadt)
suedwestfalen-mag.com/tag/so	Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe)
suedwestfalen-nachrichten.de/kreis-soest/	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
wickedepunktruhr.de	ad medien GmbH (Wickede)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.12 Online-Angebote in Unna (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
hellwegeranzeiger.de	
hellwegeranzeiger.de/bergkamen	
hellwegeranzeiger.de/ froendenberg	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG (Unna)
hellwegeranzeiger.de/ holzwickede	
hellwegeranzeiger.de/kamen	



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
hellwegeranzeiger.de/unna	
ruhrnachrichten.de	
ruhrnachrichten.de/luenen	
ruhrnachrichten.de/schwerte	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
ruhrnachrichten.de/selm	
ruhrnachrichten.de/werne	
wa.de	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
wa.de/lokales/bergkamen	
wa.de/lokales/boenen	
wa.de/lokales/werne	
wp.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
wp.de/staedte/froendenberg	
fupa.net/region/unna-hamm	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lippejournal.com (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Bergkamen und Werne)	ZeitPunkt Verlag UG (Hamm)
lokalkompass.de/bergkamen	
lokalkompass.de/boenen	
lokalkompass.de/froendenberg	
lokalkompass.de/holzwickede	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/kamen	
lokalkompass.de/luenen	
lokalkompass.de/schwerte	
lokalkompass.de/selm	
lokalkompass.de/unna	
epaper.lokalkompass.de/ #luener_anzeiger (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #schwerte (ePaper "Ruhr Bote")	Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_kamen (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_unna_holzwickede (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_menden (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Fröndenberg)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
montakt.de (ePaper "MonTakt"; ePaper "SonntagsKurier")	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG (Unna)
epaper.sonntagskurier.de (ePaper)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wa-anzeigenblaetter.de/ stadtanzeiger-hamm (ePaper "stadt.anzeiger", Ausgabe Hamm; mit Einzugsgebiet auch im Raum Bönen)	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

as.schwerte.de (ePaper lokales Senioren-Magazin "AS")	Stadt Schwerte (Schwerte); ehrenamtliche AS-Redaktion (schwerte)
fkw.de/magazine (ePaper der Stadt- und Stadtteil-Magazine: "Der FröndenbergeR" "Hilgenbaum info" "Massen aktuell" "Methler aktuell" "Oberaden aktuell" "Ortszeit", Ausgabe Kreis Unna)	FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH (Möhnesee-Wippringsen)
froendenberg.de/leben-in-froendenberggruhr/froendenberger-ausblick (ePaper Stadt-Magazin "Fröndenberger Ausblick")	Stedt Fröndenberg (Fröndenberg); Horschler Verlagsgesellschaft mbH (Unna)
mediaoffensiv.de/holzwickeder-nachrichten.html (ePaper "Holzwickeder Nachrichten")	Anke Pieper - Ursula Lindstedt GbR (Fröndenberg)
neue-wege-magazin.de (ePaper - auszugsweise - des lokalen Senioren-Magazins "Neue Wege"; mit Einzugsgebiet auch im nord-westlichen Teil des Märkischen Kreises)	medien-pinkte Mareike Glasmeyer-Sehr (Fröndenberg)
rundblick-unna.de	
rundblick-unna.de/magazine (ePaper der Stadt-Magazine: "rundblick" "rundblick Lifestyle-Magazin")	MBFK UG (Unna); Audio-Video-Müller GmbH (Unna) Werbunk.com Werbeagentur Thomas Karczewski (Unna); rundblick Kommunikation GmbH (Unna)
stadtmag.de/cms/luenen (ePaper "StadtMagazin Lünen")	correctum Verlag Erika Killing-Overhoff (Witten)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

antenneunna.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Unna e.V. (Unna); Antenne Unna Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Unna)
----------------	--

**Online-Only-Angebote**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
bergkamen-infoblog.de	Heino Baues (Bergkamen)
deinruhrgebiet.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Dein Ruhrgebiet UG (Unna)
emscherblog.de (für den Raum Holzwickede)	Peter Gräber (Dortmund)
kamen-web.de	Brettschneider & Hanck GbR - WebComArt (Kamen)
meinschwerte.de	Lukas Pohland/Gerd Pohland (beide Schwerte)
ruhrblick.info	Thomas Schmithausen (Schwerte)
sport-kreisunna.de	SKU sportkreisunna.de – Sport-portal Eckhard Albrecht (Bergkamen)
unsermassen.de	Gewerbeverein Massen e.V. (Unna)
werne-plus.de	awa medien André Wagner (Werne)
wickedepunktruhr.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Fröndenberg und Menden)	ad medien GmbH (Wickede)
zippelmuetz-magazin.de	Thorsten Drees (Werne)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.13 Online-Angebote in Bielefeld (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nw.de	
nw.de/lokal/bielefeld	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/ostwestfalen (mit regionaler Ausrichtung für Bielefeld und Umgebung)	
westfalen-blatt.de	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)
westfalen-blatt.de/OWL/Bielefeld	
baeren-blatt.de (Nachrichten für Kinder)	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
dasblatt.de/themen/bielefeld	InSign A. + D. Klee GbR (Leopoldshöhe)
owl-am-sonntag.de	
owl-am-sonntag.de/ausgaben (ePaper der OWL-Ausgabe Bielefeld/Altkreis Halle)	Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH (Bielefeld)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
eigenrauch-partner.de (ePaper des Stadtteil-Magazins "altstädter")	Eigenrauch und Partner GbR (Bielefeld)
blickpunkt-joellenbeck.de	pixel desktop-publishing Mike Bartels (Bielefeld)
blickpunkt-schildesche.de	
die-viertel.de (ePaper des Stadtteil-Magazins "Viertel")	BI Bürgerwache e.V. (Bielefeld)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
gk-medien.com (ePaper des Stadtteil-Magazins "Meilenstein")	Güth & Kramer Medien Stefan Güth (Steinhagen)
heimatverein-quelle.de (ePaper des Stadtteil-Magazins "Queller Blatt")	Heimat- und Geschichtsverein Quelle e.V. (Bielefeld)
kh-bielefeld.de/web/kh-magazin (ePaper Wirtschaftsmagazin "Kreishandwerkerschaft Bielefeld")	Kreishandwerkerschaft Bielefeld (Bielefeld); Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden)
kunst-stueck.net (ePaper regionales Kunst- und Kultur-Magazin "kunst:stück"; mit regionaler Ausrichtung für Ostwestfalen)	Movin-Verlag Bode & Cronshage GbR (Bielefeld)
www.liebefeld-liest.de	Kirchner Kommunikation und Marketing GmbH (Bünde)
mawi-westfalen.de (mit regionaler Ausrichtung für den Regierungs-bezirk Detmold und das östliche Münsterland)	PBL Media Verlag Christiane Peters (Verl)
mein-bielefelder.de	
bielefeld-geht-aus.de	Tips-Verlag GmbH (Bielefeld)
kunstrasen-magazin.de	
mein-brackweder.de (ePaper)	Thomas Kopsieker und Jenny Kröger GbR (Bielefeld)
milkids.de (mit regionaler Ausrichtung für die Stadt Bielefeld und Umland)	milkids Verlag Susanne Esser (Bielefeld)
monokel.eu (ePaper der Bielefeld- Ausgabe des Magazins "Monokel")	Werk 2 Werbeagentur Markus Galla (Bielefeld)
ostwestfalen.ihk.de/presse/ihk-magazin (ePaper) (mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Ostwestfalen)	Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold); Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen (Bielefeld)
quartiera.jetzt (ePaper)	Agentur extrem beweglich Marcus Langer/Henner Zimmat (Bielefeld)
rundumdensiggi.de (ePaper)	Rund um den Siggie e.V. (Bielefeld)
schildesche-erleben.de (ePaper)	
dornberg-erleben.de (ePaper)	Media & Service Büro Bernd Lochmüller (Bielefeld)
heepen-erleben.de (ePaper)	
senne-rundschau.de (ePaper)	Werbedruck Zünkler GmbH & Co. KG (Bielefeld)
senneforum.de (ePaper)	SenneFORUM Dieter Eichlandwehr (Schloß Holte-Stukenbrock)
sennerortszeit.de (ePaper)	Christof Kerber GmbH & Co. KG (Bielefeld)
suedseiten.net (ePaper)	Jürgen Krumhörnner GbR (Bielefeld)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
top-magazin.de/top-bielefeld (ePaper) (mit regionaler Ausrichtung für die Stadt Bielefeld und Umland)	Wolter Medien GmbH & Co. KG (Bielefeld)
ultimo-bielefeld.de (ePaper der Ausgabe Bielefeld des Stadt-Magazins "Ultimo")	ULTIMO Verlag GmbH (Münster)
wirtschaft-regional.net wirtschaft-regional.net/kreis/ bielefeld	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
unserekirche.de (mit regionaler Ausrichtung für die Region Westfalen/Lippe)	Evangelischer Presseverband für Westfalen und Lippe e.V. (Bielefeld)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiobielefeld.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk in Bielefeld e.V. (Bielefeld)/audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
antenne-bethel.de	v. Bodelschwingsche Stiftungen Bethel/Verein Klinikprogramme für Bielefeld e. V. (beide Bielefeld)
hertz879.de	Trägerverein HERTZ 87.9 e.V. (Bielefeld)
<b>Online-Angebote des WDR</b>	
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ ostwestfalen (mit regionaler Ausrichtung für den Regierungsbezirk Detmold)	Westdeutscher Rundfunk (Köln)/ WDR Studio Bielefeld (Bielefeld)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
kanal-21.de	Offener TV-Kanal Bielefeld e. V. (Bielefeld)
sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-detmold (mit regionaler Ausrichtung für den Regierungsbezirk Detmold)	WestCom Medien GmbH (Dortmund)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bielefeld-app.de	Franke Unternehmensgemeinschaft (haftungsbeschränkt) Mario Franke (Bielefeld)
business-on.de/owl (mit regionaler Ausrichtung für Bielefeld und Umland)	WörterSee Public Relations (Bielefeld)
grundrauschen.blog	Thorben Grünewälder – Texte & Public Relations (Bielefeld)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
kukon.net/bielefeld	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)
news-bielefeld.de	KRUNICmedia e.K. Goran Kronic (Paderborn)
owl24.de/bielefeld owl24.de/owl (für die umliegende Kreise)	Media 24 GmbH & Co. KG (Münster); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
owl-journal.de owl-journal.de/category/bielefeld	Jürgen Riedel (Bielefeld)
t-online.de/region/bielefeld	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
weird-bielefeld.de	Verlag Christine Stonat (Steinhagen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.14 Online-Angebote in Gütersloh (Kreis)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
die-glocke.de	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/guetersloh	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/harsewinkel	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/herzebrock-clarholz	E. Holterdorf GmbH & Co. KG (Oelde)
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/langenberg	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/rheda-wiedenbrueck	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/rietberg	
die-glocke.de/lokalmeldungen/ kreisguetersloh/verl haller-kreisblatt.de	
haller-kreisblatt.de/lokal/ borgholzhausen	
haller-kreisblatt.de/lokal/halle	Haller Kreisblatt Verlags-GmbH (Halle/Westf.)
haller-kreisblatt.de/lokal/ steinhagen	
haller-kreisblatt.de/lokal/ versmold	
haller-kreisblatt.de/lokal/werther	
nw.de	
nw.de/lokal/kreis_guetersloh (mit sublokalen Unterseiten für alle 13 Städte und Gemeinden im Kreis Gütersloh)	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/guetersloh	
westfalen-blatt.de	

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Guetersloh (mit sublokalen Unterseiten für alle 13 Städte und Gemeinden im Kreis Gütersloh)	(mit Westfalen-Blatt und Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)) Vereinigte
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
ag-muensterland.de/harsewinkel (ePaper "Emskurier"; am 19.12.2020 letztmals erschienen)	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
derspoekenkieker.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Harsewinkel/Versmold)	Spökenkieker-Verlag Jörg Schöne (Sassenberg)
groenegau-rundschau.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Borgholzhausen)	Druckerie GmbH (Melle/Nds.)
marktplatz-hsw.de (ePaper "Marktplatz Harsewinkel")	Gabriele Wendland Druck + Verlag (Harsewinkel)
owl-am-sonntag.de	
owl-am-sonntag.de/ausgaben (ePaper "OWL am Sonntag", Ausgabe Bielefeld/Altkreis Halle, mit Einzugsgebiet auch im Raum Halle; Ausgabe Kreis Gütersloh)	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)
rietberger-stadtanzeiger.de (ePaper)	PEINE DESIGN & MARKETING GmbH & Co. KG (Rietberg)
teutoexpress.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Borgholzhausen/Versmold)	Teuto Express Verlags-GmbH (Bad Rothenfelde/Nds.)
wochentip.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Langenberg/Rietberg)	Wochentip Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Lippstadt)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
der-stadt-anzeiger.com (ePaper)	Förderverein des Heimat- und Verkehrsvereins Schloß Holte-Stukenbrock e.V. (Schloß Holte-Stukenbrock)
floettmann.de (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "faktor3")	Flöttmann Verlag GmbH (Gütersloh)
gt-info.de	
gk-medien.com (ePaper Stadt-Magazin "Meilenstein"; mit Einzugsgebiet auch in einzelnen Bielefelder Stadtteilen)	Güth & Kramer Medien Stefan Güth (Steinhagen)
guetsel.de	Christian Schröter AGD (Gütersloh)
haller-kreisblatt.de (ePaper der Stadt-Magazine: "Pium Aktuell" (für Borgholzhausen und Umgebung) "Steinhagener Schaufenster" "Versmold Aktuell" "Werther Aktuell")	Haller Kreisblatt Verlags-GmbH (Halle/Westf.)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
hallerwillem.net (ePaper Stadt-Magazin "Haller Willem")	Sigrun Lohmeyer (Borgholzhausen)
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Nepomuk")	Pastoraler Raum Rietberg (Rietberg); Bonifatius GmbH (Paderborn)
mawi-westfalen.de (mit regionaler Ausrichtung für den Regierungs-bezirk Detmold und das östliche Münsterland)	PBL Media Verlag Christiane Peters (Verl)
mein-rhwd.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG (Rheda-Wiedenbrück)
magazin.mein-rhwd.de (ePaper Stadt-Magazin "Das Stadt-gespräch")	lokalpioniere GmbH & Co. KG (Rheda-Wiedenbrück); M.E. Verlag GmbH & Co. KG Michael Ebeling (Rheda-Wiedenbrück)
markt-und-gemeinde.de (ePaper Stadt-Magazin "M Markt & Gemeinde")	Gewerbeverein Herzebrock-Clarholz (Herzebrock-Clarholz)
panoramaverlag.e-pages.pub/titles (ePaper des Stadt-Magazins "Steinhagen erleben")	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)
senneforum.de (ePaper)	SenneFORUM Dieter Erichland-wehr (Schloß Holte-Stukenbrock)
senne-rundschau.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Schloß Holte-Stukenbrock)	Werbedruck Zünkler GmbH & Co. KG (Bielefeld)
stadtjournal-shs.de (ePaper)	K&J Verlag Ilske GbR (Schloß Holte-Stukenbrock)
stadtjournal.tv	ILSKE DRUCK & MEDIA (Schloß Holte-Stukenbrock)
trend-lokal.de	Record Team Marketing GmbH (Langenberg)
verler-leben.de (Website derzeit jedoch ohne redaktionellen Content und ohne ePaper-Zugang)	Martina und Lothar Werner (Verl)
verler-magazin.de (Website derzeit jedoch ohne redaktionellen Content und ohne ePaper-Zugang)	Verler Magazin GbR (Schloß Holte-Stukenbrock)
wirtschaft-regional.net/kreis/ guetersloh	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
zumstickling-druck.de (ePaper der Stadt-Magazine: "Bonewie"	Druckerei zum Stickling GmbH (Gütersloh)
"Unser Rietberg")	

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radioguetersloh.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Gütersloh e.V. (Gütersloh); audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

gueterslohtv.de (Web-TV)	Gütersloh TV Matthias Kirchhoff (Gütersloh)
--------------------------	---

**Online-Only-Angebote**

deincarl.de	Kerstin Moseler (Verl)
dein-guetersloh.de	
dein-shs.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG (Bielefeld/Rheda-Wiedenbrück)
dein-verl.de	
rietberg-app.de	
harsewinkler.net	novalokal GmbH (Harsewinkel)
herzeblog.de	Christina Vredenburg (Herzebrock-Clarholz)
kukon.net/guetersloh (lokale Unterseiten für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Gütersloh)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)
mastholte-online.de	Starkes Mastholte e. V. zwischen Ems und Lippe (Rietberg)
mein-spoeggskan-markt.de	Timo Röwekamp (Harsewinkel)
owl-journal.de/category/kreis-guetersloh	Jürgen Riedel (Bielefeld)
paradiesbauer.de	Jürgen Zimmermann (Gütersloh)
rietberg-lebt.de	code-x GmbH (Paderborn)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.15 Online-Angebote in Herford (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nw.de	
nw.de/lokal/kreis_herford (mit sublokalen Unterseiten für alle 9 Städte und Gemeinden im Kreis Herford)	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/herford	
westfalen-blatt.de	
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Herford (mit sublokalen Unter-seiten für alle 9 Städte und Gemeinden im Kreis Herford)	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
owl-am-sonntag.de	Panorama Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH (Bielefeld)
owl-am-sonntag.de/ausgaben (ePaper "OWL am Sonntag", Ausgabe Kreis Herford)	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
hoch5.com (ePaper der Stadt-Magazine: "DU & ICH" (für die Gemeinde Rödinghausen) "Elsestifte" (für die Gemeinde Kirchlengern) "Eselsohr" (für die Stadt Bünde) "52 8" (für den Kreis Herford)	HOCH5 GmbH & Co. KG (Bünde)
"PEAK" (mit regionaler Ausrichtung für Ostwestfalen))	
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Fritz" für den Kreis Herford)	Pastoraler Raum Wittekindland (Herford); Bonifatius GmbH (Paderborn)
life-buende.de (ePaper Stadt-Magazin "Life")	Life 2000 Verlags GmbH (Bünde)
mr-flo.life	
lippischer-anzeiger.de (derzeit im Relaunch-Modus und inaktiv)	Lippischer Anzeiger Extrapoint UG (Herford)
panoramaverlag.e-pages.pub/titles (ePaper des Stadt-Magazins "Wir in Löhne")	Panorama Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH (Bielefeld)
spenger-echo.com (ePaper)	KV Verlag Claudia Vogt (Spenge)
stadtgesprach-online.com (ePaper Magazin "Stadtgespräch" für den Kreis Herford)	News Paper Werbung und Verlag GmbH & Co. KG (Melle/Nds.)
wirtschaft-regional.net/kreis/ herford	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioherford.de	Veranstaltergemeinschaft Radio Wittekindland Herford e.V. (Herford)/audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
herford-aktuell.app	Herford-aktuell GbR (Lübbecke)
100prozentherford.de	lokalpioniere GmbH & Co. KG (Rheda-Wiedenbrück)
kukon.net/herford (lokale Unterseiten für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Herford)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
owl-journal.de/category/kreis-herford	Jürgen Riedel (Bielefeld)
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	
Tab. A59.16 Online-Angebote in Höxter (Kreis)	
Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nw.de	
nw.de/lokal/kreis-hoexter (mit sublokalen Unterseiten für alle 10 Städte und Gemeinden im Kreis Höxter)	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/hoexter	
westfalen-blatt.de	
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Hoexter (mit sublokalen Unter-seiten für alle 10 Städte und Gemeinden im Kreis Höxter)	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
beverunger-rundschau.de	
dtoday.de/beverungen/lokal-nachrichten.html	
owzzumsonntag.de (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Höxter)	OWZ-Verlags GmbH (Hofgeismar/HE)
warburgzumsonntag.de	
kurier-verlag.net/bad-driburger-kurier (ePaper)	
kurier-verlag.net/höxter-kurier (ePaper)	
kurier-verlag.net/seniorenzeitung-weserbergland (ePaper)	Kurier-Verlag GmbH & Co. KG (Horn-Bad Meinberg)
kurier-verlag.net/steinheimer-blickpunkt (ePaper)	
owl-am-sonntag.de	
owl-am-sonntag.de/ausgaben (ePaper "OWL am Sonntag", Ausgabe Kreis Höxter)	Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH (Bielefeld)
schaufenster-epaper.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Höxter)	Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn Weserland-Verlag GmbH (Holzminden/Nds.)
unserort.de/bad_driburg	
unserort.de/borgentreich	
unserort.de/brakel	
unserort.de/marienmuenste	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/nieheim	
unserort.de/steinheim	
unserort.de/willebadessen	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Geh mit!" für den Kreis Höxter)	Pastoraler Raum Brakeler Land (Brakel); Bonifatius GmbH (Paderborn)
mitteilungsblatt-bad-driburg.de/e-Paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-marnie.de/e-paper (ePaper "Mitteilungsblatt Marienmünster & Nieheim")	
mitteilungsblatt-steinheim.de/e-paper (ePaper)	
wir-in-bwb.de/e-Paper (ePaper "Wir in Brakel Willebadessen Borgentreich")	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
panoramaverlag.e-pages.pub/titles (ePaper der Stadt-Magazine:	
"Brakel erleben"	Stadt Brakel (Brakel); Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH (Bielefeld)
"Desenberg Bote"	
"Steinheim erleben"	
"Treffpunkt Nieheim")	Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH (Bielefeld)
wildwechsel.de (mit regionaler Ausrichtung auch für den Kreis Paderborn)	Wildwechsel Redaktion. Verlag. Agentur Fedor Waldschmidt (Warburg)
wirtschaft-regional.net/kreis/ hoexter	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiohochstift.de (auch für den Kreis Paderborn)	Veranstaltergemeinschaft Radio Paderborn-Höxter e. V. (Paderborn); audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
stadttv-warburg.de (Web-TV)	StadtTV Warburg Jochen Müller (Warburg)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bad-driburg-aktuell.info	
bad-driburg-im-blick.chayns.net	Alexander Bieseke (Bad Driburg)
bad-driburg-news.de	
brakel-news.de	
hoexter-news.de	Deutschland News WBH UG (Holzminden/Nds.)
marienmuenster-news.de	
nieheim-news.de	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
steinheim-news.de	
warburg-news.de	
bredenborn.de	Projektgruppe "Dorf.Zukunft. Digital" Bredenborn (Marienmünster)
dieaktuellekamera-weser.de (mit Einzugsgebiet Kreis Höxter)	Redaktionsbüro Sylvia Genenger (Holle/Nds.)
fubanews-hx.de	FuBaNews HX Gbr (in Gründung) (Höxter)
kukon.net/hoexter (lokale Unterseiten für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Höxter)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)
lauenfoerde-aktuell.com/ beverungen	
lauenfoerde-aktuell.com/lk-höxter	Martin Zühlsdorf (Lauen-förde/Nds.)
neuenheerse.de	Heinz Kubicki (Bad Driburg)
nieheim-eversen.de	Dorfgemeinschaft Eversen/ August Fischer (Nieheim)
owl-journal.de/category/kreis-hoexter	Jürgen Riedel (Bielefeld)
owl-regional.de/category/ lokales/kreishoexter	Matthias Dux (Steinheim)
unser-bad-driburg.de	Hubertus Holdgrewe (Bad Driburg); lokalpioniere GmbH & Co. KG (Rheda-Wiedenbrück)
voerden-digital.de	Interessengemeinschaft DZD-Vörden (Marienmünster)
welda.de	Dorfgemeinschaft Welda e.V. (Warburg)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.17 Online-Angebote in Lippe (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
lz.de	
lz.de/lippe (mit sublokalen Unter-seiten für alle 16 Städte und Gemeinden im Kreis Lippe)	Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)
nw.de	
nw.de/lokal/kreis_lippe (mit sublokalen Unterseiten für alle 16 Städte und Gemeinden im Kreis Lippe)	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/detmold	
fupa.net/region/lemgo	
westfalen-blatt.de	
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Lippe	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Lippe/Kalletal	
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Lippe/Schlangen	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
dewezet.de/region/bad-pyrmont/luegde.html	Deister- und Weserzeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hameln/Nds.)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
dasblatt.de/themen/bad-salzuflen	InSign A. + D. Klee GbR (Leopoldshöhe)
dasblatt.de/themen/leopoldshoehe	
dasblatt.de/themen/oerlinghausen	
hallo-hameln-pyrmont.de/e-paper-aktuell (ePaper "Hallo Pyrmont"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Lügde/Schieder-Schwalenberg)	Weser-Region Werbeverlag GmbH (Hameln/Nds.)
kurier-verlag.net/detmolder-kurier (ePaper)	Kurier-Verlag GmbH & Co. KG (Horn-Bad Meinberg)
kurier-verlag.net/stadt-anzeiger (ePaper; für Horn-Bad Meinberg)	
lippe-aktuell.de (mit Einzugsgebiet im nördlichen Teil des Kreises Lippe)	Oppermann Druck- und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Rodenberg/Nds.)
lippische-neueste-nachrichten.de (in drei Unterausgaben für den Kreis Lippe, derzeit jedoch ohne redaktionellen Content und ohne kostenfreien ePaper-Zugang)	Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)
neue-woche.com/lokale-nachrichten/nachrichten-bad-pyrmont-luedge (mit Einzugs-bereich auch im Raum Lügde)	Neue Woche Verlag GmbH (Hameln/Nds.)
newsgo.de	Strohmeier Medien Werbeagentur GmbH (Lemgo)
newsgo.de/e-paper (ePaper "Lippische Wochenschau insider" und "Telegraf")	
nordlipper.de/e-paper-aktuell (ePaper "Nordlippischer Anzeiger")	Nordlippischer Anzeiger GmbH (Extertal)
postillon.com/aktuelle-ausgabe.html (ePaper)	Postillon Verlag Inh. Peter Thiele e.K. (Lage)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
acm-marketing.de/ueber-uns (ePaper Stadt-Magazin "Treffpunkt"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Lügde/Schieder-Schwalenberg)	ACM Agentur für Creatives Marketing GmbH (Bad Pyrmont/Nds.)
blomberger-anzeiger.de	Werbeagentur Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold); brink-medien GmbH & Co. KG (Blomberg)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
detmold.ihk.de/servicenavigation/ presse-und-oeffentlichkeit/ihk-magazin-lippe-wissen-wirtschaft/lippe-wissen-wirtschaft2020 (ePaper Wirtschafts-Magazin "Lippe Wissen&Wirtschaft"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Detmold)	Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold (Detmold); Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)
dorfmagazin.de (ePaper)	3r-Werbung kreativlipper.de Dirk Dreier (Detmold)
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Zoom" für die Region Süd-Lippe)	Pastoraler Raum Südlippe-Pyrmont (Lügde); Bonifatius GmbH (Paderborn)
lima.nrw (ePaper "LiMa Lippe Magazin")	amm GmbH & Co. KG (Lemgo)
lippeportal.de (ePaper Stadt-Magazin "Lippeportal")	Mathias Teutrine Druck und Verlag (Detmold)
reporter-lippe.de (ePaper Stadt-Magazin "Lippe Reporter")	
marketing-extertal.de/info-magazin (ePaper Stadt-Magazin "Extertal Spiegel")	Marketing Extertal e.V. (Extertal)
monokel.eu (ePaper der Ausgabe Lippe des Magazins "Monokel")	Werk 2 Werbeagentur Markus Galla (Bielefeld)
panoramaverlag.e-pages.pub/titles (ePaper des Stadt-Magazins "Kalletaler Blick")	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)
salzstreuner.de	Herzstück Werbeagentur Rainer Tautz (Bad Salzuflen)
tbv-lemgo-lippe.de/medien/echo (ePaper Magazin "Echo")	TBV Lemgo GmbH & Co. KG (Lemgo); Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)
unser-augustdorf.de (ePaper Stadt-Magazin "Der Augustdorfer")	
unser-hiddesen.de (ePaper Stadt-Magazin "Unser Hiddesen")	Sonja Reichmann (Augustdorf)
willkommen-in-lippe.de (ePaper MigrantInnen-Magazin "NiL Neu in Lippe")	Kommunales Integrationszentrum des Kreises Lippe (Detmold); Lippisches Medienhaus Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)
wirtschaft-regional.net (mit regionaler Ausrichtung für die Regionen Ostwestfalen-Lippe/Osnabrück/Münster)	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
wirtschaft-regional.net/kreis/lippe	

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radiolippe.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Lippe e.V. (Detmold); audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
radio-aktiv.de/index.php/aktuell/luegde Einzugsbereich auch im Raum Lügde	(mit radio aktiv e.V. (HamelN/Nds.)
radio-blomberg.de (Web-Radio)	Blomberg Medien Markus Bültmann (Blomberg)
triquency.de	Radio TRIQUENCY e.V. (Lemgo); Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe (Lemgo)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
blomberg-erleben.de/blomberg-tv (Web-TV)	brink-medien GmbH & Co. KG (Blomberg)
dreist.tv	Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Fachbereich Medienproduktion (Lemgo)
kurier-verlag.net/aktuelles (Web-TV)	Kurier-Verlag GmbH & Co. KG (Horn-Bad Meinberg)
sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-detmold (mit regionaler Ausrichtung für den RB Detmold)	WestCom Medien GmbH (Dortmund)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
augustdorfernachrichten.de	Augustdorfer Nachrichten (Gütersloh)
billerbeckinlippe.de	Heimatsfreunde Naptetal e.V. (Horn-Bad Meinberg)
blomberg-voices.de	Blomberg Medien Markus Bültmann (Blomberg)
medien-lippe.de (inhalstgleich)	
derlemgoer.de	Andreas Leber (Lemgo)
detmolder-zeitung.de	KRUNICmedia Goran Kronic (Paderborn)
elbrinxen.info	Heimat- und Verkehrsverein Elbrinxen e.V. (Lügde)
emmer.zone/news	Holger Busch (Lügde)
kukon.net/detmold (lokale Unterseiten für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Lippe)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lage.online	Sven Stiller & Ingrid Thiele GbR (Lage); Der Postillon Peter Thiele e.K. (Lage)
lemgoliebe.de	Identitätsstiftung GmbH (Hannover/Nds.)
leopoldshoehernachrichten.de	Dohna & Dombert GmbH (Leopoldshöhe)
lippe-kick.de	Heinz Klefisch (Detmold)
lippe-news.de	Jendrkowiak und Menge GbR (Lemgo)
lipperreihe.info	Leben in Lipperreihe e.V. (Oerlinghausen)
mein-lemgo.de	Michael Pitt (Lemgo)
owl-journal.de/category/kreis-lippe	Jürgen Riedel (Bielefeld)
owl-regional.de/category/lokales/kreis-lippe	Matthias Dux (Steinheim)
rinteln-aktuell.de/category/extertal	4V-Media.de Igor Vucinic (Rinteln/Nds.)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.18 Online-Angebote in Minden-Lübbecke (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
mt.de	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden)
nw.de nw.de/lokal/kreis_minden_luebbecke	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
westfalen-blatt.de westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Minden-Luebbecke	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
diekiepe.de (ePaper)	Die Kiepe Verlags GmbH (Rahden)
kloensnack.de (ePaper)	Digitales - Gesellschaft für Print- und Infomedien mbH (Wagenfeld/Nds.)
stemweder-bote.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
weserspucker.de [Ausg. Minden] (ePaper)	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden)
weserspucker.de [Ausgaben Bad Oeynhausen und Lübbecke] (ePaper)	Weser Verlag GmbH & Co. KG (Bielefeld)
willem-online.de (ePaper)	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden)/OWL Redaktionsservice GmbH (Minden)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
espekamer-nachrichten.de (ePaper)	Ulrich & Martin Meyer GmbH & Co. KG (Espelkamp)
stadtgesprach-luebbecke.de (ePaper)	
hiller-anzeiger.de	IT Rechenwerk GmbH (Hille)
hoch5.com (ePaper des Stadt-Magazins "MOMENTE")	Staatsbad Bad Oeynhausen GmbH (Bad Oeynhausen); HOCH5 GmbH & Co. KG (Bünde)
kirchenmagazine.de (ePaper Kirchen-Magazin "Nah dran" für die Region Minden)	Pastoralverbund Mindener Land (Minden); Bonifatius GmbH (Paderborn)
kiekmalrin.de (ePaper)	Werbeagentur Promo & Co. (Hüllhorst)
kölle-druck.de/rundblick_online (ePaper des Magazins "Preußisch Oldendorfer Rundblick")	Kölle-Druck GmbH (Preußisch Oldendorf)
mindenertageblatt.de/mt_magazine/hille_extra (ePaper)	
mindenertageblatt.de/mt_magazine/petershagen_extra (ePaper)	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden)
news-dasmagazin.de	
ideeproporta.de/porta-magazin (ePaper)	Bruns Verlags-GmbH & Co. KG (Minden); Idee pro Porta e.V. (Porta Westfalica)
petershaeger-anzeiger.de	WIP Medien GmbH & Co. KG (Petershagen)
senioren-journal.de (ePaper)	S. D. Senioren-Dienstleistungs-GmbH & Co. KG (Minden)
stadtgefluester.de	Verlag & Agentur stadtgeflüster GbR (Minden)
trendjournal.de	Trend Verlag GmbH & Co. KG (Porta Westfalica)
wirtschaft-regional.net/ kreis/minden-luebbecke	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiowestfalica.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Minden-Lübbecke e.V. (Minden)/ audio media service Produktions-gesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Only-Angebote</b>	
friedewalde.de	Jürgen Krüger (Petershagen)
hallo-luebbecke.de	Hallo Lübbecke GbR (Lübbecke)
hallo-minden.de	Marc Rabe (Minden)
hillerwebblatt.de	HillerWebBlatt e.V. (Hille)
inminden24.de	Idee pro Porta e.V. (Porta Westfalica)
inporta24.de	
kukon.net/minden (lokale Unterseiten ebenso für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Minden-Lübbecke)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)
owl-journal.de/category/kreis-minden-luebbecke	Jürgen Riedel (Bielfeld)
wir-in-hille.de	Jens-Karsten Krentscher (Hille)
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	

Tab. A59.19 Online-Angebote in Paderborn (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nw.de	
nw.de/lokal/kreis_paderborn (mit sublokalen Unterseiten für alle 10 Städte und Gemeinden im Kreis Paderborn)	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG (Bielefeld)
fupa.net/region/paderborn	
westfalen-blatt.de	
westfalen-blatt.de/OWL/Kreis-Paderborn (mit sublokalen Unter-seiten für alle 10 Städte und Gemeinden im Kreis Paderborn)	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG (Bielefeld)
derpatriot.de/lokales/geseke.html (mit Einzugsgebiet auch im Raum Büren/Salzkotten)	Zeitungsverlag Der Patriot GmbH (Lippstadt)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

neueregionale.com (ePaper "NR Neue Regionale"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Bad Wünnenberg, Büren, Salzkotten)	Gröne & Partner GmbH (Geseke)
owl-am-sonntag.de	Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)
owl-am-sonntag.de/ausgaben (ePaper "Paderborn am Sonntag")	Pader-Verlag GmbH (Paderborn)
unserort.de/altenbeken	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/bad_wuennenberg	

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

bad-lippspringer-nachrichten.de (ePaper)	HEGGEMANNMEDIEN GmbH (Bad Lippsprunge)
leben-im-paderborner-land.de (ePaper)	

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
paderborner-journal.de (ePaper)	
delbruecker-stadtpost.de (ePaper)	Panorama Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH (Bielefeld)
derdom.de (mit regionaler Ausrichtung für das Erzbistum Paderborn)	Bonifatius GmbH (Paderborn)
kirchenmagazine.de (ePaper der Kirchen-Magazine:	
"ImPuls"	Pastoraler Raum an Egge und Lippe (Bad Lippspringe); Bonifatius GmbH (Paderborn)
"Paderborn: jetzt")	Pastoralverbund Paderborn Nord- Ost-West (Paderborn); Bonifatius GmbH (Paderborn)
egge-rundblick.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-lichtenau-wuennen-berg.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
heft.de (ePaper Stadt-Magazin "HEFT")	„das HEFT“ Zeitschriftenverlag Harald Morsch (Paderborn)
hochglanz-paderborn.de (ePaper Stadt-Magazin "Hochglanz")	HOCHGLANZ Stadtmagazin UG (Paderborn)
hoevelhofer-rundschau.de (ePaper)	Verkehrsverein Hövelhof e.V. (Hövelhof)
lichtenau.de/42-Stadtinformation-Wirtschaft- Energie/461-Marketinggemeinschaft-Stadt- Lichtenau-Westf.-e.V..html (ePaper Stadt-Magazin "Die 15")	Marketinggemeinschaft Stadt Lichtenau/Westfalen e.V. (Lichtenau)
panoramaverlag.e-pages.pub/titles (ePaper der Stadt-Magazine:	
"Borchen aktuell"	Gemeinde Borchen (Borchen); Panorama Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH (Bielefeld)
"Sintfeld Bote")	Stadt Bad Wünnenberg (Bad Wünnenberg); Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH (Bielefeld)
stadtquelle-salzkotten.de (ePaper)	Hüppmeier Marketing & Design GmbH (Salzkotten)
wirtschaft-regional.net/kreis/ paderborn	Press Medien GmbH & Co. KG (Detmold)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radiohochstift.de (auch für den Kreis Höxter)	Veranstaltergemeinschaft Radio Paderborn-Höxter e. V. (Paderborn); audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

l-uni.co	L'UniCo – Campusradio Paderborn e.V. (Paderborn)
----------	--

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

saelzer.tv (Web-TV)	Stadtfernsehen Salzotten e.V. (Salzkotten)
---------------------	--

**Online-Only-Angebote**

bueren.info	INREMA GmbH (Büren)
hochstift-anzeiger.de (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Höxter)	Gerald Kaufmann (Paderborn)
paderblogger.de	
kukon.net/paderborn (lokale Unterseiten für alle weiteren Städte und Gemeinden des Kreises Paderborn)	B.Tyce Kommunikationsdesign (Bielefeld)
marktown.de	Adalbert Höber (Delbrück)
news-paderborn.de	
paderborner-zeitung.de	KRUNICmedia Goran Kronic (Paderborn)
paderzeitung.de	
owl-journal.de/category/kreis-paderborn	Jürgen Riedel (Bielefeld)
paderborner-wirtschaftsbrief.de	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn mbH (Paderborn); code-x GmbH (Paderborn)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.20 Online-Angebote in Duisburg (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	
nrz.de/staedte/duisburg	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/duisburg (zusätzliche Unterseiten für Duisburger Stadtteile)	sublokale

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
derwesten.de	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
derwesten.de/staedte/duisburg	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ duisburg	
fupa.net/region/duisburg-muelheim-dinslaken	
express.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
express.de/nrw/duisburg	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lokalkompass.de/duisburg	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/#duisburg (ePaper "Wochen-Anzeiger", Ausgabe Duisburg Mitte/Süd, Ausgabe Duisburg-Nord, Ausgabe Duisburg-West)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkurier.info (ePaper "lokalkurier" für Düsseldorf-Nord und Duisburg-Süd)	
stadt-panorama.de/niederrhein/ duisburg	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH (Krefeld)
stadt-panorama.de/e-paper (ePaper "Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Duisburg-West)	

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

der-meidericher.de (ePaper Stadtteil-Zeitung "Der Meidericher")	DOPPELPUNKT Werbeagentur & Verlag Heike Wiehe (Duisburg)
focus.de/regional/duisburg	FOCUS Online Group GmbH (München)
handwerk-duisburg.de/news/handwerk.html (ePaper "Duisburger Handwerk")	Kreishandwerkerschaft Duisburg (Duisburg); RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
martinlukas.net/downloads (ePaper Stadtteil-Magazin "IAMMARXLOH")	Runder Tisch Marxloh e.V. (Duisburg)
nordbote.info/download (ePaper Stadtteil-Zeitung "Nord Bote", für Duisburg-Süd und Düsseldorf-Nord)	Dietmar Oelsner (Düsseldorf)
zeit.de/thema/duisburg	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radioduisburg.de	Veranstaltergemeinschaft für Radio Duisburg e.V. (Duisburg); FUNKE MEDIEN NRW GmbH (Essen)
------------------	--

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
campusfm.info (auch für die Stadt Essen)	CampusFM e.V. (Essen)

<b>Online-Angebote des WDR</b>	
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ duisburg (mit regionaler Ausrichtung für Duisburg und Umgebung/Niederrhein)	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Duisburg (Duisburg)

<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
studio47.de	STUDIO 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co. KG (Duisburg)

<b>Online-Only-Angebote</b>	
akduell.de (auch für die Stadt Essen)	Allgemeiner Studierenden-ausschuss Universität Duisburg-Essen (Essen)
bz-duisburg.de	BZ-Duisburg Jochem Knörzer (Hamminkeln)
duisblog.com	Peter Ansmann (Duisburg)
duistop.de	Michael Schulze (Duisburg)
lokalklick.eu/category/ort/ duisburg	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
rundschau-duisburg.de	Rundschau Duisburg UG Petra Grünendahl (Duisburg)
xtranews.de	Manuele Ihnle (Duisburg)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.21 Online-Angebote in Düsseldorf (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/ duesseldorf	
rp-online.de/nrw/staedte/duesseldorf/stadtteile	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
duesseldorf-tonight.de	
fupa.net/region/duesseldorf	
wz.de	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal; Zweigniederlassung Düsseldorf)
wz.de/nrw/duesseldorf	
nrz.de	
nrz.de/staedte/duesseldorf	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
express.de	
express.de/duesseldorf	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
bild.de	Axel Springer SE (Berlin)
bild.de/regional/duesseldorf	Axel Springer SE (Berlin); Bild-Redaktion Köln (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
faz.net/aktuell/politik/ thema/duesseldorf	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (Frankfurt/M.)
handelsblatt.com (mit überregionaler Ausrichtung)	Handelsblatt GmbH (Düsseldorf)
welt.de/themen/duesseldorf	Axel Springer SE (Berlin); Welt-Radaktion Düsseldorf (Düsseldorf)

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

duesseldorfer-anzeiger.de; duesseldorfer-anzeiger.de/e-paper (ePaper "Düsseldorfer Anzeiger" Ausgaben Mitte, Nord, Süd)	City Anzeigenblatt GmbH (Düsseldorf)
lokalkompass.de/duesseldorf	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
lokalkurier.info (ePaper "lokalkurier" für Düsseldorf-Nord und Duisburg-Süd)	

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

biograph.de	biograph Verlag Peter Liese
cube-magazin.de/ magazin/duesseldorf	b1 communication GmbH (Düsseldorf)
dex-magazin.de	DEX Magazin Susanne Mendack (Düsseldorf)
djournal.de	DJournal GmbH (Düsseldorf)
duesseldorf.ihk.de/ihk-magazin (ePaper; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Düsseldorf)	Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf (Düsseldorf); Rheinische Post Verlagsgesellschaft (Düsseldorf)
fiftyfifty-galerie.de (ePaper Magazin "fiftyfifty")	asphalt e.V. – Verein zur Förderung obdachloser und armer Menschen (Düsseldorf)
focus.de/regional/duesseldorf	FOCUS Online Group GmbH (München)
gruenstift-duesseldorf.de (ePaper lokales Umweltmagazin "grünstift")	Umwelt-Zentrum Düsseldorf e.V. (Düsseldorf)
libelle-magazin.de	Libelle Verlags GmbH (Düsseldorf)
loox.com	MESSEMAGAZIN VERLAG GmbH (Düsseldorf)
nordbote.info/download (ePaper Stadtteil-Zeitung "Nord Bote", für Duisburg-Süd und Düsseldorf-Nord)	Dietmar Oelsner (Düsseldorf)
mein-kaiserswerth.de (ePaper)	rmt media Ralf Michael Tewes (Ratingen)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
nordbote.info/download (ePaper Stadtteil-Zeitung "Nord Bote", für Duisburg-Süd und Düsseldorf-Nord)	Dietmar Oelsner (Düsseldorf)
rhein-ruhr-magazin.de/rrm/hp/ tag/duesseldorf	Nordis Verlag GmbH (Essen)
stadtteilmagazine.de/bilker-bote (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/duessel-depesche (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/eller-echo (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/flingern-aktuell (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/gerresheimer-gazette (ePaper)	AZ Druck & Verlag GmbH (Korschenbroich); Frank Holzberg (Düsseldorf)
stadtteilmagazine.de/kaiserswerther-kurier (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/nord-kurier (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/oberkasseler-observer (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/der-rundblick (ePaper)	
stadtteilmagazine.de/zoo-magazin (ePaper)	
terz.org (ePaper "Terz")	TERZ Stattzeitung FGK e.V. (Düsseldorf)
top-magazin-duesseldorf.de	Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH (Düsseldorf)
vivid-magazin.de	Coco & Bill Publishing GmbH (Düsseldorf)
zeit.de/thema/duesseldorf	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)
zoom-duesseldorf.net	Strategy Marketing- und Werbeagentur GmbH (Düsseldorf)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
antenneduesseldorf.de	Veranstaltergemeinschaft Lokaler Rundfunk Düsseldorf e. V. (Düsseldorf); Lokalradio Düsseldorf Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Düsseldorf)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
himmelunderdeonline.de (mit regionaler Ausrichtung für alle Lokalradios in NRW)	Redaktion PEP (Düsseldorf); Redaktion KiP (Oberhausen)
hochschulradio.de	Hochschulradio Düsseldorf e.V. (Düsseldorf)
<b>Online-Angebote des WDR</b>	

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ regionaler Ausrichtung für Umgebung/Niederrhein	duesseldorf (mit und Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Düsseldorf (Düsseldorf))
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-duesseldorf regionaler usrichtung für den RB Düsseldorf)	(mit WestCom Medien GmbH (Dortmund))
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bilkorama.de	Michael Köster (Düsseldorf)
city-news.de/duesseldorf	City News Paul Schütte (Troisdorf)
dein-duesseldorf.de	Dein Düsseldorf Alfred Heide (Mönchengladbach)
duesseldorf-blog.de	osicom gmbh (Düsseldorf)
lust-auf-duesseldorf.de	
duesseldorf-magazin.info	Hayit Medien Mundo Marketing GmbH (Köln)
duesseldorf-wirtschaft.de	G-sign Online-Services – Georg Lanze (Düsseldorf)
ground-d.com	Nils Buske (Düsseldorf)
kulturnews.de/stadt/duesseldorf	bunkverlag GmbH (Hamburg)
kunstbar.de/home/tag/Düsseldorf	Dr. Christoph Blank (Düsseldorf)
laxary.de/duesseldorf	NexTao GmbH - Digital Marketing Agentur (Düsseldorf)
lokalbuero.com	Wolfgang Harste, Ulrich Altmann (beide Düsseldorf)
neue-duesseldorfer-online-zeitung.de	Zellwerk GmbH & Co. KG (Düsseldorf)
nrwhits.de (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	Hi-Media Deutschland AG (Düsseldorf)
prinz.de/duesseldorf	urbanite Location Based Media GmbH (Hamburg)
report-d.de	Report-D Media e.K. Ute Neubauer/Dirk Neubauer (Düsseldorf)
rhein-duesseldorf.de	Kunst und Kultur Magazin Peter Irschik (Ratingen)
rhein-magazin-duesseldorf.de (mit regionaler Ausrichtung für die Rhein-Region zwischen Düsseldorf und Köln)	Rainer Bartel (Düsseldorf)
the-duesseldorfer.de	
sportstadt-duesseldorf.de	D.LIVE GmbH & Co. KG (Düsseldorf)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
tag24.de/nachrichten/regionales/duesseldorf	TAG24 NEWS Deutschland GmbH (Dresden); TAG24 Redaktion Köln (Köln)
thedorf.de	Tina Husemann & Kai David Holtkamp GbR (Düsseldorf)
t-online.de/region/duesseldorf	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
wirtschaftspodcast-duesseldorf.de	ROTONDA Business Club GmbH & Co. KG (Köln; Zweigniederlassung Düsseldorf); Industrie- und Handelskammer Düsseldorf (Düsseldorf)
xity.de/Nachrichten/duesseldorf	Xity Online GmbH (Düsseldorf)
youpod.de	Trägerverein des Jugendringes Düsseldorf e.V. (Düsseldorf)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.22 Online-Angebote in Essen (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	
nrz.de/staedte/essen	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/essen (zusätzliche sublokale Unterseiten für Essener Stadtteile)	
derwesten.de	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
derwesten.de/staedte/essen	
fupa.net/region/essen	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
bild.de	Axel Springer SE (Berlin)
bild.de/regional/ruhrgebiet (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Axel Springer SE (Berlin); Bild-Redaktion Ruhrgebiet (Essen)
express.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
express.de/essen	
faz.net/aktuell/politik/thema/essen	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (Frankfurt/M.)
welt.de/themen/essen-stadt	Axel Springer SE (Berlin); Welt-Redaktion Essen (Essen)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
fas.ruhr (ePaper "Früh am Sonntag", Ausgabe Essen-Ruhrhalbinsel)	FAD Werbeverlag GmbH (Velbert); Glück auf Ruhrpott GmbH (Essen)
lokalkompass.de/essen	
lokalkompass.de/essen-borbeck	
lokalkompass.de/essen-kettwig	FUNKE NRW
lokalkompass.de/essen-nord	Wochenblatt GmbH
lokalkompass.de/essen-ruhr	(Essen); Ostruhr-
lokalkompass.de/essen-steele	Anzeigenblatt-
lokalkompass.de/essen-sued	gesellschaft mbH & Co.
lokalkompass.de/essen-werden	KG (Lünen)
lokalkompass.de/essen-west	
epaper.lokalkompass.de/#borbeckkurier (ePaper "StadtSpiegel", Ausgabe Borbeck Kurier/Nord-Anzeiger/West-Anzeiger)	
epaper.lokalkompass.de/ #kettwigkurier (ePaper "StadtSpiegel", Ausgabe Kettwig Kurier/Werden Kurier)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/#ruhrkurier (ePaper "StadtSpiegel", Ausgabe Steeler Kurier/Ruhr Kurier)	
epaper.lokalkompass.de/ #suedanzeiger_essen (ePaper "StadtSpiegel", Ausgabe Süd-Anzeiger)	
supertipp-online.de (mit Einzugsgebiet auch in Essen-Werden)	Super Tipp Medien GmbH (Velbert)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bene-magazin.de (ePaper Kirchenmagazin "BENE"; mit regionaler Ausrichtung für das Bistum Essen)	Bistum Essen (Essen)
cube-magazin.de/magazin/ ruhrgebiet (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	b1 communication GmbH (Düsseldorf)
essen.ihk24.de (ePaper Wirtschafts- magazin "meo"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Essen)	Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen (Essen); Bonifatius GmbH (Paderborn)
essenz-magazin.de	essenz magazin Metropole Rhein-Ruhr (Essen)
focus.de/regional/essen	FOCUS Online Group GmbH (München)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
handwerk-essen.de/news/essener-handwerk.html Wirtschaftsmagazin "Essener Handwerk")	(ePaper) Kreishandwerkerschaft Essen (Essen); RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
kettwiger-momente.de (ePaper)	Rafael Tewes (Essen)
kulturwest.de	K-West Verlag GmbH (Essen)
offguide.de	Christiane Mihoci (Essen)
regiomanager.de (mit regional gesplitteter Ausrichtung für alle Regionen und Regierungsbezirke in NRW)	Regio Manager GmbH (Essen)
reviersport.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
rhein-ruhr-magazin.de/rrm/hp/ tag/essen/	Nordis Verlag GmbH (Essen)
sportiwo-magazin.de	RuhrGesicht Dirk Schäfer (Essen)
steeler-bürgerschaft.chayns.net (ePaper Stadtteil-Magazin "Magazin")	Steeler Bürgerschaft e.V. (Essen)
top-magazin.de/ruhr (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Metropol-Verlag-Ruhr UG (Essen)
waddische.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
zeit.de/thema/essen	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radioessen.de	Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk Essen e.V. (Essen); FUNKE MEDIEN NRW GmbH (Essen)
---------------	--

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

campusfm.info (auch für die Stadt Duisburg)	CampusFM e.V. (Essen)
fussball-inside.com	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)

#### Online-Angebote des WDR

wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ruhr mit regionaler Ausrichtung für Essen und das Ruhrgebiet)	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Essen (Essen)
--	---

#### Online-Only-Angebote

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
akduell.de (auch für die Stadt Duisburg)	Allgemeiner Studierenden-ausschuss Universität Duisburg-Essen (Essen)
borbeck.de; essen-borbeck.de	Borbecker Bürger- und Verkehrsverein e.V. (Essen); Initiativkreis Centrum Borbeck e.V. (Essen); Kultur-Historischer Verein Borbeck e.V. (Essen); PPR. personality partner GmbH (Essen)
die-erle.de	Hans-Joachim Steinsiek (Dornum); Jerra Steinsiek (Essen)
essenruhr.de	
essen-steele.de	Jürgen Schaaf (Essen)
informationsdienst.ruhr (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Regionalverband Ruhr (Essen)
kettwig-intern.de	Lazaridis Kosmas (Essen)
lokalklick.eu/category/ort/essen	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
lokalsportessen.de	Uwe Loch (Essen)
onlinezeitung.co/ index.php?id=5886	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
pottspott.de	Sebastian Becker (Essen)
ruettenscheid.de	Interessengemeinschaft Rüttenscheid e.V. (Essen)
t-online.de/region/essen/	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
xity.de/Nachrichten/essen	Xity Online GmbH (Düsseldorf)
kultur-base.de (mit überregionaler Ausrichtung)	Medienagentur Text & Bild Carina Greiffenberg (Essen)
nrw-aktuell.tv (mit überregionaler Ausrichtung für das Land NRW)	ANC-NEWS-TELEVISION GmbH/ Zentralredaktion Essen (Essen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.23 Online-Angebote in Kleve (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
nrz.de/staedte/emmerich-rees-isselburg	
nrz.de/staedte/kleve-und-umland	
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/emmerich	
rp-online.de/nrw/staedte/geldern	
rp-online.de/nrw/staedte/goch	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/kevelaer	
rp-online.de/nrw/staedte/kleve	
fupa.net/region/kleve-geldern	
fupa.net/region/rees-bocholt	

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

lokalkompass.de/bedburg-hau	
lokalkompass.de/emmerich	
lokalkompass.de/goch	
lokalkompass.de/kalkar	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/kleve	
lokalkompass.de/kranenburg	
lokalkompass.de/rees	
lokalkompass.de/uedem	
lokalkompass.de/weeze	
epaper.lokalkompass.de/ #gocher_wochenblatt (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #klever_wochenblatt (ePaper)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/ #stadtanzeiger_emmerich (ePaper)	
niederrhein-im-blick.de (ePaper des Anzeigenblatts "Niederrhein im Blick"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Wachtendonk)	AZ: Medienverlag Adrian Zirwes (Kempen)
niederrhein-nachrichten.de/ category/aus-den-orten/kreis_kleve	
niederrhein-nachrichten.de/ epaper (ePaper "Niederrhein Nachrichten", Ausgabe Emmerich, Ausgabe Geldern/Gelderland, Ausgabe Goch, Ausgabe Kevelaer, Ausgabe Kleve)	Niederrhein Nachrichten Verlag GmbH (Geldern)
unserort.de/issum	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/rheurdt	

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

blickpunkt-kevelaer.de	Krause & Schwarz GmbH (Kevelaer)
weezer-seiten.de (ePaper)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
der-klever.de (ePaper)	Der Klever UG (Kleve)
heimatverein-aldekerk.de (ePaper der Ortszeitung "Heimatblatt für Aldekerk, Obereyll, Rahm und Stenden")	Heimat & Verkehrsverein für Aldekerk e.V. (Kerken)
kevelaerer-blatt.de	MegaTop Verwaltungs GmbH (Kevelaer)
mitteilungsblatt-issum.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
mitteilungsblatt-rheurdt.de/e-paper (ePaper)	
uz-niederrhein.eu (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Wesel)	Medienhaus Niederrhein Rose Marie Kabanow (Kevelaer)
wiringeldern.de (ePaper)	Kempkens & van Treeck GbR (Geldern)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

antenneniederrhein.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Kleve e.V. (Kleve); Lokalradio Kreis Kleve Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Kleve)
-----------------------	---

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

radio-kevelaer.de (Web-Radio)	Fynn von der Höh (Kevelaer)
-------------------------------	-----------------------------

#### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

goch.tv (Web-TV)	Heimatverein Goch e.V. (Goch)
------------------	-------------------------------

#### Online-Only-Angebote

kle-app.de	Andreas Driessen (Kalkar)
kleveblog.de	Ralf Daute (Kleve)
lokalklick.eu/category/ort/kreis-kleve	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
niederrheinzeitung.de (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Kleve)	Niederrheinzeitung Petra Simons (Xanten)
tv-niederrhein.de	Silke Winnands (Goch)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.24 Online-Angebote in Krefeld (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/krefeld	
fupa.net/region/kempen-krefeld	
wz.de	
wz.de/nrw/krefeld	



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wz.de/nrw/krefeld/stadtteile	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal, Zweigniederlassung Krefeld)
express.de express.de/nrw/krefeld	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
mein-krefeld.de	
mein-krefeld.de/stadtteile/huels	
mein-krefeld.de/stadtteile/ fischeln	
mein-krefeld.de/stadtteile/ uerdingen	
mein-krefeld.de/e-paper (ePaper der Anzeigenblätter:	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH (Krefeld)
"Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Krefeld-Fischeln, Ausgabe Krefeld-Hüls, Ausgabe Krefeld-Uerdingen, Ausgabe Krefeld-Kempen (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Viersen)	
"StadtSpiegel", Ausgabe Krefeld (pausiert coronabedingt derzeit)	
niederrhein-im-blick.de (ePaper des Anzeigenblatts "Niederrhein im Blick"; mit Einzugsgebiet auch in einzelnen Krefelder Stadtteilen)	AZ: Medienverlag Adrian Zirwes (Kempen)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
crevelt.de	CREVELT media GmbH (Krefeld)
fischelner-woche.de (ePaper)	van Acken Druckerei & Verlag GmbH (Krefeld)
focus.de/regional/krefeld	FOCUS Online Group GmbH (München)
ihk-krefeld.de/de/oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilungen/ ihk-magazin.html (ePaper "IHK-Magazin", mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Niederrhein)	Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein (Krefeld); Rheinische Post Medien GmbH (Düsseldorf)
kredo-magazin.de	Kredo-Medien GmbH (Krefeld)
lifejournale.de/bockum (ePaper des Stadtteil-Magazins "bockum life")	
lifejournale.de/linn (ePaper des Stadtteil-Magazins "linn life")	
lifejournale.de/oppum (ePaper des Stadtteil-Magazins "oppum life")	Print/Media.Management (Krefeld)
lifejournale.de/uerdingen (ePaper des Stadtteil-Magazins "uerdingen life")	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lifejournale.de/huels (ePaper des Stadtteil-Magazins "Hüls life")	Stümges. Verlag & Vertrieb Tobias Stümges (Krefeld)
moveo-magazin.de (ePaper lokales Gesundheits-Magazin "moveo")	silk. Werbeagentur GmbH (Krefeld)
port01.com/magazin/Krefeld (ePaper des Stadt-Magazins "port 01 Krefeld")	appselect GmbH (Dresden); FN Management Michael Neppeßen/Torsten Feuring (Krefeld)
samtweberviertel.de/stadtteil-zeitung-die-samtweber (ePaper)	Urbane Nachbarschaft Samtweberei GmbH (Krefeld)
top-magazin.de/niederrhein (ePaper "Top Magazin Niederrhein"; mit regionaler Ausrichtung für Krefeld/Mönchen-gladbach und Umgebung))	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH (Krefeld)
wfg-krefeld.de (ePaper lokales Wirtschafts-Magazin "kreation")	WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH (Krefeld)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

welleniederrhein.de (auch für den Kreis Viersen)	Lokalfunk Krefeld-Viersen GmbH & Co. KG (Krefeld); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Stadt Krefeld/Kreis Viersen e. V. (Krefeld)
--	---

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

kulturfabrik-krefeld.de/radio	Kulturfabrik Krefeld e. V. (Krefeld)
-------------------------------	--------------------------------------

#### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

kraehennest-tv.de (Web-TV)	dembach mediaworks e.K. (Krefeld)
----------------------------	-----------------------------------

#### Online-Only-Angebote

blaulicht-news-krefeld.de	Leonhard Giesberts (Krefeld)
go-krefeld.de	AWS Marketing & Consulting-partner GmbH (Krefeld)
krefelderblatt.de	Philipp Maas Verlag (Mönchengladbach)
krefeld-erleben.de	Daniel Kamper (Willich)
kultur-in-krefeld.de	Kultur in Krefeld e.V. (Krefeld)
lokalklick.eu/category/ort/krefeld	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
uerdingen.info	Marcus Potthoff (Krefeld)
xity.de/Nachrichten/krefeld	Xity Online GmbH (Düsseldorf)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.25 Online-Angebote in Mettmann (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/erkrath	
rp-online.de/nrw/staedte/haan	
rp-online.de/nrw/staedte/hilden	
rp-online.de/nrw/staedte/ langenfeld	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ mettmann	
rp-online.de/nrw/staedte/ ratingen	
rp-online.de/nrw/staedte/ wuelfrath	
fupa.net/region/wuppertal-miederberg	
waz.de	
waz.de/staedte/heiligenhaus	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/velbert	
wz.de	
wz.de/nrw/kreis-mettmann/ erkrath	
wz.de/nrw/kreis-mettmann/haan-und-hilden	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal; Zweigniederlassung Düsseldorf)
wz.de/nrw/kreis-mettmann/ mettmann	
wz.de/nrw/kreis-mettmann/ velbert-neviges-und-wuelfrath	

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

haanertreff.de	Haaner Treff Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Haan)
lokal-anzeiger-erkrath.de	City Anzeigenblatt GmbH (Düsseldorf)
schaufenster-mettmann.de	
lokalkompass.de/hilden	
lokalkompass.de/heiligenhaus	
lokalkompass.de/langenfeld	
lokalkompass.de/monheim	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/ratingen	
lokalkompass.de/velbert	
lokalkompass.de/velbert-langenberg	
lokalkompass.de/velbert-neviges	
epaper.lokalkompass.de/ #ratingen_wochenblatt (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtanzeiger_niederberg (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #wochenanzeiger_hilden (ePaper)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/ #wochenanzeiger_langenfeld (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #wochenanzeiger_monheim (ePaper)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkurier.info (ePaper "lokalkurier" für Düsseldorf-Nord und Duisburg-Süd; mit Einzugsgebiet auch in Ratingen)	
supertipp-online.de	Super Tipp Medien GmbH (Velbert)
wuppertaler-rundschau.de (ePaper "Wülfrather Rundschau")	Rundschau Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
derhomburger.de (ePaper)	Homburger Verein zur Förderung von Bürgerinteressen e. V. (Ratingen)
haaner.stadtmagazin-online.de	Hildebrandt Verlag H.-Michael
langenfelder.stadtmagazin-online.de	Hildebrandt (Mettmann)
monheimer.stadtmagazin-online.de	
handwerk-me.de/SERVICE/ Meisterbrief (ePaper regionales Wirtschafts-Magazin "MeisterBrief")	Kreishandwerkerschaft Mettmann (Mettmann); Image Text Verlagsgesellschaft mbH (Rommerskirchen)
lokal-anzeiger-erkrath.de (ePaper der Magazine: "Der Hochdahler" "gesund in der Region")	City Anzeigenblatt GmbH (Düsseldorf)
scalaverlag.de/#monatsmagazin (ePaper Stadt-Magazin "Scala")	Scheidsteger Medien GmbH & Co. KG (Velbert)
vhs-vh.de/projekte/zeitung-wir-aelteren/ (ePaper)	Volkshochschulzweckverband Velbert/Heiligenhaus (Velbert)
youandme.de/dasmagazin (ePaper Stadt-Magazin "you + me")	you+me - Verlag Agentur Event Markuß Westphal (Mettmann)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioneandertal.de	Lokalradio Mettmann Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Mettmann); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Mettmann e. V. (Mettmann)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
extraradio.de	Bürgerfunk des Public Networking Niederberg e.V. (Velbert)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
mettmann-tv.de (Web-TV)	Ulrich Bergmann (Mettmann)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Only-Angebote</b>	
anzeiger24.de/haan/news	anzeiger24.de GmbH & Co. KG (Hilden)
anzeiger24.de/hilden/news	
anzeiger24.de/langenfeld/news	
erkrath.jetzt	Freie Journalisten eG Ria Garcia und Tanja Bamme (Mettmann)
lintorfer.eu	Andreas Preuß (Lintorf)
onlinezeitung.co (mit lokalen Unterseiten für mehrere Städte im Kreis Mettmann)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
raterzeitung.de	Jürgen Hillebrand (Ratingen)
taeglich.me/mettmann	Taeglich.ME UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG (Wülfrath)
taeglich.me/neanderland	
taeglich.me/wuelfrath	
lite-magazin.de (mit überregionaler Ausrichtung)	lite media Roman Maier (Erkrath)
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	

Tab. A59.26 Online-Angebote in Mönchengladbach (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ moenchengladbach	
fupa.net/region/moennen-gladbach-viersen	
wz.de	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal; Zweigniederlassung Düsseldorf)
wz.de/nrw/moenchengladbach	
express.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
express.de/nrw/moennen-gladbach	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

meine-woche.de/staedte/ moenchengladbach	
meine-woche.de/e-paper	(ePaper der Anzeigenblätter:
"Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Zentrum - Eicken - Windberg - Holt, Ausgabe Neuwerk - Korschenbroich (mit Einzugsgebiet auch im Rhein-Kreis Neuss), Ausgabe Rhein-dahlen - Hardt, Ausgabe Rheydt, Ausgabe Wickrath - Wegberg - Erkelenz (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Heinsberg), Ausgabe Odenkirchen - Giesenkirchen	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
"Stadt Spiegel", Ausgabe Mönchen-gladbach-West, Ausgabe MG-Ost, Ausgabe MG-Süd (coronabedingt derzeit pausierend)	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
focus.de/regional/moennen-gladbach	FOCUS Online Group GmbH (München)
gewerbekreis-rheindahlen.de (ePaper des Stadtteil-Magazins "SL Rheindahlen")	GbR Harzen (Mönchengladbach)
guru-magazin.de	GURU Magazin GmbH (Mönchengladbach)
hindenburger.de	
hindenburger.de/magazin.html (ePaper lokales Gesundheits-Magazin "Medizin + Co")	Marktimpuls GmbH & Co. KG (Mönchengladbach)
maas-rhein-zeitung.de (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	Bökelverlag Manfred Schulz (Mönchengladbach)
meine-woche.de/e-paper (ePaper der regionalen/lokalen Magazine:	
"Clarissa"; mit regionaler Ausrichtung für die Region Niederrhein	
"Quadratmeter"; Ausgabe Mönchengladbach	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)
"Starke Partner für Ihr Wohlbefinden"; Ausgabe Mönchengladbach)	
wirtschaftsstandort-niederrhein.de (ePaper Magazin "Wirtschafts-standort Mönchengladbach")	
mgmg.de (ePaper Stadt-Magazin "MG aktuell")	MGMG Marketing Gesellschaft Mönchengladbach mbH (Mönchengladbach)
niers-magazin.de	Frentzen-Media Elke Frentzen (Mönchengladbach)
port01.com/magazin/Moennen-gladbach (ePaper des Stadt-Magazins "port01 Mönchengladbach/Viersen")	appselect GmbH (Dresden); Julia Wojdyla (Mönchengladbach)
pt-promotion.de/verlag/unser-odenkirchen (ePaper)	PT Promotion GmbH (Mönchengladbach)
pt-promotion.de/verlag/unser-wickrath (ePaper)	
standpunktonline.com	Dorothee Vollmer/Gesamtschule Hardt (Mönchengladbach)
urbano-portal.de	Urbano Mönchengladbach GmbH (Mönchengladbach)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radio901.de	Lokalradio Mönchengladbach Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Mönchengladbach); Veranstaltergemeinschaft Radio Mönchengladbach e. V. (Mönchengladbach)

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

borussia.de/de/aktuelles/eigene-medien/fohlenradio (Web-Radio)	Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH (Mönchengladbach)
gladbach-plus.de (Web-Radio)	Andreas Schiro (Mönchengladbach)

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

tv.borussia.de	Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH (Mönchengladbach)
----------------	--

**Online-Only-Angebote**

der-lokalbote.de	Sylvia Erkens, Werner Erkens (beide Mönchengladbach)
fohlen-hautnah.de	Sabrina & Marc Schöne (Viersen)
gladbacherblatt.de	Philipp Maas Verlag (Mönchengladbach)
gladbachlive.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
lokalklick.eu/category/ort/ moenchengladbach	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
mg-heute.de	Harald Wendler (Mönchengladbach)
mg-moenchengladbach.de	Sascha Crumbach (Mönchengladbach)
news.bz-mg.de	Corporate PublishingServices Bernhard Wilm (Mönchengladbach)
westkick.de	Bökelverlag Manfred Schulz (Mönchemgladbach)
westkick-junior.de	

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.27 Online-Angebote in Mülheim an der Ruhr (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	
nrz.de/staedte/muelheim	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/muelheim	
derwesten.de	
derwesten.de/staedte/muelheim	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
fupa.net/region/duisburg-muelheim-dinslaken	RP Digital GmbH (Düsseldorf)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lokalkompass.de/muelheim	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/ #_muelheimerwoche (ePaper "Mühlheimer Woche", Ausgabe Rechtsruhr, Ausgabe Speeldorf/ Saarn/Broich)	Funke NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
alt-na-und.de (ePaper lokales Senioren-Magazin "Alt? Na und!")	Heinrich-Thöne-VHS, Redaktion „Alt? na und!“ (Mülheim)
focus.de/regional/muelheim-an-der-ruhr.de	FOCUS Online Group GmbH (München)
hafenzeitung.de (mit regionaler Ausrichtung für die Rhein-Häfen in NRW)	Andreas Fröning (Mülheim)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiomuelheim.de	Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk für die Städte Mülheim an der Ruhr und Oberhausen e.V. (Oberhausen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
kunststadt-mh.de	Alexander-Ivo Franz (Mülheim)
lokalklick.eu/category/ort/ muelheim-ruhr	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	
Tab. A59.28 Online-Angebote in Oberhausen (kreisfreie Stadt)	
Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	
nrz.de/staedte/oberhausen	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de	
waz.de/staedte/oberhausen	
derwesten.de	
derwesten.de/staedte/ oberhausen	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
fupa.net/region/oberhausen-bottrop	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lokalkompass.de/oberhausen	Funke NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkompass.de/#wochen-anzeiger_oberhausen (ePaper derr Ausgaben Oberhausen Mitte/Süd und Oberhausen Nord)	Funke NRW Wochenblatt GmbH (Essen)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

alstadener-buergering.de/br-online (ePaper des Stadtteil-Magazins "Der Bürgerring")	Bürgerring Oberhausen-Alstaden 1950 e. V. (Oberhausen)
knappeninitiative.de (ePaper des Stadtteil-Magazins "Knapp'n")	Werbegemeinschaft KnappenInitiative Oberhausen e.V. (Oberhausen)
oh-stadtmagazin.de	Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH (Oberhausen); CONTACT GmbH Agentur für Kommunikation – Sport – Event (Oberhausen)
paroli-magazin.de	Paroli Verein für politische Kultur e.V. (Oberhausen)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radiooberhausen.de	Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk für die Städte Mülheim an der Ruhr und Oberhausen e.V. (Oberhausen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
--------------------	--

**Online-Only-Angebote**

aufmplatz.net/oberhausen	B & C Verlag (Bottrop)
lokalklick.eu/category/ort/ oberhausen	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
impuls-magazin.de (mit überregionaler Ausrichtung)	dsa Marketing AG (Oberhausen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.29 Online-Angebote in Remscheid (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rga.de	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
rga.de/lokales/remscheid/ rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/ remscheid	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
fupa.net/region/remscheid	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
rga.de (Anzeigenblatt "Bergischer Anzeiger zum Wochenende", jedoch ohne eigene Website und ohne ePaper-Zugang)	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bergischerbote.de/category/ bb/regional/remscheid/	Verlag am See GmbH (Kürten)
bvg-menzel.de (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "der Bergische Unternehmer")	Bergische Verlagsgesellschaft Menzel GmbH & Co. KG. (Remscheid)
engelbert-magazin.de (mit Einzugsgebiet auch in Solingen)	B.Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
engelbert-magazin.de/remscheid-und-umgebung (ePaper Stadt-Magazin "Engelbert", Ausgabe Bergisches Land)	
puls-gesundheitsmagazin.de	
handwerk-remscheid.de (ePaper Magazin "Das Bergische Handwerk")	Kreishandwerkerschaft Remscheid (Remscheid); Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
luettringhauser-anzeiger.de	
luettringhauser-anzeiger.de/category/luettringhausen/	Heimatbund Lüttringhausen e.V. (Remscheid); LA Verlags GmbH (Remscheid)
luettringhauser-anzeiger.de/category/lennep/	
luettringhauser-anzeiger.de/category/remscheid-umgebung/	
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiorsg.de (auch Stadt Solingen)	Lokalfunk Remscheid-Solingen Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Solingen); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in Remscheid und Solingen e. V. (Solingen)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
rs1.tv	rs1.tv Wappler (Remscheid)
teledmw.com	Dirk-Michael Weskamp (Remscheid)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
luettringhauser.de	Sascha von Gerishem (Remscheid)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
onlinezeitung.co (mit lokaler Unterseite für Remscheid)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
waterboelles.de	Lothar Kaiser (Remscheid)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.30 Online-Angebote im Rhein-Kreis Neuss

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
------------	-----------------

**Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)**

rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/ dormagen	
rp-online.de/nrw/staedte/ grevenbroich	
rp-online.de/nrw/staedte/juechen	
rp-online.de/nrw/staedte/kaarst	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ korschenbroich	
rp-online.de/nrw/staedte/ meerbusch	
rp-online.de/nrw/staedte/ neuss	
rp-online.de/nrw/staedte/ rommerskirchen	
fupa.net/region/grevenbroich-neuss	
wz.de	
wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/ dormagen	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal; Zweigniederlassung Krefeld)
wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/ grevenbroich	
wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/ kaarst	
wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/ meerbusch	
wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/ neuss	
express.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
express.de/nrw/neuss	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

erft-kurier.de/grevenbroich	
erft-kurier.de/juechen	
erft-kurier.de/rommerskirchen	
erft-kurier.de/epaper (ePaper der Anzeigenblätter: "Erft-Kurier"	
"Top-Kurier"	
stadt-kurier.de/kaarst	Kurier Verlag GmbH (Neuss)
stadt-kurier.de/neuss	
stadt-kurier.de/e-paper (ePaper der Anzeigenblätter: "Extra-Tipp", Ausgabe Kaarst	
"Stadt-Kurier", Ausgabe Neuss	
"Stadt-Spiegel", Ausgabe Kaarst (coronabedingt derzeit pausierend)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
meindormagen.de	
meindormagen.de (ePaper Anzeigenblätter: "Rheinischer Anzeiger"	Druck + Verlag Josef Wegener GmbH (Dormagen)
"Schaufenster zum Sonntag" (coronabedingt derzeit pausierend)	
meine-woche.de/staedte/ meerbusch	
meine-woche.de/e-paper (ePaper der Anzeigenblätter:	
"Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Meerbusch	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)
"Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Neuwerk - Korschenbroich (mit Einzugsgebiet auch im Raum Korschenbroich)	
"Meerbuscher Nachrichten" (coronabedingt derzeit pausierend)	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
derneusser.de	in-D Media GmbH & Co KG (Neuss)
facebook.com/Giesenkirchen-und-Korschenbroich- im-Mittelpunkt-463472773991230 (ePaper Stadtteil- Magazin "Giesenkirchen und Korschenbroich im Mittelpunkt"; nur über Facebook)	ROB Print & Medien Rolf Brandt (Jüchen)
glehnaktiv.de (ePaper Stadtteil-Magazin "Das Journal Glehn aktiv")	Werbekreis Glehn Aktiv e. V. (Korschenbroich)
in-korschenbroich.de	PIXELRAUSH Werbeagentur Dieter Fels (Korschenbroich)
kinderkinder-magazin.de (ePaper regionales Familienmagazin "Kinder, Kinder!")	Mediaagentur Frank Küpping (Neuss)
madeinkaarst.biz (ePaper lokales Wirtschaftsmagazin "... made in kaarst**")	h!t!w! houben text works Hartmut Houben (Kaarst); in Kooperation mit der Stadt Kaarst
marktplatzmagazin.de (ePaper Stadt-Magazin "marktplatz")	Michael Bernd (Neuss)
meindormagen.de (ePaper Stadt-Magazin "Dormagazin")	Druck + Verlag Josef Wegener GmbH (Dormagen)
neuss-ist-top.de	Nicole Barendt-Ley, Eleonore Wisbert GbR (Neuss)
port01.com/Neuss (ePaper Stadt-Magazin "port01 Neuss/Kaarst")	appselect GmbH (Dresden); Robert Gutowski (Neuss)
stattblatt.de	StattBlatt Verlag Martin Kuhlen (Grevenbroich)
stadt-kurier.de/e-paper (ePaper der lokalen/regionalen Magazine: "Grevenbroich Magazin"	Kurier Verlag GmbH (Neuss)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
"In Balance"	
"KaarsterLeben"	
"Mein Rommerskirchen"	
"Menschen in Jüchen"	
"Mittendrin"	
"Nordstadt Kurier"	
"Norfbach Kurier"	
"R(h)ein lokal"	
watislos-kaarst.de	djm medienservice GbR (Willich)
watislos-meerbusch.de	

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

news894.de	Lokalradio Kreis Neuss GmbH & Co. KG (Neuss); Lokaler Rundfunk im Rhein-Kreis Neuss e. V. (Neuss)
------------	---

**Online-Only-Angebote**

blickpunktmeerbusch.de	KUHNES MultiMedia Agentur Reinhard Kuhnes (Meerbusch)
dormago.de	Suling & Zenk GbR (Dormagen)
dormatipps.de/dormagen-news	Dormaweb Online Marketing Achim Breuer (Dormagen)
heide-bote.de	4D-TEAM Melcher (Krefeld)
jucunda-juechen.de	humann medien Rosemarie Hüsselmann (Jüchen)
klartext-ne.de	Robert Schilken (Neuss)
lokalklick.eu/category/ort/rhein-kreis-neuss	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
neusserblatt.de	Philipp Maas Verlag (Mönchengladbach)
onlinezeitung.co (mit lokalen Unterseiten für mehrere Städte im Rhein-KreisNeuss)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
rommerskirchen-portal.de	Thomas Gulentz (Rommerskirchen)
xity.de/Nachrichten/neuss	Xity Online GmbH (Düsseldorf)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.31 Online-Angebote in Solingen (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ solingen	
fupa.net/region/solingen	
solinger-tageblatt.de	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
solinger-tageblatt.de/solingen	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
das-solinger.de (ePaper)	
Anzeigenblatt "Ohligs aktuell", jedoch ohne eigene Website und ohne ePaper-Zugang	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen)
Anzeigenblatt "Wald aktuell", jedoch ohne eigene Website und ohne ePaper-Zugang	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
engelbert-magazin.de (mit Einzugsgebiet auch in Remscheid)	B.Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
engelbert-magazin.de/solingen (ePaper Stadt-Magazin "Engelbert", Ausgabe Bergisches Land)	
puls-gesundheitsmagazin.de	
focus.de/regional/solingen	FOCUS Online Group GmbH (München)
zeit.de/thema/solingen	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiorsg.de (auch Stadt Remscheid)	Lokalfunk Remscheid-Solingen Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Solingen); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in Remscheid und Solingen e. V. (Solingen)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
fernsehen-solingen.tv	Television Europe GmbH (Düsseldorf)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
blaulicht-solingen.de (mit regionaler Ausrichtung für Solingen und Umgebung)	Gianni Gattus (Solingen)
onlinezeitung.co (mit lokaler Unterseite für Solingen)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
solingenmagazin.de	Bastian Glumm (Solingen)
solinger-nachrichten.de	Lars Schulz (Solingen)
solinger-rundschau.de	Peter Nied (Solingen)
t-online.de/region/solingen	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.32 Online-Angebote in Viersen (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/kempen	
rp-online.de/nrw/staedte/nettetal	
rp-online.de/nrw/staedte/toenisvorst	
rp-online.de/nrw/staedte/viersen	
rp-online.de/nrw/staedte/willich	
wz.de	
wz.de/nrw/kreis-viersen/kempen-und-grefrath	
wz.de/nrw/kreis-viersen/nettetal	
wz.de/nrw/kreis-viersen/viersen	
wz.de/nrw/kreis-viersen/willich-und-toenisvorst	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
meine-woche.de/staedte/viersen	
meine-woche.de/staedte/willich	
meine-woche.de/e-paper (ePaper der Anzeigenblätter:	
"Extra-Tipp am Sonntag" (Ausgaben Viersen und Willich)	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)
"StadtSpiegel" (Ausgaben Viersen, Nettetal und Schwalmtal"	
"Willicher Nachrichten"	
mein-krefeld.de/kempen	
mein-krefeld.de/e-paper (ePaper der Anzeigenblätter:	
"Extra-Tipp am Sonntag" Ausgabe Krefeld-Kempen	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH (Krefeld)
"StadtSpiegel" Ausgabe Krefeld/ Kempen)	
niederrhein-im-blick.de (ePaper des Anzeigenblatts "Niederrhein im Blick")	AZ: Medienverlag Adrian Zirwes (Kempen)
unserort.de/brueggen	
unserort.de/grefrath	
unserort.de/kempen	
unserort.de/nettetal	
unserort.de/niederkruechten	
unserort.de/schwalmtal	
unserort.de/toenisvorst	
unserort.de/viersen	
unserort.de/willich	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
grenzland-nachrichten.de/e-paper	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
imgraf.de (ePaper des Stadtmagazins "im Graf")	Marcel Gerits Medien (Nettetal)
kempenkompakt.de (ePaper)	Karl J. Wefers (Kempen)
lifejournale.de/kempen (ePaper des Stadtmagazins "Kempen life")	Stümges.Verlag&Vertrieb Tobias Stümges (Krefeld)
lifejournale.de/st-toenis (ePaper des Stadtmagazins "St. Tönis life")	
meine-woche.de/e-paper (ePaper der regionalen Magazine:	
"Clarissa"	
"Quadratmeter"	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)
"Pluspunkt Schwalmtal"	
"Starke Partner für Ihr Wohlbefinden", Ausgabe Viersen)	
meine-woche.de/e-paper (ePaper des Stadt-Magazins "Viersenaktuell"	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach; Stadt Viersen)
osemont.de (ePaper des Stadt-Magazins "ose mont")	Sroka GbR Michael und Birgit Sroka (Brüggen)
stadtjournal-brueggen.de (ePaper)	Manuel Uebbing (Brüggen)
van-acken.de (ePaper Stadtzeitung "TövoTalk")	van Acken Druckerei & Verlag GmbH (Krefeld)
willicherleben.de	socialmedia erleben Daniel Kamper (Willich); djm medienservice GbR (Willich)
wir-willich.de (ePaper des lokalen Wirtschafts-Magazins "WIR")	Wirtschaftsförderung der Stadt Willich (Willich); B-text Birgit Fliege (Willich)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
welleniederrhein.de (für Stadt Krefeld und Kreis Viersen)	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Stadt Krefeld/Kreis Viersen e. V. (Krefeld); Lokalfunk Krefeld-Viersen GmbH & Co. KG (Krefeld)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
lokalklick.eu/category/ort/kreis-viersen	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
meinviersen.de	HELLWACH Medien GmbH (Meerbusch)
nettetalaktuell.de	Medienagentur Niederrhein Susanne Jansen (Grefrath)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
neue-hnn.de	Sroka GbR Michael und Birgit Sroka (Brüggen)
rheinischer-spiegel.de	Iris Kater Verlag & Medien GmbH (Viersen)
standpunkt-grefrath.de	Andreas Sonntag (Grefrath)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.33 Online-Angebote in Wesel (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
nrz.de	
nrz.de/staedte/dinslaken-huenxe-voerde	
nrz.de/staedte/moers-und-umland	
nrz.de/staedte/rheinberg-xanten-umland	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
nrz.de/staedte/wesel-hamminkeln-schermbek	
waz.de	
waz.de/staedte/moers-und-umland	
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/dinslaken	
rp-online.de/nrw/staedte/kamp-lintfort	
rp-online.de/nrw/staedte/moers	
rp-online.de/nrw/staedte/neukirchen-Vluyn	
rp-online.de/nrw/staedte/rheinberg	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/wesel	
rp-online.de/nrw/staedte/xanten	
fupa.net/region/niederrhein	
fupa.net/region/moers	
fupa.net/region/duisburg-muelheim-dinslaken	
bbv-net.de/Lokales/Hamminkeln	Temming Verlag KG (Bocholt)
dorstenerzeitung.de/schermbek	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

bocholter-report.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Hamminkeln)	Report Verlagsgesellschaft mbH (Bocholt)
rheder-stadtgespraech.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Hamminkeln)	
lokalkompass.de/alpen	
lokalkompass.de/dinslaken	
lokalkompass.de/hamminkeln	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/huenxe	
lokalkompass.de/huenxe-drevenack	
lokalkompass.de/kamp-lintfort	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
lokalkompass.de/moers	
lokalkompass.de/neukirchen- vluyn	
lokalkompass.de/rheinberg	
lokalkompass.de/rheurdt	
lokalkompass.de/schermbbeck	
lokalkompass.de/sonsbeck	
lokalkompass.de/voerde	
lokalkompass.de/wesel	
lokalkompass.de/xanten	
epaper.lokalkompass.de/ #derweseler (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #derxantener (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #niederrheinanzeiger (ePaper)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/ #wochenmagazin_moers (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_dorsten (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Schermbeck)	Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
meinstadtkurier.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Hamminkeln)	Temming Verlag KG (Bocholt)
niederrhein-nachrichten.de/ category/aus-den-orten/alpen	
niederrhein-nachrichten.de/ category/aus-den-orten/rheinberg	
niederrhein-nachrichten.de/ category/aus-den-orten/sonsbeck	Niederrhein Nachrichten Verlag GmbH (Geldern)
niederrhein-nachrichten.de/ category/aus-den-orten/xanten	
niederrhein-nachrichten.de/ epaper (ePaper "Niederhrein Nachrichten", Ausgabe Xanten)	
stadt-anzeiger-kamp-lintfort.de (ePaper)	Stadt-Anzeiger Kamp-Lintfort GmbH (Kamp-Lintfort)
stadt-panorama.de/niederrhein/ kamp-lintfort	
stadt-panorama.de/niederrhein/ moers	
stadt-panorama.de/niederrhein/ neukirchen-vluyn	
stadt-panorama.de/niederrhein/ rheinberg	City Anzeigenblatt Krefeld GmbH (Krefeld)
stadt-panorama.de/e-paper (ePaper "Extra-Tipp am Sonntag", Ausgabe Kamp-Lintfort, Ausgabe Moers)	
unserort.de/alpen	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
der-alte-kreis.de (ePaper Stadt-Magazin "Der alte Keis Dinslaken - Voerde - Hünxe")	Wir-in-Dinslaken Voerdesign Reiner Göbels (Voerde)
focus.de/regional/wesel	FOCUS Online Group GmbH (München)
lebensart-magazine.de/ schermbeck.html (ePaper Stadt-Magazin "LebensArt", Ausgabe Schermbeck)	aureus GmbH (Bottrop-Kirchhellen)
meinwesel.de (ePaper Magazin "mein Wesel")	
meinwesel.de/ meinhamminkeln.html (ePaper Magazin "mein Hamminkeln")	René Kult (Wesel)
mitteilungsblatt-alpen.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
moersermonat.de (ePaper Stadt-Magazin "Moerser Monat")	Agentur Berns GbR (Moers)
niederrhein-edition.de (mit regionaler Ausrichtung für die Region Niederrhein)	Die Kuh vom Eis GmbH (Neukirchen-Vluyn)
werbegemeinschaft-kamp-lintfort.de/familienpost (ePaper Stadt-Magazin "Familienpost")	Werbegemeinschaft Kamp-Lintfort e.V. (Kamp-Lintfort)
werbering-nv.de/nv-aktuell (ePaper Stadt-Magazin "NV aktuell")	Werbering Neukirchen-Vluyn e.V. (Neukirchen-Vluyn)
wirtschaftsgemeinschaft-huenxe.de/unser-lindenblatt (ePaper Stadt-Magazin "Unser Lindenblatt")	WirtschaftsGemeinschaft Hünxe e. V. (Hünxe)
xanten-live.de (ePaper)	Költgen & Horlemann GbR (Xanten)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiokw.de	Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Wesel e.V. (Wesel); FUNKE MEDIEN NRW GmbH (Essen)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
khwesel.de/news/archiv-profile.html (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "PROFILE")	Kreishandwerkerschaft des Kreises Wesel (Wesel); Image Text Verlagsgesellschaft mbH (Rommerskirchen)
lohberg-mittendrin.de	Forum Lohberg e.V. (Dinslaken)
lokaleblicke.com	Mustafa Gülec (Moers)
lokalklick.eu/category/ort/kreis-wesel	LokalKlick – Christian Voigt (Moers)
niederrheinzeitung.de (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Kleve)	Niederrheinzeitung Petra Simons (Xanten)
schermbeck-grenzenlos.de	Gaby Eggert (Schermbeck)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
schermbek-online.de (zusätzlich Stadt-Magazin "Life, das Magazin", dies jedoch ohne eigene Website und ohne ePaper-Zugang)	Petra Bosse (Raesfeld-Erle)
son-kult.de	Son'Kult! e.V. (Sonsbeck)
wesel-app.de	Edgar Kocks (Wesel)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.34 Online-Angebote in Wuppertal (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wz.de	Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (Wuppertal)
wz.de/nrw/wuppertal	
wz.de/nrw/wuppertal/stadtteile	
rga.de	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
rga.de/rhein-wupper	
solinger-tageblatt.de	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
solinger-tageblatt.de/rhein-wupper	
fupa.net/region/wuppertal-niederberg	RP Digital GmbH (Düsseldorf)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

cronenberger-woche.de	Echo Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal)
ronsdorfer-wochenschau.de (ePaper)	Verlag Ronsdorfer Wochenschau e.K. Jürgen Körschgen (Wuppertal)
sonntagsblatt-online.de (ePaper "Sonntagsblatt regional")	Verlag SonntagsBlatt Jo Budde (Wuppertal)
wuppertaler-rundschau.de	Rundschau Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal)
wuppertaler-rundschau.de/ stadtteile	

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

bergischeblaetter.de	Bergische Blätter Verlag GmbH (Wuppertal)
bergische-wirtschaft.net (ePaper des Magazins "Bergische Wirtschaft"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Wuppertal)	Bergische Industrie- und Handelskammer Wuppertal–Solingen–Remscheid (Wuppertal); wppt:kommunikation GmbH (Wuppertal)
cronenberger-anzeiger.de (ePaper)	Druckerei und Verlag Johannes Eckers e.K. (Wuppertal)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
engels-kultur.de	engels-kultur Verlag (Bochum)
haken-kulturzeitung.de (ePaper des Magazins "Haken"; Ausgabe Bergisches Land)	PR-Design & Verlag Annett Trautwein (Breckerfeld)
italien-wuppertal.de (ePaper des Satiremagazins "Italien")	Kulturkooperative Wuppertal e.V. (Wuppertal)
top-magazin.de/wuppertal (ePaper "Top Magazin Wuppertal")	Rundschau Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal)
wuppertaler-rundschau.de/e-paper (ePaper Stadtteil-Magazin "Fuchs")	

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radiowuppertal.de	Veranstaltergemeinschaft Radio Wuppertal e. V. (Wuppertal); Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG (Wuppertal)
-------------------	---

### Online-Angebote des WDR

wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ regionaler Ausrichtung für Umgebung	bergischesland (mit und Wuppertal und Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Wuppertal (Wuppertal)
---	---

### Online-Only-Angebote

aufderhoehemagazin.com	Redaktion Auf der Höhe-Magazin Bergische Universität Wuppertal (Wuppertal)
blickfeld-wuppertal.de	Martin Wosnitza (Wuppertal)
die-stadtzeitung.de	itrium .softwaretechnik Hendrik Stötter (Wuppertal)
njuuz.de	
taltv.de	
w-aktuell.de	
neue-wuppertaler-zeitung.de	Dr. Christine Leithäuser (Wuppertal)
onlinezeitung.co/index.php?id= 5904	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
stadtnetz-wuppertal.de	Portunity Media GmbH (Wuppertal)
talradler.de	Christoph Grothe (Wuppertal)
t-online.de/region/wuppertal	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
wuppertal-total.de	Matthias Wolff (Wuppertal)
xity.de/Nachrichten/Wuppertal	Xity Online GmbH (Düsseldorf)
fischpott.com (journ. Kulturblog ohne lokale/regionale Ausrichtung)	Fabian Mauruschat (Wuppertal)
musenblaetter.de (journ. Kulturblog mit überregionaler Ausrichtung)	Frank Becker (Wuppertal)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.35 Online-Angebote in Bonn (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ga.de	
ga.de/bonn/ (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für Bonner Stadtteile)	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)
fupa.net/region/bonn	
ksta.de	
ksta.de/region/rhein-sieg-bonn	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
rundschau-online.de	
rundschau-online.de/region/bonn	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
express.de	
express.de/bonn	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
rheinische-anzeigenblaetter.de/region/bonn (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für Bonner Stadtteile)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/meinblatt/schaufenster-bonn/epaper (ePaper "Schaufenster", Ausgabe Bonn, Ausgabe Beuel und Ausgabe Hardtberg)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Rhein-Sieg-Anzeigenblatt GmbH (Bonn)
rheinische-anzeigenblaetter.de/meinblatt/blickpunkt-meckenheim/epaper (ePaper "Blickpunkt", Ausgabe Bad Godesberg)	
wir-godesberger-online.de/e-paper (ePaper)	
wir-hardtberger-online.de/e-paper (ePaper)	
wir-in-beuel.de/e-paper (ePaper)	
unserort.de/bonn	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/bonn_bad_godesberg	
unserort.de/bonn-beuel	
unserort.de/bonn_hardtberg	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bonnerumweltzeitung.de	Ökozentrum Bonn e.V. (Bonn)
bonnticket.de/bonnticket-eventmagazin Stadt-Magazin "Eventmagazin") (ePaper)	Bonnticket GmbH (Bonn)
focus.de/regional/bonn/	FOCUS Online Group GmbH (München)
hallobonn.info	J.F. Carthaus GmbH & Co. KG (Bonn)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
hardtberg-bote.de	Wirtschafts- und Bürgerverein Hardtberg e.V. (Bonn)
ihk-bonn.de/die-wirtschaft-uebersicht/ (ePaper Magazin "Die Wirtschaft"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Bonn/Rhein-Sieg)	IHK Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (Bonn); wppt:kommunikation GmbH (Wuppertal)
kabinett-online.de (mit regionaler Ausrichtung für den Raum Bonn, Köln, Rheinland)	KABINETT Verlag Elke Dagmar Schneider (Alfter)
protestant-bonn.de (ePaper der regionalen Kirchenzeitung "PROtestant - Evangelische Einblicke"; für Bonn und Umgebung)	Evangelischen Kirchenkreise Bonn, Bad Godesberg-Voreifel und An Sieg und Rhein (Bonn/Siegburg)
rheinexklusiv.de	seromedia GmbH (Bonn)
schnuess.de (ePaper Stadt-Magazin "schnüss")	Verein zur Förderung alternativer Medien e.V. (Bonn)
top-magazin.de/bonn/	Medien Bonn GmbH (Bonn)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radiobonn.de (auch für den Rhein-Sieg-Kreis)	Radio Bonn/Rhein-Sieg GmbH & Co. KG (Siegburg); Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk Bonn/Rhein-Sieg e.V. (Bonn)
--	--

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

bonn.fm	bonnFM e.V. (Bonn)
---------	--------------------

#### Online-Angebote des WDR

wdr.de/fernsehen/lokalzeit/bonn	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Bonn (Bonn)
---------------------------------	---

#### Online-Only-Angebote

bonndirekt.com	Agentur Ruckes Erwin Ruckes (Wachtberg)
bonnnet.de	RAGABO.eu Ralf Gäbler Internetdienste (Bonn)
bonnreport.de	Manfred Rademacher (Bonn)
bundesstadt.com	Bonn.digital GbR Sascha Foerster und Johannes Mirus (Bonn)
city-news.de/bonn	City News Paul Schütte (Troisdorf)
extradienst.net	Martin Böttger (Bonn)
rheinsiegmagazin.de/category/ bonn/	Rhein Sieg Magazin Dirk Brassel (Eitorf)
stadtjournal.online/bonn/	Stadtjournal Verlag Bock & Mohr UG (Königswinter)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
t-online.de/region/bonn/	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
xity.de/Nachrichten/bonn	Xity Online GmbH (Düsseldorf)
kna.de (mit überregionaler Ausrichtung)	KNA-Katholische Nachrichten-Agentur GmbH (Bonn)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.36 Online-Angebote in Düren (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
aachener-nachrichten.de	
aachener-nachrichten.de/lokales/dueren/ (mit weiteren sublokalen Unterseiten für Orte im südlichen Kreis Düren)	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen); Aachener Nachrichten Verlagsgesellschaft GmbH (Aachen)
aachener-nachrichten.de/lokales/juelich/ (mit weiteren sublokalen Unterseiten für Orte im nördlichen Kreis Düren)	
aachener-zeitung.de	
aachener-zeitung.de/lokales/dueren/ (mit weiteren sublokalen Unterseiten für Orte im südlichen Kreis Düren)	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen); Aachener Verlagsgesellschaft mbH (Aachen)
aachener-zeitung.de/lokales/juelich/ (mit weiteren sublokalen Unterseiten für Orte im nördlichen Kreis Düren)	
fupa.net/region/dueren	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

supersonntag.de/region/dueren/ (weitere sublokale Unterseiten für Orte im südlichen Kreis Düren)	Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
supersonntag.de/region/juelich/ (weitere sublokale Unterseiten für Orte im nördlichen Kreis Düren)	
unserort.de/aldenhoven	
unserort.de/huertgenwald	
unserort.de/inden	
unserort.de/juelich	
unserort.de/kreuzau	
unserort.de/langerwehe	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/linnich	
unserort.de/merzenich	
unserort.de/nideggen-und-heimbach	
unserort.de/niederzier	



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
unserort.de/noervenich	
unserort.de/titz	
unserort.de/vettweiß	

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

aachener-nachrichten.de/lokales/dueren (ePaper des Magazins "purRegio" für Düren, Jülich & Region)	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
aldenhoven-infoblatt.de/e-paper (ePaper)	
juelich-magazin.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-inden-langerwehe.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-noervenich.de/e-paper	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
rundblick-merzenich-niederzier.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-rureifel.de/e-paper (ePaper)	
herzog-magazin.de	HERZOG Media GbR Dorothee Schenk/Dennis Hackhausen (Jülich)
kreis-dueren.de/service/pub/kreisrund.php (ePaper Regional-Magazin "KreisRund")	Kreis Düren/Landrat (Düren); Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
linnich.de/linfo/index.php (ePaper Stadt-Magazin "Linfo")	Stadt Linnich (Linnich); Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
titz.de/aktuelles (ePaper "Amts-blatt der Landgemeinde Titz")	Gemeinde Titz (Titz); Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
vettweiss.de/buergerservice/mitteilungsblatt.php (ePaper "Mitteilungsblatt der Gemeinde Vettweiß")	Gemeinde Vettweiß (Vettweiß); Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radiorur.de	Radio Rur GmbH & Co KG (Düren); Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Düren e.V. (Düren)
-------------	---

### Online-Only-Angebote

dn-n.de	Pierre A.J. Smeyers (Düren)
dn-news.de	Frank Reiermann Software und Internet (Düren)
rurweb.de	
dueren-magazin.de	SAVE MEDIA Sascha Vetter (Düren)
eifelon.de	Beate Weiler-Pranter (Heimbach)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.37 Online-Angebote in Euskirchen (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/euskirchen-eifel	
rundschau-online.de	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rundschau-online.de/region/kreis-euskirchen	
fupa.net/region/euskirchen	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ region/euskirchen	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/blickpunkt-euskirchen/epaper (ePaper "Blickpunkt am Sonntag")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); EWI Euskirchener Werbe-Information GmbH & Co. KG (Euskirchen)
wochenspiegellive.de/eifel/kreis-euskirchen	Weiss-Verlag GmbH & Co. KG (Monschau)
unserort.de/bad_muenstereifel	
unserort.de/ blankenheim_und_dahlem	
unserort.de/euskirchen	
unserort.de/hellenthal	
unserort.de/kall	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/mechernich	
unserort.de/nettersheim	
unserort.de/schleiden	
unserort.de/weilerswist	
unserort.de/zuelpich	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
blankenheim.de/de/rathaus/ downloads/meine-gemeinde (ePaper Magazin "Meine Gemeinde")	SIMAG mediakontakt Hubert Förster (Mechernich)
buergerbrief-mechernich.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-dahlem.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-eifel.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
rundblick-euskirchen.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-kall.de/e-paper (ePaper)	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wir-in-weilerswist.de/e-paper (ePaper)	
em-verlag.de/das-em-als-e-paper (ePaper "EM - Das Eifelmagazin")	EM Verlag GbR Frank Nießen und Britta Krewinkel (Kall)
hellenthal.de/buergerservice/informationsdienst/buergerinfo-amtsblatt (ePaper Magazin "BürgerInfo")	Gemeinde Hellenthal (Hellenthal); SIMAG mediakontakt Hubert Förster (Mechernich)
schleiden.de/rathaus/rathaus/presse-medien/buergerinfo-aktuell (ePaper Magazin BürgerINFO aktuell)	Stadt Schleiden (Schleiden); SIMAG mediakontakt Hubert Förster (Mechernich)
wochenspiegellive.de/service/e-paper-archiv (ePaper Stadt-Magazine: "Live"/Ausgabe Euskirchen "Live"/Ausgabe Schleiden)	Weiss-Verlag GmbH & Co. KG (Monschau)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioeuskirchen.de	Radio Euskirchen GmbH & Co. KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft Radio Euskirchen e.V. (Euskirchen)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
eifeler-presse-agentur.de	Eifeler Presse Agentur – epa Dr. Michael Thalken/Tameer Gunnar Eden (Kall)
eifelon.de/bad-muenstereifel	
eifelon.de/blankenheim	
eifelon.de/dahlem	
eifelon.de/euskirchen	
eifelon.de/hellenthal	
eifelon.de/kall	Beate Weiler-Pranter (Heimbach)
eifelon.de/mechernich	
eifelon.de/nettersheim	
eifelon.de/schleiden	
eifelon.de/zuelpich	
eifelschau.de (mit Einzugsgebiet auch im Kreis Euskirchen)	ME Ventures & Consulting UG (Weiler bei Mayen)
presse-eifel.de	Sebastian Klemm (Euskirchen)
wir-in-freilingen.de	Simone Böhm (Freilingen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.38 Online-Angebote in Heinsberg (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
aachener-nachrichten.de	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen);
aachener-nachrichten.de/lokales/ heinsberg/	Aachener Nachrichten
aachener-nachrichten.de/lokales/ geilenkirchen/	Verlagsgesellschaft GmbH (Aachen)
aachener-zeitung.de	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen);
aachener-zeitung.de/lokales/ heinsberg/	Aachener Verlagsgesellschaft mbH
aachener-zeitung.de/lokales/ geilenkirchen/	(Aachen)
fupa.net/region/heinsberg	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/ erkelenz	
rp-online.de/nrw/staedte/ hueckelhoven	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ wassenberg	
rp-online.de/nrw/staedte/ wegberg	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
meine-woche.de/e-paper (ePaper von "Extra-Tipp am Sonntag"/ Ausgabe Wickrath - Wegberg - Erkelenz)	Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)
supersonntag.de/region/heinsberg (ePaper "Heinsberger Zeitung am Sonntag")	Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
aachener-nachrichten.de/lokales/ heinsberg (ePaper des Magazins "purRegio" für Heinsberg & Region)	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
drei-laender-kurier.de	PLENERT VERLAG Jörg A. Plenert (Gangelt)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
youtube.com/user/myREGIOTV24 (Online-TV-Sender nur über youtube)	Marwin Altmann & Thomas Poos GbR - Lokalpioniere Erkelenz
<b>Online-Only-Angebote</b>	
dein-erkelenz.de	Marwin Altmann & Thomas Poos GbR - Lokalpioniere Erkelenz (Erkelenz)
euregio-aktuell.eu/categories/4-Heinsberg	Hartmut Hermanns (Aachen)
geilenkirchen-lokal.de	Volker Kirschbaum (Geilenkirchen)
heinsberg-magazin.de	Uwe Heldens (Hückelhoven)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
selfkant-online.de	Huchel visualmedia Werbeagentur GmbH (Selfkant)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.39 Online-Angebote in Köln (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	
ksta.de/koeln (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für Kölner Stadtteile)	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
duda.news	
rundschau-online.de	
rundschau-online.de/region/koeln (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für Kölner Stadtteile)	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rp-online.de	
rp-online.de/nrw/staedte/koeln	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
express.de	
express.de/koeln	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
fupa.net/region/koeln	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)
bild.de	Axel Springer SE (Berlin)
bild.de/regional/koeln	Axel Springer SE (Berlin); Bild-Redaktion Köln (Köln)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/koelner-wochenspiegel (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für Kölner Stadtteile)	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/koelner-wochen-spiegel/epaper (ePaper "Kölner Wochenspiegel" in diversen Stadtteil-Ausgaben)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Kölner Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/koelner-wochen-spiegel/epaper (ePaper "Porz aktuell")	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/koelner-wochen-spiegel/epaper (ePaper "Köln 8 Aktuell")	
porz-am-montag.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-koeln-ost.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/koeln_porz	

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
choices.de	choices Verlag Joachim Berndt (Köln)
bilderbogen.koeln	KÖLNER BILDER-BOGEN Verlag GmbH (Köln)
citynews-koeln.de	CityNEWS Verlag Alexander und Eugen Weis GbR (Köln)
die-stadtmagazine.de (ePaper Stadtteil-Magazin "Kölner Süden")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); D.S. Marketing GmbH (Brühl)
diewirtschaft-koeln.de	Weis Wirtschaftsmedien GmbH (Köln)
draussenseiter-koeln.de	OASE Benedikt Labre e.V. (Köln)
focus.de/regional/koeln	FOCUS Online Group GmbH (München)
insuelz.com (ePaper des Stadtteil-Magazins "INSülz & klettenberg")	2goldfisch Verlag Ralf Martens (Köln)
kaenguru-online.de	Känguru Colonia Verlag GmbH (Köln)
koelnerleben-magazin.info	
kirchenzeitung-koeln.de (ePaper - teilweise - der "Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln" mit regionaler Ausrichtung für das Erzbistum Köln)	Der Erzbischof von Köln (Köln); J.P. Bachem Medien GmbH (Köln)
koelner.de	K.I.-Mediengesellschaft mbH (Köln)
koelner-stadtteilliebe.de	Ute Schmidt (Köln)
koelnmagazin.net	Maenken Kommunikation GmbH (Köln); KölnBusiness Wirtschaftsförderungs-GmbH (Köln)
koelnsport.de	Köln.Sport Verlag GmbH (Köln)
ksz-internet.de	Kölner Studierendenzzeitung e.V. (Köln)
lebensart-koeln.de	Wienand Medien GmbH (Köln)
maenner.media/regional/rik (mit regionaler Ausrichtung für Köln und Umland)	blu media network GmbH (Berlin)
mein-weiss.de	Dorfgemeinschaft Weiß 1962 e.V. (Köln)
muelheimia.koeln (ePaper des Stadtteil-Magazins "Mülheimia Quarterly")	icon Kommunikation für Kultur und Wirtschaft GmbH (Köln)
nrhz.de	Anneliese Fikentscher (Köln)
porz-illu.de	MedienService-Geis Digital- und Printmedien (Köln)
rheinexklusiv.de (mit Einzugs-gebiet auch im Raum Köln)	seromedia GmbH (Bonn)
stadttrevue.de	Stadttrevue Verlag GmbH (Köln)
stadtzauber.de (mit regionaler Ausrichtung für das Rheinland)	stadtzauber gmbh (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
suedstadtmagazin.de; (ePaper "stadtMAGAZIN" für Köln-Süd)	stadtmagazinkoeln.de Jonathan Medien Karola Waldek (Köln)
topmagazinkoeln.com	Agrippina Media GmbH & Co. KG (Köln)
veedelmedia.koeln (ePaper der Stadtteil-Magazine: "Nippes-Magazin" "Riehl Intern")	VeedelMedia Machnik & Happe Journalismus und Design Partnergeseellschaft (Köln)
zeit.de/thema/koeln	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radiokoeln.de	Radio Köln GmbH & Co. KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft Radio Köln e.V. (Köln)
---------------	--

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

deutschlandfunk.de/die-nachrichten (mit überregionaler Ausrichtung)	(mit überregionaler Ausrichtung)	
deutschlandfunkkultur.de (mit überregionaler Ausrichtung)	(mit überregionaler Ausrichtung)	Deutschlandradio (Köln)
deutschlandfunknova.de (mit überregionaler Ausrichtung)	(mit überregionaler Ausrichtung)	
lulu.fm (mit überregionaler Ausrichtung)		lulu Media GmbH (Köln)
koelncampus.com		Köln-campus e.V. (Köln); Universität zu Köln (Köln)
domradio.de (auch Web-TV)		Bildungswerk der Erzdiözese Köln e.V. (Köln)

**Online-Angebote des WDR**

wdr.de/radio/1live (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		
wdr.de/radio/wdr2 (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		
wdr.de/radio/wdr3 (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		
wdr.de/radio/wdr4 (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		Westdeutscher Rundfunk (Köln)
wdr.de/radio/wdr5 (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		
wdr.de/radio/wdr-event (mit regionaler Ausrichtung für NRW)		

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wdr.de/radio/cosmo (mit überregionaler Ausrichtung)	Westdeutscher Rundfunk (Köln) in Kooperation mit Radio Bremen (Bremen) und Rundfunk Berlin-Brandenburg (Berlin/Potsdam)
wdr.de/fernsehen (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	Westdeutscher Rundfunk (Köln)
wdr.de/nachrichten/rheinland (mit regionaler Ausrichtung für das Rheinland)	
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/koeln	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Köln (Köln)
sportschau.de (mit überregionaler Ausrichtung)	Westdeutscher Rundfunk (Köln); federführend und Im Auftrag der ARD
<b>Online-Angebote von TV-Veranstaltern</b>	
ewtn.de (mit überregionaler Ausrichtung)	EWTN.TV gGmbH (Köln)
n-tv.de (mit überregionaler Ausrichtung)	ntv Nachrichtenfernsehen GmbH (Köln)
n-tv.de/regionales/nordrhein-westfalen (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	
rtl.de (mit überregionaler Ausrichtung)	
tvnow.de (mit überregionaler Ausrichtung)	RTL interactive GmbH (Köln)
vox.de (mit überregionaler Ausrichtung)	
rtl-west.de (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	RTL WEST GmbH (Köln)
sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-koeln (mit regionaler Ausrichtung für den RB Köln)	WestCom Medien GmbH (Dortmund)
sporttotal.tv (Web-TV; mit überregionaler Ausrichtung)	sporttotal.tv GmbH (Köln)
planet-wissen.de	Westdeutscher Rundfunk (Köln) in Kooperation mit Südwestrundfunk (Baden-Baden) und Bayerischer Rundfunk (München)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
business-on.de/koeln-bonn (mit regionaler Ausrichtung für den Raum Köln/Bonn)	Business-on.de Christian Weis GmbH (Engelskirchen)
chorweiler-panorama.de	Alexander Litzenberger, Vera van Beveren (Köln)
city-news.de/koeln	City News Paul Schütte (Troisdorf)
fensterzumhof-podcast.de	Malte Knuth (Köln)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
geheimtipp-koeln.de	Robel Wiemann GbR Mathes Robel/Max Wiemann (Köln)
geissblog.koeln	DERGEISSBOCK Verlags-GmbH (Köln)
hallo.koeln koeln.de	NetCologne Gesellschaft für Telekommunikation mbH (Köln)
koeln-muelheim.de	Mülheimer Freiheit Rolf Bauerfeind/Michael Bloch (beide Köln)
inqueery.de (mit Einzugsgebiet auch für Köln)	metropol events gmbh (Düsseldorf)
koeln-deutz.de	W&L multimedia solutions GmbH (Köln)
koelner-newsjournal.de	Martina Uckermann (Köln)
koeln-magazin.info	Hayit Medien Mundo Marketing GmbH (Köln)
koeln-news.com; packie.de	Reinhold Packeisen (Köln)
kulturnews.de/stadt/koeln	bunkverlag GmbH (Hamburg)
meinesuedstadt.de	Meine Südstadt UG (haftungsbeschränkt) (Köln)
newsportal.koeln	Raphael Jäger (Köln)
porzerleben.de	Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Publikumsanalysen Prof. Dr. Vogel und Dr. Dorn GbR (Köln)
porz-illu.de	MedienService-Geis Digital- und Printmedien (Köln)
porz-online.de	Bodo Prieserath (Köln)
prinz.de/koeln	urbanite Location Based Media GmbH (Hamburg)
report-k.de	Atelier Goral GmbH (Köln)
rheinsiegmagazin.de/category/ koeln	Rhein Sieg Magazin Dirk Brassel (Eitorf)
stellwerk-magazin.de	Universität zu Köln/Institut für deutsche Sprache und Literatur I (Köln)
tag24.de/koeln	TAG24 NEWS Deutschland GmbH (Dresden); TAG24 Redaktion Köln (Köln)
t-online.de (mit überregionaler Ausrichtung) t-online.de/region/koeln	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
veedelsliebe.de	Daniela Richardon (Köln)
worringenpur.de	Heike C. Matschkowski (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
xity.de/Nachrichten/koeln	Xity Online GmbH (Düsseldorf)
queer.de (mit überregionaler Ausrichtung)	Queer Communications GmbH (Köln)
sport.de (mit überregionaler Ausrichtung)	RTL interactive GmbH (Köln); Heimspiel Medien GmbH & Co. KG (Münster)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.40 Online-Angebote in Leverkusen (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/leverkusen	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ leverkusen/	

#### Online-Angebote von Anzeigenblättern

rheinische-anzeigenblaetter.de/ region/leverkusen	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/lokale- informationen/epaper (ePaper "Lokale Informationen", Ausgabe Leverkusen, Ausgabe Opladen)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Leverkusener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Köln)

#### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

bayer04.de/de-de/page/werks11-magazin (ePaper "Werks11-Magazin")	Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH (Leverkusen)
glverlag.de/gl-lev-kontakt.aspx (mit Einzugsgebiet auch für Leverkusen)	GL Verlags GmbH (Bergisch Gladbach)
focus.de/regional/leverkusen	FOCUS Online Group GmbH (München)
zeit.de/thema/leverkusen	ZEIT ONLINE GmbH (Hamburg)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radioleverkusen.de	Radio Leverkusen GmbH & Co KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft Radio Leverkusen e.V. (Leverkusen)
--------------------	---

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

powerradio94.de (Web-Radio)	PowerRadio94 Jean-Paul Hesse (Leverkusen)
-----------------------------	--

#### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
bayer04.de/de-de/page/videopage	Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH (Leverkusen)

**Online-Only-Angebote**

onlinezeitung.co (mit Unterseite für die Stadt Leverkusen)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
schlebusch-online.net	Werbe- und Fördergemeinschaft Schlebusch e.V. (Leverkusen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.41 Online-Angebote im Oberbergischer Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/oberberg-ks	
rundschau-online.de	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rundschau-online.de/region/ oberberg (weitere sublokale Unterseiten für alle Städte im Oberbergischen Kreis)	
rga.de	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
rga.de/lokales/hueckeswagen	
rga.de/lokales/radevormwald	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ hueckeswagen	
rp-online.de/nrw/staedte/ radevormwald	

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/anzeigen-echo	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Oberbergische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Gummersbach)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/lokal-anzeiger/ waldbroel	
unserort.de/bergneustadt	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/engelskirchen	
unserort.de/gummersbach	
unserort.de/lindlar	
unserort.de/marienheide	
unserort.de/nuembrecht	
unserort.de/reichshof	
unserort.de/waldbroel	
unserort.de/wiehl	
unserort.de/wipperfuerth	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bergischerbote.de/category/bb/ regional/oberberg	Verlag am See GmbH (Kürten)
der-medienverlag.de (ePaper der Stadt-Magazine: "Aggertaler" "Homburger")	Welpdruck GmbH (Wiehl- Oberbantenberg)
engelbert-magazin.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Hückeswagen und Radevormwald)	B.Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
engelbertoberberg.com	JUHRmade Daniel Juhr (Wipperfürth)
mitteilungsblatt-lindlar.de (ePaper)	
nuembrechtaktuell.de (ePaper)	
reichshof-kurier.de (ePaper)	
rundblick-bergneustadt.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-engelskirchen.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
rundblick-gummersbach.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-marienheide.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-waldbroel.de/e-paper (ePaper)	
wiehler-postillion.de (ePaper)	
regiogo.de (ePaper des Magazins "Regio GO")	Regio GO Verlag Murat Ülbeyi (Wipperfürth)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioberg.de (für den Oberbergischen Kreis und den Rheinisch-Bergischen Kreis)	Radio Berg GmbH & Co. KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Oberbergischen und Rheinisch-Bergischen Kreis e.V. (Kürten)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
bielstein.de	melzer.de/sign Günther Melzer (Wiehl)
drabenderhoehe.de	
kreuzberg.nrw	Bürgerverein Kreuzberg e.V. (Wipperfürth)
news-on-tour.de/category/news-oberberg	Medienverbund NEWS-on-Tour & Foto+TV Agentur Christian Sasse (Bergneustadt)
oberberg-aktuell.de	Oberberg-Online Informations- systeme (Gummersbach)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
oberberg-heute.de	Verlag GBM e.K. Gina Barth-Muth (Morsbach)
oberberg-nachrichten.de	ARKM Online Verlag UG (Bergneustadt)
onlinezeitung.co/ index.php?id=5255 (für Hückeswagen)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
onlinezeitung.co/ index.php?id=5515 (für Wipperfürth)	
stadtnetz-radevormwald.de	Portunity Media GmbH (Wuppertal)
unser-oberberg.net	Andreas Rudolph (Gummersbach)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.42 Online-Angebote im Rhein-Erft-Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/rhein-erft	
rundschau-online.de	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rundschau-online.de/region/rhein-erft	
fupa.net/region/rhein-erft	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ region/rhein-erft	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/bruehler-schlossbote/epaper (ePaper "Brühler Schlossbote")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); VSW Verlag Schlossbote/Werbekurier GmbH & Co. KG (Brühl)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/werbekurier-wesseling/epaper (ePaper "Werbekurier")	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/werbepost (ePaper "Werbepost", Ausgabe Bedburg/ Elsdorf, Ausgabe Bergheim, Ausgabe Kerpen)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Werbepost Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Brühl)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/werbepost (ePaper "Erftstadt-Anzeiger")	
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/wochenende/epaper (ePaper "Wochenende", Ausgabe Frechen, Ausgabe Hürth, Ausgabe Pulheim)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Verlag Anzeigen und Informationen GmbH & Co. KG (Frechen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
unserort.de/bedburg	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/bergheim	
unserort.de/elsdorf	
unserort.de/erftstadt	
unserort.de/frechen	
unserort.de/kerpen	
unserort.de/pulheim	
unserort.de/wesseling	

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

die-stadtmagazine.de/rhein-erft-und-koeln-magazin (ePaper der Stadt-Magazine:	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
"Brühler Markt Magazin"	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); RAG Stadtmagazine GmbH (Köln)
"Erststadt Magazin"	
"Hürther Stadt Magazin"	
"Wesseling Stadt Magazin")	
inbruehl.com	Brühler Kultur Verlag e.V. (Brühl)
ivr-verlag.de/Verlag.htm (ePaper Stadt-Magazin "Bedburger Nachrichten")	Stadt Bedburg (Bedburg); IVR Industrie Verlag und Agentur Rhein- Erft Eckl GmbH (Bedburg)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/bruehler- schlossbote (ePaper Stadt-Magazin "iNBrühl")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); VSW Verlag Schlossbote/ Werbekurier GmbH & Co. KG (Brühl)
rundblick-elsdorf.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
wir-erftstaedter.de/e-paper (ePaper)	

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radioerft.de	Radio Erft GmbH & Co KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft Radio Erft e.V. (Wesseling)
--------------	--

### Weitere Online-Hörfunkangebote

antennepulheim.de	Central FM Media GmbH (Pulheim)
welle-rhein-erft.de	Martina Bernhardt (Elsdorf)

### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

bm-tv.de (Web-TV)	Lutz Wolters (Bergheim)
regiotv.nrw (Web-TV)	MS Marketing und Vertrieb Markus Schwarz (Bergheim)

### Online-Only-Angebote

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
brauweilerblog.de	Central FM Media GmbH (Pulheim)
erftkreis-news.de	Alexander Franz (Wesseling)
frechen.blogger.de	Christoph Schober (Frechen)
frechenschau.de	Susanne Neumann (Frechen)
mein-quadrath-ichendorf.de	Mein Quadrath-Ichendorf e.V.
onlinezeitung.co (mit Unterseiten für alle Orte im Rhein-Erft-Kreis)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
pulheimtv.de (auch Web-TV)	Günter Müller (Pulheim)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.43 Online-Angebote im Rheinisch-Bergischer Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/rhein-berg-oberberg	
rundschau-online.de	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rundschau-online.de/region/rhein-berg	
rga.de	Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
rga.de/lokales/burscheid	
rga.de/lokales/wermelskirchen	
rp-online.de	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
rp-online.de/nrw/staedte/ leichlingen/	
rp-online.de/nrw/staedte/ wermelskirchen/	
fupa.net/region/berg	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

rheinische-anzeigenblaetter.de/ region/rhein-berg	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/bergisches-handelsblatt/epaper (ePaper "Bergisches Handelsblatt")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Bergisches Handelsblatt G,bH & Co. KG (Bergisch Gladbach)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/lokale-informationen/epaper (ePaper "Lokale Informationen", Ausgabe Burscheid, Ausgabe Leichlingen)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Leverkusener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Köln)
unserort.de/bergisch_gladbach	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/burscheid	
unserort.de/kuerten	
unserort.de/leichlingen_rhld	
unserort.de/odenthal	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
unserort.de/overath	
unserort.de/roesrath	
unserort.de/wermelskirchen	

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

bauer-thoeming.de/ roesratherleben/magazin/	BAUER & THÖMING VERLAG GbR (Rösrath)
bergischerbote.de/category/ bb/regional/rhein-berg	Verlag am See GmbH (Kürten)
engelbert-magazin.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Burscheid, Wermelskirchen)	B.Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG (Solingen); Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG (Remscheid)
engelbert-magazin.de/remscheid-und-umgebung (ePaper Stadt-Magazin "Engelbert", Ausgabe Bergisches Land)	
puls-gesundheitsmagazin.de	
glverlag.de/gl-kompakt.aspx	
glverlag.de/lokal-gl-lev.aspx (mit Einzugsgebiet auch in der Stadt Leverkusen)	GL Verlags GmbH (Bergisch Gladbach)
mein-bestens.de	de Lorenzo-Fanelli & Nicolai GbR (Wermelskirchen)
mitteilungsblatt-overath.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-roesrath.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radioberg.de (für den Rheinisch-Bergischen Kreis und den Oberbergischen Kreis)	Radio Berg GmbH & Co. KG (Köln); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Oberbergischen und Rheinisch-Bergischen Kreis e.V. (Kürten)
--	--

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

cityradio-gl.de	M. Hardenacke (Bergisch Gladbach)
foxradio-burscheid.de (Web-Radio)	Anna & Ralf Zehrer (Remscheid)
hilgencentralfm.de (Web-Radio)	Sandro Ferrara (Burscheid)

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

bergtv.de	BergTV e. V. Regionales Fernsehen für Bergisch Gladbach (Bergisch Gladbach)
wermelskirchen-tv.de (Web-TV)	Wermelskirchen Television e. V. (Wermelskirchen)

**Online-Only-Angebote**



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
bergischer-impuls.de/rhein-berg	Axel Girbel (Bergisch Gladbach)
forumwk.de	Wolfgang Horn (Wermelskirchen)
glaktuell.net	Frank Samirae (Bergisch Gladbach)
in-gl.de	Georg Watzlawek (Bergisch Gladbach)
onlinezeitung.co (mit Unterseiten für alle Orte im Rheinisch-Bergischen Kreis)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
rbk-direkt.de	Rheinisch-Bergischer Kreis (Bergisch Gladbach); Oevermann Networks GmbH (Bergisch Gladbach)
rheinbergnews.de	Andrea B. Collin (Bergisch Gladbach)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.44 Online-Angebote im Rhein-Sieg-Kreis

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
ga.de	
ga.de/region/siebengebirge/bad-honnef/	
ga.de/region/siebengebirge/koenigswinter/	
ga.de/region/sieg-und-rhein/ (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für mehrer Städte im rechtsrheinischen Teil des Rhein-Sieg-Kreises)	General-Anzeiger Bonn GmbH (Bonn)
ga.de/region/voreifel-und-vorgebirge/ (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für mehrer Städte im linksrheinischen Teil des Rhein-Sieg-Kreises)	
fupa.net/region/sieg	
ksta.de	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
ksta.de/region/rhein-sieg-bonn	
rundschau-online.de	M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG (Köln); Heinen-Verlag GmbH (Köln)
rundschau-online.de/region/rhein-sieg	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
blick-aktuell.de/Meckenheim/	
blick-aktuell.de/Rheinbach/	Krupp Verlags GmbH (Sinzig)
blick-aktuell.de/Wachtberg/	
montagszeitung.com (ePaper "Montagszeitung")	BSK Vollmert e.K. (Niederkassel)
rheinische-anzeigenblaetter.de/region/rhein-sieg	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/extra-blatt/epaper (ePaper "Extra-Blatt" Ausgabe Bad Honnef/ Königsinter, Ausgabe Eitorf, Ausgabe Hennef, Ausgabe Sankt Augustin, Ausgabe Siegburg, Ausgabe Troisdorf; ePaper "Niederkassel aktuell")	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); VWP Verlag für Werbe-Publikation GmbH & Co. KG (Bonn)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/schaufenster-bonn/epaper (ePaper "Schaufenster", Vorgebirge/Alfter/Bornheim)	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Rhein-Sieg-Anzeigenblatt GmbH (Bonn)
rheinische-anzeigenblaetter.de/ mein-blatt/blickpunkt-meckenheim/epaper (ePaper "Blickpunkt Schaufenster", Ausgabe Meckenheim)	
rwn24.de (mit Einzugsgebiet auch im südlichen rechtsrheinischen Teil des Rhein-Sieg-Kreises)	Media World GmbH (Asbach); Presseagentur Funk GmbH (Linz)
unserort.de/alfter	
unserort.de/bad_honnef	
unserort.de/bornheim	
unserort.de/eitorf	
unserort.de/hennef_sieg	
unserort.de/Koenigswinter	
unserort.de/lohmar	
unserort.de/meckenheim	
unserort.de/much	
unserort.de/neunkirchen-seelscheid	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
unserort.de/niederkassel	
unserort.de/rheinbach	
unserort.de/ruppichterath	
unserort.de/sankt_augustin	
unserort.de/siegburg	
unserort.de/swisttal	
unserort.de/troisdorf	
unserort.de/wachtberg	
unserort.de/windeck	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
bonbonniere-magazin.de (mit Einzugsgebiet auch in Bonn)	B & R MedienService GmbH (Siegburg); os. Media & consulting UG (Siegburg)
diebadhonnerfer.de	Helmut Böndel (Bad Honnef)
die-stadtmagazine.de/rhein-sieg-magazin (ePaper der Stadt-Magazine:	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
"Hennefer Stadt Magazin"	
"Stadt Magazin Eitorf/Windeck/ Ruppichteroth"	RAG interactive GmbH & Co. KG (Köln); Rhein-Sieg-Anzeigenblatt GmbH (Bonn)
"Stadt Magazin Siegburg, Sankt Augustin, Lohmar und Neunkirchen- Seelscheid")	
imag-magazin.de (ePaper regionales Lifestyle-Magazin "iMAG")	Jiri Hampl (Windeck)
insider-aktuell.de (ePaper Stadt-Magazin "insider")	BECKER media Werbeagentur und Softwarehaus (Windeck)
machpuls.de/niederkassel	machPuls GmbH (Bonn)
mitteilungsblatt-eitorf.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-much.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-neunkirchen.de/e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-ruppichteroth.de/ e-paper (ePaper)	
mitteilungsblatt-windeck.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-sankt-augustin.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-siebengebirge.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-siegburg.de/e-paper (ePaper)	
rundblick-troisdorf.de/e-paper (ePaper)	Rautenberg Media KG (Troisdorf)
stadtecho-hennef.de/e-paper (ePaper)	
stadtecho-lohmar.de/e-paper (ePaper)	
wir-bornheimer-online.de/ e-paper (ePaper)	
wir-in-alfter.de/e-paper (ePaper)	
wir-in-meckenheim-rheinbach.de/e-paper (ePaper)	
wir-in-swisttal.de/e-paper (ePaper)	
wir-wachtberger-online.de/e-paper (ePaper)	
oberhau-aktuell.de (ePaper)	Oberhau Aktuell e.V. (Königswinter)
rheinkiesel.de (ePaper Magazin "rheinkiesel"; mit regionaler Ausrichtung für die Region Siebengebirge)	Quartett-Verlag Erwin Bidder (Rheinbreitbach)

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radiobonn.de (auch für den Rhein-Sieg-Kreis)	Radio Bonn/Rhein-Sieg GmbH & Co. KG (Siegburg); Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk Bonn/Rhein-Sieg e.V. (Bonn)
--	--

### Weitere Online-Hörfunkangebote

studio1online.de (auch TV)	STUDIO EINS Bürgerfunkinitiative e.V. (Königswinter)
----------------------------	--

### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
rhein-sieg-tv.de (Web-TV)	Oliver Hartmann (Siegburg)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
absolut-bergisch.amera.de	Studio 242 Graphik-Design & Verlag Christof Schmoll (Neunkirchen- Seelscheid)
lohmar-info.amera.de	
much-heute.amera.de	
neunkirchen-seelscheid.amera.de	
ausbadhonnef.de	Thomas Scheben (Bad Honnef)
bad-honnefer-info.de	Holger Handt (Bad Honnef)
bonndirekt.com/ wachtbergdirekt.html	Agentur Ruckes Erwin Ruckes (Wachtberg)
broeltal.de	DPITS Daniel Prior (Ruppichteroth)
honnef-heute.de	Rainer Hombücher (Bad Honnef)
fusshollen.de	
holenfeld.de	
litterscheid.net	Walter Kemper (Ruppichteroth)
winterscheid.net	
wöngtesch.de	
in-lohmar.de	Norbert Muskatewitz Internet- dienstleistungen (Lohmar)
nr-kurier.de/lokalausgabe/29-bad-honnef	MVV Medienverlag Westerwald-Sieg UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG (Wissen)
onlinezeitung.co (mit Unterseiten für mehrere Orte im Rhein-Sieg-Kreis)	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
rheinbacher.de	Dieter Krakor (Rheinbach)
rheinsiegmagazin.de/category/ staedte_gemeinden/rhein-sieg-kreis	Rhein Sieg Magazin Dirk Brassel (Eitorf)
stadtjournal.online	Stadtjournal Verlag Bock & Mohr UG (Königswinter)
treffpunkt-troisdorf.de	ideografisch – Ideen in Wort und Bild Jutta Giesen (Siegburg)
troisdorf.city	Mediata Communications GmbH (Troisdorf)
windeck24.info	Christoph Engelberth Windeck)
wirliebenfoto.de (mit überregionaler Ausrichtung)	WLF Wir lieben Foto GmbH (Königswinter)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.45 Online-Angebote in der Städteregion Aachen (einschl. Stadt Aachen)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
aachener-nachrichten.de	

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
aachener-nachrichten.de/ lokales/aachen	
aachener-nachrichten.de/ lokales/eifel	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen);
aachener-nachrichten.de/ lokales/eschweiler	Aachener Nachrichten
aachener-nachrichten.de/ lokales/nordkreis	Verlagsgesellschaft GmbH (Aachen)
aachener-nachrichten.de/ lokales/stolberg	
aachener-zeitung.de	
aachener-zeitung.de/ lokales/aachen	
aachener-zeitung.de/lokales/eifel	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen);
aachener-zeitung.de/ lokales/eschweiler	Aachener Verlagsgesellschaft mbH (Aachen)
aachener-zeitung.de/ lokales/nordkreis	
aachener-zeitung.de/ lokales/stolberg	
fupa.net/region/aachen	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
filmpost.de	Palastverlag Dr. Engelbrecht GmbH & Co KG (Eschweiler)
supersonntag.de/region/aachen-mitte	
supersonntag.de/region/aachen-sued	
supersonntag.de/region/alsdorf	
supersonntag.de/region/ baesweiler	Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
supersonntag.de/region/eifel	
supersonntag.de/region/ eschweiler	
supersonntag.de/region/stolberg	
supersonntag.de/region/ wuerselen	
wochenspiegellive.de/eifel/ monschau/monschau	altkreis- Weiss-Verlag GmbH & Co. KG (Monschau)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
aachener-zeitung.de/zva/ werbebeilagen/eurode- magazin-20200905-b-14 (ePaper Stadt-Magazin "Eurode-Magazin")	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
aachen.ihk.de/servicemarken/ presse/medien-der- ihk/ wirtschaftliche-nachrichten (ePaper "Wirtschaftliche Nachrichten"; mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Aachen)	Industrie- und Handelskammer Aachen (Aachen); Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
aachen-nord.de	IG AACHENER PORTAL e.V. (Aachen); nonplusultra Werbeagentur/Verlag/Event Alexander Samsz (Aachen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
alles-in-haaren.de (ePaper Stadtteil-Magazin "haaren (+)")	nonplusultra Werbeagentur/ Verlag/Event Alexander Samsz (Aachen)
alsdorfer-stadtmagazin.de (ePaper Stadt-Magazin "und sonst?!")	Alspresso Verlag Marina Brants (Alsdorf)
aproposgesund.de	Uniklinik RWTH Aachen (Aachen)
aquis-casa.de (ePaper regionales Lifestyle-Magazin "aquis casa")	Agentur 176 Werbung Grafik Druck Marcello Vercio (Aachen)
eilendorf-aktuell.de (ePaper)	
bad-aachen.net/badaachen (ePaper Stadt-Magazin "Bad Aachen")	VWB Media Service Verlag GmbH (Aachen)
drei-k.de (ePaper lokales Gesundheits-Magazin "alive - Aachen bewegt")	Drei K Kommunikation Perdita Fiedler (Aachen)
filmpost.de/regiolife/ausgaben.html (ePaper Stadt-Magazin "Regio Life Eschweiler")	Palastverlag Dr. Engelbrecht GmbH & Co KG (Eschweiler)
50plus-magazin.info (ePaper "50Plus Magazin" für Aachen und Umgebung)	FACTOR: G MEDIEN & IDEEN G. Günal (Aachen)
hieronymus-magazin.de (ePaper)	oecher-design Medienagentur Christiane Lühr/Nicole Scherrers (Stolberg)
kaleidoskop-ac.de (ePaper Magazin "kaleizette")	Kaleidoskop - Filmforum in Aachen e.V. (Aachen)
kingkalli.de (mit regionaler Ausrichtung auch für den Kreis Düren)	Verlag um die Ecke Birgit Franchy (Aachen)
movieaachen.de	
kirchenzeitung-aachen.de (mit regionaler Ausrichtung für das Bistum Aachen)	Einhard Verlag GmbH (Aachen)
klenkes.de	
klenkes-neo.de	Medienhaus Aachen GmbH (Aachen)
top-magazin.de/aachen	Medien Bonn GmbH (Bonn)
wochenspiegellive.de/service/e-paper-archiv (ePaper Stadt-Magazin "Live"/Ausgabe Monschau)	Weiss-Verlag GmbH & Co. KG (Monschau)
wuerselen.de (ePaper des Stadt-Magazins "Os Wöschele")	Stadt Würselen/Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
antenneac.de	Veranstaltergemeinschaft für den Lokalfunk in der StädteRegion Aachen e.V. (Würselen); 107.8 Antenne AC Rundfunkbetriebs- gesellschaft mbH & Co. KG (Würselen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
dashitradio.de	regioMEDIEN AG (Eupen/B)
hochschulradio-aachen.de	Hochschulradio Aachen e.V. (Aachen)
radiostolberg.de (Web-Radio)	Alexander Heinrichs (Stolberg)
<b>Online-Angebote des WDR</b>	
wdr.de/fernsehen/lokalzeit/aachen (mit regionaler Ausrichtung für die Städteregion Aachen und Umgebung)	Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR-Studio Aachen (Aachen)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
eifeldrei.tv (Web-TV)	Dirk Neuß (Monschau)
wirmaachen.de (Web-TV)	wirmaachen Evgeniy Fast (Aachen)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
aachenerkinder.de	H.-G. Gerhards Aachen)
aachennews.org	Margret Vallot (Aachen)
dueren-magazin.de/staedteregion-aachen	SAVE MEDIA Sascha Vetter (Düren)
eifelon.de (mit Einzugsgebiet auch im Raum Monschau, Roetgen, Simmerath)	Beate Weiler-Pranter (Heimbach)
eilendorf.info	Markus Förster (Aachen)
euregio-aktuell.eu/categories/1-Aachen	Hartmut Hermanns (Aachen)
kohlscheid.de	Go new media GmbH & Co. KG (Herzogenrath-Kohlscheid)
kraz-ac.de	Onlinezeitung „Kritische Aachener Zeitung“ Walter Schumacher (Aachen)
lebendiges-aachen.de	Bettina Berg (Aachen)
meinstolberg.de	Pascal van den Berghe (Stolberg)
na.de	NetAachen GmbH (Aachen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.46 Online-Angebote in Borken (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wn.de	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
wn.de/Muensterland/Kreis-Borken	
wn.de/Muensterland/Kreis-Borken/Gronau	
borkenerzeitung.de/borio.tv	J. Mergelsberg GmbH & Co. KG (Borken)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
bbv-net.de	Temming Verlag KG (Bocholt)
azonline.de	Verlag F. Fleißig GmbH & Co. KG (Coesfeld)
azonline.de/Muensterland/Kreis-Borken	
azonline.de/Lokales/Gescher	J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG (Dülmen)
dzonline.de	
dzonline.de/Muensterland/Kreis-Borken	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
muensterlandzeitung.de	
dorstenerzeitung.de/raesfeld/	Funke Medien NRW GmbH (Essen)
nrz.de/staedte/emmerich-rees-isselburg/	

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

bocholter-report.eu (ePaper)	Report Verlagsgesellschaft mbH (Bocholt)
rheder-stadtgespraech.de (ePaper)	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
gwp-gronau.de (ePaper)	
lokalkompass.de/isselburg; lokalkompass.de/stadtanzeiger-emmerich (ePaper; mit Einzugsgebiet Isselburg)	WVW Westdeutsche Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Essen)
meinstadtkurier.de	Temming Verlag KG (Bocholt)
stadtanzeiger-borken.de	J. Mergelsberg GmbH & Co. KG (Borken)
stadtanzeiger-coesfeld.de (ePaper) (bedient auch die Regionen Gescher/Legde im Kreis Borken)	Stadtanzeiger Verlag GmbH (Coesfeld)
vredener-anzeiger.de	Firma Franz Gescher, Inh. Mechthild Gescher e.K. (Vreden)
wochenpostonline.de	Wochenpost GmbH & Co. KG (Stadtlohn)

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

ebito.tv (ePaper)	atento Werbeagentur GmbH (Vreden)
hallo-borken.de	Werbeagentur Heimspiel GmbH (Borken)
magazin-gesundheit.de (ePaper)	
inside-magazin.tv (ePaper)	INSIDE Medienagentur UG (Vreden)
mokka-online.de (ePaper)	J. Mergelsberg GmbH & Co. KG (Borken)
pan-bocholt.de	MÜ12 Verlag GmbH (Bocholt)
sonderthemen.wn.de/gronau-magazin	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
radiowmw.de	Lokalfunk für den Kreis Borken GmbH & Co. KG (Borken); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Borken e.V. (Borken)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
radio-ahaus.chayns.net (Webradio)	Radio-Ahaus e.V. (Ahaus)
radio-legden.chayns.net (Webradio)	
bocholt-radio.de (Webradio)	Radio VHR - Broadcasting and Advertising Alfred Krandick (Bocholt)
radio-vhr.de (Webradio); radio-vhr.de/webradio-borken (Webradio)	
radio-vreden (Webradio)	
inthemixradio.de (Webradio)	Mario Schulte (Raesfeld)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
ahaus.jetzt	Ruhr24 GmbH & Co. KG (Dortmund)
bocholt-news.de	Jan Mallander (Bocholt)
borken-city.de; rhede-city.de (inhaltsgleich)	Pixtura Werbeagentur e.K. Christian Giese (Rhede)
borken-live.de	Agentur für Werbung Carsten F. Bacher e.K. (Borken)
burlo-direkt.de	BLUELIGHT-media-production Andrea Schmitt (Borken)
der-ahauser.de	Intradus GmbH (Ahaus)
der-vredener.chayns.net	
gescherblog.de	Franz-Josef Kunst (Gescher)
gronau-inside.de	Kulturbüro Gronau GmbH (Gronau)
heimatreport.de	Petra Bosse (Raesfeld)
isselburg-live.de	Heinz Renzel Holding GmbH (Isselburg)
madeinbocholt.de	Berthold Blesenkemper Agentur M hoch 3 (Bocholt)
welovebocholt.de	local-e-motion Vertriebsgesellschaft mbH (Bocholt)
wirtschaft-aktuell.de (mit regiona-ler Ausrichtung auch für die Kreise Coesfeld, Steinfurt, Warendorf sowie für die Stadt Münster)	Hötzel, RFS & Partner, Druckerei, Verlag, Werbeagentur GmbH (Stadtlohn)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.47 Online-Angebote in Bottrop (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/bottrop	
dorstenerzeitung.de/kirchhellen	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
24vest.de/nrw/ruhrgebiet/bottrop-ort28436	Medienhaus Bauer GmbH & Co. KG (Marl); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
fupa.net/region/oberhausen-bottrop	RP Digital GmbH (Düsseldorf)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
lokalkompass.de/bottrop	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/ (ePaper)	#stadtspiegel_bottrop Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
mittendrin-verlag.de (ePaper Anzeigenblätter: "Bottrop Mittendrin" "Kirchhellen Mittendrin")	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
crc-media.de (ePaper Stadt-Magazin "100 % Bottrop")	CR-Consult Marketing • Media • PR • GmbH (Gelsenkirchen-Buer)
focus.de/regional/bottrop	FOCUS Online Group GmbH (München)
kh-emscher-lippe.de (ePaper regionales Wirtschaftsmagazin "KH Aktuell")	Kreishandwerkerschaft Emscher-Lippe-West (Bottrop/Gelsenkirchen); RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
lebensart-magazine.de/ kirchhellen.html (ePaper Stadt-Magazin "LebensArt", Ausgabe Bottrop-Kirchhellen)	aureus GmbH (Bottrop-Kirchhellen)
regio-magazine.de/regioital.html (ePaper regionales Gesundheitsmagazin "regio vital")	
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioemscherlippe.de (auch für die Städte Gelsenkirchen und Gladbeck)	Veranstaltergemeinschaft Radio Emscher Lippe e.V. (Gelsenkirchen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
<b>Online-Only-Angebote</b>	
aufmplatz.net/bottrop	B & C Verlag Holger Czeranski (Bottrop)
bottroper.online	SWAN Agentur für vertriebsorientiertes Marketing Henning Ritter (Bottrop)
bottroper-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR (Bottrop)
kirchhellen.de	kirchhellen.de GbR (Bottrop-Kirchhellen)
kirchhellen.online	aureus GmbH (Bottrop-Kirchhellen)
lebensart-regional.de (mit regionaler Ausrichtung für den Raum Bottrop, Dorsten, Gladbeck)	MP Mediapartner Oliver Mies & Christian Pöche GbR (Bottrop-Kirchhellen)
onlinezeitung.co/index.php?id=5803	Charara IT-Solutions GmbH (Burscheid)
ruhrgebietaktuell.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	ASD Online Marketing UG (Bottrop)
wir-lieben-bottrop.de	Dennis Bröhl, Holger Czeranski und Sascha Renard GbR (Bottrop)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.48 Online-Angebote in Coesfeld (Kreis)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
azonline.de	
azonline.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld	
azonline.de/Lokales/Billerbeck	Verlag F. Fleißig GmbH & Co. KG (Coesfeld)
azonline.de/Lokales/Coesfeld	
azonline.de/Lokales/Darup	
azonline.de/Lokales/Rosendahl	
dzone.de	
dzone.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld	J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG (Dülmen)
dzone.de/Duelmen	
wn.de	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Ascheberg	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Duelmen	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Havixbeck	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Luedinghausen	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Nottuln	
wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Senden	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
ruhrnachrichten.de	
ruhrnachrichten.de/herbern	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
ruhrnachrichten.de/nordkirchen	
ruhrnachrichten.de/olfen	
fupa.net/region/ahaus-coesfeld	FuPa GmbH (Fürstenstein)

### Online-Angebote von Anzeigenblättern

ag-muensterland.de/ luedinghausen (ePaper "Hallo", Ausgabe Lüdinghausen)	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
dreingau-zeitung.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Ascheberg)	
epaper.sonntagskurier.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Nordkirchen)	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG (Unna)
lokalkompass.de/olfen	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_ostvest_olfen (ePaper "StadtSpiegel", Ausgabe Recklinghausen/Ostvest)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
stadtanzeiger-coesfeld.de (ePaper "StadtAnzeiger", Ausgabe Coesfeld, Ausgabe Dülmen)	Stadtanzeiger Verlag GmbH (Coesfeld)
streiflichter.com/lokales/ billerbeck	
streiflichter.com/lokales/coesfeld	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm);
streiflichter.com/lokales/duelmen	Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
streiflichter.com/lokales/ havixbeck	
streiflichter.com/lokales/nottuln	
streiflichter.com/lokales/ rosendahl	
streiflichter.com/service/e-paper (ePaper "SL Streiflichter", Ausgabe Coesfeld, Ausgabe Dülmen)	VWG Verlagsgesellschaft Westmünsterland GmbH (Dülmen)

### Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)

lhmarketing.de/stadtleben (ePaper Stadt-Magazin "Lüdinghauser Stadtleben")	Lüdinghausen Marketing e.V. (Lüdinghausen)
stylus-ms-os.de (ePaper Architektur- und Lifestyle-Magazin "stylus"; mit regionaler Ausrichtung für die Region Münsterland/Osnabrück)	Stephanie Stark (Nottuln)

### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

radiokiepenkerl.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Coesfeld e.V. (Dülmen); Coesfelder Lokalradio
--------------------	---

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
	Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)

**Weitere Online-Hörfunkangebote**

medienverein.org/buergerfunk (auch für den Kreis Coesfeld)	Verein für Medienarbeit e.V. (Haltern)
--	--

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

medienverein.org (Web-TV, auch für den Raum Dülmen)	Verein für Medienarbeit e.V. (Haltern)
---	--

**Online-Only-Angebote**

coesfelder-nachrichten.de	Hartmut Levermann (Coesfeld)
duelmen-live.de	DMS GmbH (Dülmen)
kompakt24-nottuln.de	361gradmedien OHG (Nottuln)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.49 Online-Angebote in Gelsenkirchen (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/gelsenkirchen	
derwesten.de	FUNKE Digital GmbH (Berlin)
derwesten.de/staedte/ gelsenkirchen	
dorstenerzeitung.de/schalke	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
hellwegeranzeiger.de/schalke	Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG (Unna)
24vest.de/nrw/ruhrgebiet/ gelsenkirchen-ort28716	Medienhaus Bauer GmbH & Co. KG (Marl); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
express.de/nrw/gelsenkirchen	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)
fupa.net/region/gelsenkirchen	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

lokalkompass.de/gelsenkirchen	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/ #stadtspiegel_gelsenkirchen (ePaper Spiegel", Ausgabe Gelsenkirchen, Gelsenkirchen Buer/Erle)	"Stadt Funke NRW Wochenblatt GmbH (Essen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
crc-media.de (ePaper Stadt-Magazin "100 % Buer")	CR-Consult Marketing • Media • PR • GmbH (Gelsenkirchen-Buer)
echo-ge.de	Michael Ziebarth (Gelsenkirchen)
hallobuer.ruhr	RW Media UG (Gelsenkirchen)
neuesruhrwort.de (mit regionaler Ausrichtung)	
horsterpost.de	Verlag Horster Post uG (Gelsenkirchen)
isso-online.de	isso. Verlag Ralf Nattermann (Gelsenkirchen)
rotthausen-post.de (ePaper)	JournalistenBüro Herne GmbH (Herne); Rotthausen Netzwerk e.V. (Gelsenkirchen); Bürgerverein Rotthausen e.V. (Gelsenkirchen)

**Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen**

radioemscherlippe.de (auch für die Städte Bottrop und Gladbeck)	Veranstaltergemeinschaft Radio Emscher Lippe e.V. (Gelsenkirchen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
---	--

**Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern**

schalke04.de/tv	FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. (Gelsenkirchen)
-----------------	--

**Online-Only-Angebote**

gelsenkirchener-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR (Bottrop)
100prozentmeinschalke.de	100ProzentMeinVerein UG (Münster)
magazin-herrkules.de	
media-sportservice.de (mit regionaler Ausrichtung für NRW)	MSPW Media-Sportservice West (Gelsenkirchen)
ruhrgespraech.de (mit regionaler Ausrichtung für das Ruhrgebiet)	Media-Press-Promotion Lothar Bluoss (Gelsenkirchen)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.50 Online-Angebote in Münster (kreisfreie Stadt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wn.de	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
wn.de/Muenster	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
wn.de/Muenster/Stadtteile	
muensterschezeitung.de	MZ Medien Holding GmbH & Co. KG (Münster)
muensterschezeitung.de/ Lokales/Staedte/Muenster	
fupa.net/region/muensterland (mit regionaler Ausrichtung für Münster und Umgebung)	FuPa GmbH (Fürstenstein)
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
ag-muensterland.de/muenster (ePaper Münster)	Hallo AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
die-wirtschaft-muensterland.de (ePaper) (mit regionaler Ausrichtung auch für die Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf)	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
gievenbecker.de (ePaper)	Verlag 1648 Dr. Veit Christoph Baecker e. K (Münster)
kreuzvierteler.de (ePaper)	
heimspiel-online.de	Heimspiel Verlag GmbH & Co. KG (Münster)
ihk-nordwestfalen.de/aktuelles/ wirtschaftsspiegel (ePaper) (mit regionaler Ausrichtung für den IHK-Bezirk Nordwestfalen)	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster); Industrie- und Handelskammer Nordwestfalen (Münster)
kirche-und-leben.de (mit regionaler Ausrichtung für das Bistum Münster)	Dialog-Medien und Emmaus-Reisen GmbH (Münster); Der Bischof von Münster (Münster)
kunstraum-muenster.de	patterson+schade Agentur f. Kommunikation Dietmar Patterson/ Kristina Schade GbR (Münster)
marktmagazin-muenster.de (ePaper)	Marktmagazin Verlag GbR (Ibbenbüren)
muenster-kauft-ein.de	Tips-Verlag Münster GmbH & Co. KG (Münster)
muenster-geht-aus.de	
muenster-magazin.com	Stadtlust-Verlag GmbH & Co. KG (Münster)
nadann.de	dvv GmbH (Münster)
sperre-online.de	Arbeitslose brauchen Medien e.V. (Münster)
tecklenborg-verlag.de/magazine/ (ePaper)	muenster-live Tecklenborg Verlag GmbH & Co. KG (Steinfurt)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
top-magazin.de/muenster/ (ePaper)	SIMPLY the BEST Event & Verlags GmbH & Co. KG (Münster)
westfalenspiegel.de	Ardey-Verlag GmbH (Münster)
westfalium.de	Westfalium GmbH & Co. KG (Münster)

#### Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen

antennemuenster.de	Lokalradio Münster Betriebsgesellschaft mbH (Münster); Veranstaltergemeinschaft Lokaler Rundfunk e.V. (Münster)
--------------------	---

#### Weitere Online-Hörfunkangebote

kaktus-net.de	Radio-Kaktus Münster e.V. (Münster)
muenster.org/medienforum/ (Bürgerfunk; Webradio)	medienforum münster e.V. (Münster)
radioq.de (Campus-Radio)	Radio Q e.V. (Münster)

#### Online-Angebote des WDR

wdr.de/fernsehen/lokalzeit/ muensterland (mit regionaler Ausrichtung für den Raum Münster)	(mit Westdeutscher Rundfunk (Köln); WDR Studio Münster (Münster))
--	---

#### Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern

sat1nrw.de/alles-aus/bezirk-muenster (mit regionaler Ausrichtung für den RB Münster)	WestCom Medien GmbH (Dortmund)
--	--------------------------------

#### Online-Only-Angebote

allesmuenster.de	Stephan Günther/Thomas Hölscher (beide Münster)
dein-ms.de	Mobil 4 Teams/Thomas Fischinger (Münster)
infopunkt-hiltrup.de	Stadtteil Offensive Hiltrup e.V. (Münster)
menscheninmuenster.de	Simon Jöcker (Münster)
msl24.de/muenster (regionale Ausrichtung auch für die umliegenden Kreise im Münsterland)	msl24.de/muensterland Media 24 GmbH & Co. KG (Münster) / Ippen Digital GmbH Co. KG (München)
muensteraktiv.de	Sabine Roters (Münster)
muensterblogs.de	Leila Prousch (Münster)
muenster.de	Stadt Münster - Onlineredaktion des Presseamtes/Verein Bürgernetz e.V. (Münster)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
muenster-fast-umsonst.de	Arbeitslose brauchen Medien e.V. (Münster)
muenster4life.de	Michael Schmitz (Münster)
muenster-journal.de	alphaCult - mediale Dienstleistungen/André auf der Landwehr (Bielefeld)
muenster-nord.de	Heiko Phlippski (Münster)
mvz-online.chayns.net	Frank Biermann (Münster)
ostviertel.ms	Arbeitskreis Ostviertel e. V. (Münster)
regionalliga-magazin.de	100ProzentMeinVerein UG (Münster)
100prozentmeinscp.de	
rums.ms.de	RUMS-Medien GmbH (Münster)
wiedertaeufer.ms	Nils Dietrich (Münster)
dermonat.de (mit überregionaler Ausrichtung; ohne lokaljournal. Content)	Markus Sparfeldt Medienverlag und Werbeagentur (Münster)
seitenwaelzer.de (mit überregionaler Ausrichtung)	seitenwaelzer e.V. (Münster)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.51 Online-Angebote in Recklinghausen (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
24vest.de/castrop-rauxel/	Medienhaus Bauer GmbH & Co. KG (Marl); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
24vest.de/datteln/	
24vest.de/dorsten/	
24vest.de/gladbeck/	
24vest.de/haltern/	
24vest.de/herten/	
24vest.de/marl/	
24vest.de/oer-erkenschwick/	
24vest.de/recklinghausen/	
24vest.de/waltrop/	
dorstenerzeitung.de	Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG (Dortmund)
dorstenerzeitung.de/dorsten	
halternzeitung.de	
ruhrnachrichten.de	
ruhrnachrichten.de/castrop-rauxel	
waz.de	FUNKE Medien NRW GmbH (Essen)
waz.de/staedte/gladbeck	
wr.de	
wr.de/staedte/castrop-rauxel	
express.de/nrw/recklinghausen	DuMont.next GmbH & Co. KG (Köln)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
fupa.net/region/recklinghausen	Negüzel Topspiele Gökhan Negüzel (Herne)

**Online-Angebote von Anzeigenblättern**

kurier-zum-sonntag.info	KM Kurier Medien GmbH & Co. KG (Recklinghausen)
lokalkompass.de/castrop-rauxel	
lokalkompass.de/datteln	
lokalkompass.de/dorsten	
lokalkompass.de/gladbeck	
lokalkompass.de/haltern	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen); Ostruhr-Anzeigenblatt- gesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)
lokalkompass.de/herten	
lokalkompass.de/marl	
lokalkompass.de/oer-erkenschwick	
lokalkompass.de/recklinghausen	
lokalkompass.de/waltrop	
epaper.lokalkompass.de/#stadtanzeiger_castrop-rauxel (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_dorsten (ePaper)	Ostruhr-Anzeigenblattgesell-schaft mbH & Co. KG (Lünen)
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_haltern (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_gladbeck (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_herten (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_marl (ePaper)	FUNKE NRW Wochenblatt GmbH (Essen)
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_ostvest_olfen (ePaper)	
epaper.lokalkompass.de/#stadtspiegel_recklinghausen (ePaper)	
marlaktuell.de (mit per Nummerncodes hinterlegten sub-lokalen Unterseiten für 7 weitere Städte im Kreis Recklinghausen)	Grone Verlag Dietmar Grone (Marl)
stadtspiegel-dortmund.com (mit Einzugsgebiet auch im Raum Castrop-Rauxel; Website jedoch ohne redaktionellen Content und ohne ePaper-Zugang)	Stadtspiegel Dortmund GmbH (Dortmund)

**Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)**

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
cityinfo.tv/lesen/aktuelle-ausgabe Recklinghäuser Stadt-Magazin "cityInfo") (ePaper	cityInfo.TV UG (Recklinghausen)
crc-media.de (ePaper Stadt-Magazine: "100 % Vest" "100 % Gladbeck")	CR-Consult Marketing • Media • PR • GmbH (Gelsenkirchen-Buer)
herten-erleben.de	RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
marl-erleben.de (hier nur ePaper Stadtmagazin "Marl erleben")	
khre.de (ePaper Wirtschafts-magazin "Handwerk im Vest")	Kreishandwerkerschaft Reckling- hausen (Recklinghausen); RDN Verlags GmbH (Recklinghausen)
kurier-zum-sonntag.info (ePaper "Stadtmagazin Marl")	KM Kurier Medien GmbH & Co. KG (Recklinghausen)
lebensart-magazine.de/ gladbeck.html (ePaper Stadt- Magazin "LebensArt", Ausgabe Gladbeck)	aureus GmbH (Bottrop-Kirchhellen)
lokallust.de/index.php/ nachrichten-aus-dorsten.html	RSW Media Jürgen Rustemeyer (Unna)
lokallust.de/index.php/ nachrichten-aus-haltern.html	
stadtmag.de/cms/castrop-rauxel "StadtMagazin Castrop-Rauxel") (ePaper	correctum Verlag (Witten)
recklinghausen.de/Inhalte/ Startseite/Wirtschaft_Einkaufen/ Dokumente/standortmarketing/ blick/index.asp (ePaper regionales magazin "Wirtschaft im Blick") wirtschaft-im- Wirtschafts-	Stadt Recklinghausen/Wirtschafts- förderung (Recklinghausen); Stadt Herten/Wirtschaftsförderung (Herten); NB Medienservice GmbH & Co. KG (Gelsenkirchen); RW Media UG (Gelsenkirchen)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radioemscherlippe.de (auch für die Städte Bottrop und Gelsenkirchen)	Veranstaltergemeinschaft Radio Emscher Lippe e.V. (Gelsen- kirchen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
radiovest.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Recklinghau- sen e.V. (Recklinghausen); Funke Medien NRW GmbH (Essen)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
kwiekirche.de	Oliver Kelch (Recklinghausen)
medienverein.org/buergerfunk	Verein für Medienarbeit e.V. (Haltern)
radioturtable.jimdofree.com	Radio Turntable (Recklinghausen)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
cas-tv.de (Web-TV)	CAS-TV Bürgerfernsehen e. V. (Castrop-Rauxel)
cityinfo.tv (Web-TV)	cityInfo.TV UG (Recklinghausen); in Kooperation mit Verlag J. Bauer KG (Marl)
medienverein.org (Web-TV)	Verein für Medienarbeit e.V. (Haltern)
<b>Online-Only-Angebote</b>	
aufmplatz.net/gladbeck	B & C Verlag Holger Czeranski (Bottrop)
dorsten-online.de	Petra Bosse (Raesfeld-Erle)
dorsten-transparent.de	Helmut Frenzel/Wolf Stegemann (beide Dorsten)
gladbecker-zeitung.de	CK Media & Events Holger Czeranski & Stephan Kückelmann GbR (Bottrop)
glazette.net neue-gladbecker-zeitung.de (inhaltsgleich)	Ralf Michalowsky (Gladbeck)
lembeck.de	Frank Langenhorst (Dorsten-Lembeck)
marl-blog.com vest-blog.de	Sonja Pawlowski (Marl)
marlernachrichten.wordpress.com	Siegfried Schönfeld (Marl)
meindorsten.de	Smart GmbH (Dorsten)
pro-herten.de	Joachim Jürgen (Herten)
t-online.de/region/marl/	Ströer Digital Publishing GmbH (Köln)
vest.news (zusätzlich mit sublokalen Unterseiten für alle Städte im Kreis Recklinghausen)	Verlag J. Bauer KG (Marl)
vestsport.de	
Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang	

Tab. A59.52 Online-Angebote in Steinfurt (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
wn.de	
wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Altenberge	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Greven	
wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Horstmar	
wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Ladbergen	

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Laer">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Laer</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Lengerich">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Lengerich</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Lienen">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Lienen</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Metelen">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Metelen</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Nordwalde">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Nordwalde</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Ochtrup">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Ochtrup</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Saerbeck">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Saerbeck</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Steinfurt">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Steinfurt</a>	
<a href="http://wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Tecklenburg">wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Tecklenburg</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de">muensterschezeitung.de</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Emsdetten">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Emsdetten</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Greven">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Greven</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Horstmar">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Horstmar</a>	MZ Medien Holding GmbH & Co. KG (Münster)
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Laer">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Laer</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Metelen">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Metelen</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Saerbeck">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Saerbeck</a>	
<a href="http://muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Steinfurt">muensterschezeitung.de/Lokales/Staedte/Steinfurt</a>	
<a href="http://ev-online.de">ev-online.de</a>	
<a href="http://ev-online.de/lokales/emsdetten">ev-online.de/lokales/emsdetten</a>	
<a href="http://mv-online.de">mv-online.de</a>	Altmeppen Verlag GmbH & Co.KG (Rheine)
<a href="http://mv-online.de/lokales/rheine">mv-online.de/lokales/rheine</a>	
<a href="http://mv-online.de/lokales/neuenkirchen">mv-online.de/lokales/neuenkirchen</a>	
<a href="http://mv-online.de/lokales/wettringen">mv-online.de/lokales/wettringen</a>	
<a href="http://ivz-aktuell.de">ivz-aktuell.de</a>	ivz.medien GmbH & Co. KG (Ibbenbüren)
<a href="http://noz.de">noz.de</a>	Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG (Osnabrück)
<a href="http://noz.de/lokales/lotte">noz.de/lokales/lotte</a>	
<a href="http://noz.de/lokales/westerkappeln">noz.de/lokales/westerkappeln</a>	
<a href="http://fupa.net/region/muensterland">fupa.net/region/muensterland</a>	FuPa GmbH (Fürstenstein)
<a href="http://fupa.net/region/steinfurt">fupa.net/region/steinfurt</a>	
<a href="http://fupa.net/region/tecklenburg">fupa.net/region/tecklenburg</a>	
<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
<a href="http://ag-muensterland.de/greven">ag-muensterland.de/greven</a> (ePaper "Hallo Greven")	
<a href="http://ag-muensterland.de/lengerich">ag-muensterland.de/lengerich</a> (ePaper "Lengericher Wochenblatt")	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
<a href="http://gwp-gronau.de">gwp-gronau.de</a> (ePaper "Grenzland Wochenpost"; mit Einzugsgebiet auch im Raum Ochtrup/Metelen)	
<a href="http://ibb-anzeiger.de">ibb-anzeiger.de</a> (ePaper der Anzeigenblätter:	ivz.medien GmbH & Co. KG (Ibbenbüren)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
"IBBenbürener Anzeiger"	
"Wochenblatt" (für Westerkappeln)	
rheiner-report.de (ePaper "Rheiner Report am Wochenende")	Rheiner Report GmbH (Rheine)
wirin.de	
wirin.de/lokal-nachrichten/18-emsdetten	
wirin.de/lokal-nachrichten/19-greven	
wirin.de/lokal-nachrichten/22-rheine	Wir in Detten GmbH & Co. KG (Emsdetten)
wirin.de/lokal-nachrichten/23-steinfurt	
wirin.de/e-paper/de (ePaper "Wir in Detten")	
wirin.de/e-paper/rh (ePaper "Wir in Rheine")	
wirin.de/e-paper/st (ePaper "Wir in Steinfurt")	
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
48zwo.de (ePaper Stadt-Magazin "Greven Magazin 48zwo")	Greven Marketing e.V. (Greven)
aschendorff-medien.de/ produkte/erleben-magazine (Stadt-Magazine für mehrere Orte im Kreis Steinfurt, jedoch ohne ePaper-Zugang)	Aschendorf Medien GmbH & Co. KG (Münster)
das-magazin-mittendrin.de (ePaper Stadt-Magazin "mittendrin", mit regionaler Ausrichtung für den östlichen Teil des Kreises Steinfurt)	Andreas Middendorf (Münster); Behringer und Mauch - die Werbeagentur (Ibbenbüren)
lifestyle-muensterland.de/ ausgaben (ePaper Magazin "Lifestyle Münsterland"; mit regionaler Ausrichtung für das Münsterland)	MARBE Werbeagentur & Verlag GmbH (Horstmar-Leer)
mitteilungsblatt-online.de	HEUERMANN druck+medien Stefan Heuermann (Neuenkirchen)
plan-b-lesen.de (ePaper Stadt-Magazin "planb")	Zeitrausch Verlag & Vertrieb Tim Petric (Rheine)
stadtmarketing-hoerstel.de/wir-4/stadtmarketing-e-v (ePaper "Hörsteler Stadtmagazin")	Stadtmarketing Hörstel e.V. (Hörstel)
tecklenborg-verlag.de/magazine/ der-steinfurter (Stadt-Magazin "Der Steinfurter", dies jedoch ohne kostenlosen ePaper-Zugang)	Tecklenborg Verlag GmbH & Co. KG (Steinfurt)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radorst.de	Lokalradio Steinfurt Betriebs-gesellschaft mbH & Co. KG (Rheine); Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Steinfurt e.V. (Rheine)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
webradio.rheine.digital (Web-Radio)	Jörg Schlosser (Rheine)

<b>Online-Only-Angebote</b>	
allesdetten.de	Manfred Schwegmann (Emsdetten)
esmedia-spelle.de (mit Einzugsgebiet auch im nördlichen Teil des Kreises Steinfurt)	Erwin Schulze (Spelle)
horstmar-leer.de	Ortskulturring Leer e.V. (Horstmar)
rheine-whats-up.de	What's up?- Media Maik Borgmann/Steffen Gude (Rheine)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Tab. A59.53 Online-Angebote in Warendorf (Kreis)

Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Angebote von Tageszeitungen (und deren Verlagen)</b>	
die-glocke.de	
die-glocke.de/lokalnachrichten/ kreiswarendorf (zusätzliche Unterseiten für alle Orte im Kreis W.)	E. Holterdorf GmbH & Co. KG (Oelde)
wn.de	
wn.de/Muensterland/Kreis-Warendorf (zusätzliche Unterseiten für alle Orte im Kreis Warendorf)	Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (Münster)
wa.de	
wa.de/lokales/drensteinfurt	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm); Ippen Digital GmbH & Co. KG (München)
wa.de/lokales/ahlen-dolberg	

<b>Online-Angebote von Anzeigenblättern</b>	
ag-muensterland.de/ahlen (ePaper Blickpunkt Ahlen)	
ag-muensterland.de/warendorf (ePaper Blickpunkt Warendorf)	
ag-muensterland.de/harsewinkel (ePaper Emskurier)	AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)
ag-muensterland.de/telgte (ePaper Hallo Telgte)	
dreingau-zeitung.de (ePaper)	
derspoekenkieker.de	Spökenkieker-Verlag Jörg Schöne (Sassenberg)
die-glocke.de (ePaper wersekurier Ausgabe Ahlen)	E. Holterdorf GmbH & Co. KG (Oelde)

<b>Portal/URL</b>	<b>Betreiber/Hrsg.</b>
die-glocke.de (ePaper wersekurier Ausgabe Beckum)	
fleiter-druck.de (ePaper WDL aktuell)	Fleiter Druck Christian Fleiter (Wadersloh)
lippejournal.com (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Ahlen)	ZeitPunkt Verlag UG (Hamm)
lpamsonntag.de (ePaper Lippstadt am Sonntag; mit Einzugsgebiet auch im Raum Wadersloh)	Werbeagentur Klaus Thiesbrummel (Lippstadt)
marktplatz-hsw.de (ePaper Marktplatz Harsewinkel; mit Einzugsgebiet auch in Beelen und Sassenberg)	Gabriele Wendland Druck + Verlag (Harsewinkel)
oelder-schaufenster.de (ePaper)	Schaufenster-Verlags GmbH (Oelde)
wa-anzeigenblaetter.de (ePaper Stadtanzeiger Ahlen-Beckum)	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)
wochentip.de (ePaper; mit Einzugsgebiet auch im Raum Wadersloh)	Wochentip - Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Lippstadt)
<b>Online-Angebote von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)</b>	
fkw.de/magazine (ePaper des Magazins "Ortszeit" für Ahlen und Beckum)	FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH (Möhnesee-Wippringsen)
stadtlandmagazin.de (ePaper)	stadtland magazin Alexandra Wuttke (Sendenhorst)
toefte.ms (ePaper des Regions-magazins "Töfte")	2P&M Werbeagentur GmbH & CO. KG (Sendenhorst)
trend-lokal.de (ePaper des Magazins "Trend" mit Einzugsgebiet auch im Raum Wadersloh; Portal seit 4/2020 nicht mehr aktiv)	Record Team Marketing GmbH (Langenberg)
<b>Online-Angebote des Lokalen Hörfunks Nordrhein-Westfalen</b>	
radiowaf.de	Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Warendorf e. V. (Warendorf); audio media service Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG (Bielefeld)
<b>Weitere Online-Hörfunkangebote</b>	
buergerfunk-warendorf.jimdofree.com	Radiowerkstatt der Volkshochschule Warendorf (Warendorf)
<b>Online-Angebote von Nordrhein-Westfalen-weiten/lokalen TV-Veranstaltern</b>	
ahlentv.info	AhlenTV Mathias Tauche (Ahlen)



Portal/URL	Betreiber/Hrsg.
<b>Online-Only-Angebote</b>	
ahlen.info	Michael Kayser (Ahlen)
beelen-aktuell.de	Michael Beforth (Ennigerloh)
dein-beckum.de	ZWOEINS Marketing GmbH (Beckum)
dein-ennigerloh.de	smetrix Kommunikations- & Webdesign Mark Broks (Ennigerloh)
dein-waf.de	Thorsten Meyer (Warendorf)
ennigerloh-aktuell.net	Timo Humpert (Ennigerloh)
mein-wadersloh.de	Brüggenthies Marketing – Medien-Kultur- und Eventmanagement (Wadersloh)
oelder-anzeiger.de	Torsten Schwichtenhövel (Oelde)
vorortinahlen.de	Stadtteilforum Süd/Ost e.V. (Ahlen)
waf-aktuell.de	Spöckenkieker-Verlag Jörg Schöne (Sassenberg)

Vgl. Erläuterung zur Angebotsrecherche im Anhang

Anhang zu Frage 60

Tab. A.60.1 Übersicht der nicht mehr publizierenden Online-Angebote

Nicht mehr publizierende Angebote	Ort
aem-media.de	Bielefeld
bielefelderspiegel.de (Print)	Bielefeld
busch-druck.de	Bielefeld
der-blickpunkt.de	Bielefeld
die-ostwestfalen.de	Bielefeld
hillegossen-online.de	Bielefeld
mathiesendruck.de	Bielefeld
offest-druck-kramer.de	Bielefeld
owl-am-Sonntag.de (AZB; ePaper der Ausgabe Bielefeld von OWL am Mittwoch)	Bielefeld
sennefenster.de	Bielefeld
update-city.de	Bielefeld
bielefelds-westliche.de	Bielefeld
dortmunder-stadtspiegel.de (AZB)	Dortmund
echo-dortmund.de	Dortmund

<b>Nicht mehr publizierende Angebote</b>	<b>Ort</b>
heinz-magazin.de (ZS)	Dortmund
saarlandstrasse.info (AZB)	Dortmund
suedwest-zeitung.de (AZB)	Dortmund
ueberblick.de (ZS)	Dortmund
westline.de	Dortmund
lastjunkiesonearth.com	Dortmund
center.tv (Düsseldorf/TV)	Düsseldorf
lokalkompass.de (ePaper AZB „Rhein-Bote“ in mehreren sublokalen Ausgaben für das Düsseldorfer Stadtgebiet)	Düsseldorf
woman-inthecity.de (Print)	Düsseldorf
flingern.net	Düsseldorf
hs-woche.de (AZB)	Heinsberg
schaufenster-wegberg.de (AZB)	Heinsberg
wegberg-echo.de	Heinsberg
hs-woche.de (AZB)	Heinsberg
heinz-magazin.de (Print)	Herne
herwa-magazin.de (Print)	Herne
sn-herne.de (AZB)	Herne
sn-wanne-eickel.de (AZB)	Herne
heinz-magazin.de (Print)	Herne
center.tv/koeln.tv (TV)	Köln
intro.de (Print)	Köln
koeln-nachrichten.de	Köln
matteimedien.de	Köln
netzzeitung.de	Köln
porzer-wochenende.de (AZB)	Köln
stadtmagazin.com (Version Köln)	Köln
koelnerleben-magazin.de	Köln
nippes-en-bloc.de	Köln
stadtmagazin.com (Version Köln)	Köln
veedelfunker.de (Print)	Köln
wdr.de/rheinblick	Köln

<b>Nicht mehr publizierende Angebote</b>	<b>Ort</b>
463.jetzt	Kreis Borken
ahauser-blickpunkte.de	Kreis Borken
bocholt-bringts.de	Kreis Borken
bor-point.de	Kreis Borken
wmtv-online.de	Kreis Borken
neues-gescher.de	Kreis Borken
blickpunkt-bad-oeynhaus.de (AZB)	Kreis Minden-Lübbecke
evz-web.de (AZB)	Kreis Minden-Lübbecke
minden-kurier.de (AZB)	Kreis Minden-Lübbecke
minden-web.de	Kreis Minden-Lübbecke
neue-umschau.de	Kreis Minden-Lübbecke
owl-am-Sonntag.de (AZB; ePaper der OWL-Ausgaben für den Altkreis Lübbecke und für Herford/Bad Oeynhaus sowie des Titels Stewede aktuell)	Kreis Minden-Lübbecke
treffpunkt-minden.de	Kreis Minden-Lübbecke
amtage-bloggt.de	Kreis Minden-Lübbecke
mindener-rundschau.de	Kreis Minden-Lübbecke
neue-umschau.de	Kreis Minden-Lübbecke
octobernews.de	Kreis Minden-Lübbecke
stammes-druck.de (Print)	Kreis Viersen
echo-am-Sonntag.de (AZB)	Kreis Warendorf
neubeckum.de	Kreis Warendorf
echo-muenster.de	Münster
gig-online.de (Print)	Münster
kus-muenster.de (AZB)	Münster
muenster-am-Sonntag.de (AZB)	Münster
muenster-termine.de	Münster
muenster-urban.de (Print)	Münster
stadtgefluester.de (Print)	Münster
strassenmagazin-draussen.de (Print)	Münster
ultimo-muenster.de (Print)	Münster
westline.de	Münster

<b>Nicht mehr publizierende Angebote</b>	<b>Ort</b>
muenster.org (Die andere Zeitung)	Münster
ultimo-muenster.de	Münster
westline.de	Münster
bergischer-anzeiger (AZB; Titel erscheint noch, inzwischen jedoch ohne Website und ohne ePaper-Zugang)	Oberbergischer Kreis
die-stadtmagazine.de (ZS „Gummersbacher Stadt-Magazin“ im März 2020 letztmals erschienen)	Oberbergischer Kreis
oberberg.net (ZS „Oberbergische Impulse“)	Oberbergischer Kreis
rs-anzeigenblatt.de (AZB)	Oberbergischer Kreis
heinz-magazin.de (Print)	Oberhausen
stig-sterkrade.de	Oberhausen
mittendrin-verlag.de (ePaper AZB „Nachbarschaft ist unsere Stärke“)	Oberhausen
location-magazin.de (Print)	Oberhausen
blickpunkt-siegen.de (Print)	Siegen-Wittgenstein
inside-siegen.de	Siegen-Wittgenstein
siegerlandkurier.de (AZB)	Siegen-Wittgenstein
studio242.de	Siegen-Wittgenstein
siegerlandkurier.de (AZB)	Siegen-Wittgenstein
geseke-online.de	Soest
ruethen-extrastark.de	Soest
heinz-magazin.de (Print)	Wuppertal

AZB = Anzeigenblatt; Print = Online-Angebot von anderen Print-Medien (insb. Magazinen)  
 Anm.: Geprüft wurden Angebote, die in früheren Berichten (z. B. Medienkonzentrationsberichten, Antworten auf Große Anfragen zwischen 2012 und 2020) enthalten waren. Die Prüfung beschränkte sich auf die 16 Gebietskörperschaften der Stichprobe.

Anhang zu Frage 74

Tab. A.74.1 Übersicht der Video-Kanäle auf den Online-Medienangeboten

<b>URL</b>	<b>Ort</b>
aachenerzeitung.de	Aachen
come-on.de	Lüdenscheid
die-glocke.de	Oelde
domradio.de/	Köln
geissblog.koeln	Köln
handelsblatt.com	Düsseldorf

URL	Ort
hellwegeranzeiger.de/	Unna
ikz-online.de	Essen
ivz-aktuell.de	Ibbenbüren
muensterlandzeitung.de	Dortmund
nrz.de	Essen
oberberg-nachrichten.de	Bergneustadt
radiokoeln.de	Köln
rtl-west.de	Köln
sat1nrw.de	Dortmund
soesteranzeiger.de	Soest
solingertageblatt.de	Solingen
waz.de	Essen
wp.de	Essen
wr.de	Essen
wz-newsline.de	Düsseldorf

Tab. A74.2 Übersicht YouTube-Kanäle der Online-Medienangebote

Video-Kanal	URL	Ort
dein-erkelenz.de	youtube.com/c/DeinErkelenz/videos	Erkelenz
derpatriot.de	youtube.com/channel/UC16U7VCV8BCQtCWYB WGThsQ/videos	Lippstadt
drabenderhoehe.de	youtube.com/user/drabenderhoehede/videos	Wiehl
dzonline.de	youtube.com/channel/UCUe4euU- dN_7dcb295KvdSw/videos	Dülmen
express.de	youtube.com/user/EXPRTV/videos	Köln
expressi.de	youtube.com/user/ExpressiSiegen/videos	Siegen
fiftyfifty-galerie.de	youtube.com/channel/UCTQ35mLyLPZkUOskim3 _OuQ/videos	Düssel-dorf
friedewalde.de	youtube.com/channel/UCTxhQv3KarWXDEUzHq mm2_Q/videos	Peters- hagen
fupa.net	youtube.com/user/FuPa2006/videos	Düssel-dorf
halloherne.de	youtube.com/user/halloruhrgebiet/videos	Herne
heimatreport.de	youtube.com/c/PetraBosseHeimatreport/videos	Raesfeld- Erle
hellwegeranzeiger.de/	youtube.com/channel/UCgCbAK9HHtetM1o4zsm2 5-g/videos	Unna
kirche-und-leben.de	youtube.com/c/KircheundLebenTV/videos	Münster
ksta.de	youtube.com/user/kstaTV/videos	Köln
madeinbocholt.de	youtube.com/user/BocholtTeVau/videos	Bocholt
menscheninmuenster.de	youtube.com/c/MenscheninM%C3%BCnster/video s	Münster

Video-Kanal	URL	Ort
muenster.de	youtube.com/c/StadtMS/videos	Münster
neue-hnn.de	youtube.com/channel/UCGtj_vSBPlsvgRWgm0viPrw/videos	Brüggen
oberberg-aktuell.de	youtube.com/c/oberbergaktuell/videos	Gummersbach
ostviertel.ms	youtube.com/c/Ostviertel/videos	Münster
radiobielefeld.de	youtube.com/user/radiobielefeld/videos	Bielefeld
radiokoeln.de	youtube.com/channel/UCJAnr4fRu6sbOzrth0QFn g/videos	Köln
radiorsg.de	youtube.com/user/RadioRSG/videos	Solingen
radorur.de	youtube.com/user/DerRadioreporter/videos	Düren
sportstadt-duesseldorf.de	youtube.com/user/SportstadtDdorf/videos	Düssel-dorf
suedwestfalen-mag.com	youtube.com/user/Suedwestfalen2013/videos	Olpe
thedorf.de	youtube.com/user/thedorf0211/videos	Düssel-dorf
wirtschaft-regional.net	youtube.com/user/wirtschaftregional/videos	Detmold
youpod.de	youtube.com/c/YoupodD%C3%BCsseldorf/videos	Düssel-dorf

Tab. A74.3 Übersicht der reichweitenstärksten YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen

Video-Kanal	URL	Ort
BibisBeautyPalace	youtube.com/user/BibisBeautyPalace/about	Köln
ClayClaim	youtube.com/c/ClayClaim/about	Remscheid
Dagi Bee	youtube.com/c/dagibee/about	Monheim Am Rhein
DW Documentary	youtube.com/c/DWDocumentary/about	Bonn
Emrah	youtube.com/c/Emrah/about	Köln
Freekickerz	youtube.com/c/freekickerz/about	Köln
Gewitter im Kopf- Leben mit Tourette	youtube.com/c/gewitterimkopf/about	Köln
Gronkh	youtube.com/c/gronkh/about	Köln
Jörg Sprave	youtube.com/c/Slingshotchannel/about	Essen
Julia Beautx	youtube.com/c/JuliaBeautx/about	Köln
Julien Bam	youtube.com/user/JulienBam/about	Köln
Julienco	youtube.com/user/juliencotv/about	Köln
MySpass	youtube.com/c/Myspass/about	Köln
rewinside	youtube.com/c/rewinside/about	Köln
Yalla Gang	youtube.com/c/YallaGang	Münster
Zombey	youtube.com/c/Zombey/about	Köln

Tab. A74.4 Übersicht über weitere YouTube-Kanäle aus Nordrhein-Westfalen

Video-Kanal	URL	Ort
Beckum Info	youtube.com/channel/UCuld8SjrHHnpWyDCmRaxvXQ/about	Beckum
Bookmarked	youtube.com/c/Bookmarked_Sarah/about	Wuppertal
Borussia Dortmund	youtube.com/c/BorussiaDortmund/about	Dortmund
CaritasMS	youtube.com/user/CaritasMS/about	Münster
dach-holz.tv	youtube.com/c/dachholztv/about	Köln
DeinWAF	youtube.com/channel/UCWpUn-7kvvBMWaN5Xf9GrDg/about	Warendorf
Der Westreporter	youtube.com/c/UweWestreporter/about	Wassenberg
Derchotv	youtube.com/c/derchotv/about	Schöppingen
Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (FN)	youtube.com/user/FNPferdesport/videos	Warendorf
DigiKnow	youtube.com/c/DIGIKNOW/about	Gelsenkirchen
Dr. Mark Benecke`s Official Youtube Channel	youtube.com/user/wwwSatankade/about	Köln
DSC Arminia Bielefeld	youtube.com/c/DSCArminiaBielefeld/about	Bielefeld
EGLV Emschergenossenschaft/Lippeverband	youtube.com/user/EGLVde/videos	Essen
Einsatzreporter Niederrhein	youtube.com/channel/UC4ghqEYx_LLSlhZDY2WliMg/videos	Mönchengladbach
Erzbistum Paderborn	youtube.com/c/ErzbistumPaderbornYT/about	Paderborn
FC Schalke 04	youtube.com/c/S04/about	Gelsenkirchen
Felix Staratschek	youtube.com/channel/UCRCnVRHz8SahhOHW0RxGHog/about	Radevormwald
GEISSBLOG.KO ELN	youtube.com/channel/UCeG3hADnIChco6uOJPgil4g/about	Köln
Goldene Aquariumzeiten	youtube.com/channel/UCVhYtyt79zXylkDPEsxwwzg/about	Münster
Gürzenich-Orchester Köln	youtube.com/user/guerzenichorchester/about	Köln
Kirche für Oberberg	youtube.com/user/kirchefueroberberg/about	Bergneustadt
Klinikum Bielefeld	youtube.com/user/KlinikumBielefeld/videos	Bielefeld
KSL NRW	youtube.com/channel/UCfOST-1pvJhYKUSQLLDmPbQ/about	Gelsenkirchen
Landeshauptstadt Düsseldorf	youtube.com/c/stadtduesseldorf/videos	Düsseldorf
Lebenshilfe Kreis Viersen e.V.	youtube.com/channel/UC9yhyyloCeKjqWMfmnAr7vQ/about	Viersen

Video-Kanal	URL	Ort
Lippische Landes-Zeitung	youtube.com/user/DeineLZ/about	Detmold
LWL-Museum für Naturkunde mit Planetarium	youtube.com/c/LWLMuseumfürNaturkundemitPlanetarium/videos	Münster
Märkischer Kreis	youtube.com/channel/UCfFcqRFSrwM_I0jpyZk4rlg/about	Lüdenscheid
MB Bielefeld	youtube.com/c/MBBielefeld/about	Heepen/Oldentrup/Sc hildesche
Mindener Tageblatt	youtube.com/c/mindenertageblatt/about	Minden
mintvlogger	youtube.com/channel/UCRy05XAv3urUDfdzbZmuOA/about	Düsseldorf
Münster 4 Life	youtube.com/user/Muenster4Life/about	Münster
münsterLand.digital	youtube.com/channel/UCA85RxcwtXHCLXKtJ2Y21bA/about	Münster
myREGIOTV24	youtube.com/user/myREGIOTV24/about	Erkelenz
Neue Duesseldorfer Online Zeitung	youtube.com/c/Neue-duesseldorfer-online-zeitungDe/about	Düsseldorf
NEWS-on-Tour	youtube.com/NEWSonTour/about	Bergneustadt
ntv nachrichten	youtube.com/watch?v=0pSEkkSVshY	Köln
Oberbergischer Kreis	youtube.com/channel/UCFViyDPFRv4ej4ZMG eVYgZA/about	Gummersbach
Oh-TV	youtube.com/c/OhTVruhr/about	Oberhausen
Oli redet	youtube.com/c/Oliredet/about	Much
onlinekas	youtube.com/user/onlinekas/about	Sankt Augustin
paderborn_de	youtube.com/user/PaderbornStadt/about	Paderborn
Pastoraler Raum Soest	youtube.com/channel/UCne72fyzkwQiVLMxVQ -yeTQ/about	Soest
phoenix	youtube.com/user/phoenix/about	Bonn
Polizei NRW	youtube.com/c/PolizeiNRW/about	Düsseldorf
RadioWMW	youtube.com/channel/UCOtPojBLZHlpq7_mwV voVcw/about	Borken
report-K Internetzeitung Köln	/ youtube.com/c/ReportkDeKöln/about	Köln
RosaLuxNRW	youtube.com/user/RosaLuxNRW/about	Duisburg
RP ONLINE - WIR SIND NRW	youtube.com/c/RPONLINE- WIRSINDNRW/about	Düsseldorf
rs1.tv	youtube.com/user/rs1tv/about	Remscheid
Ruhr Nachrichten BVB	youtube.com/channel/UC8hZjh5wP2GCJSS84 g/about	Dortmund
SHK-TV	youtube.com/user/SHKTV1KRS/about	Düsseldorf
SportWelt TV	youtube.com/user/GaloppInfotainment/about	Köln
Stadtjugendring Siegen Bluebox	youtube.com/channel/UClycaay7hKycfGE7sI0 huHg/about	Siegen



<b>Video-Kanal</b>	<b>URL</b>	<b>Ort</b>
Studio 47	<a href="https://youtube.com/user/studio47intern/about">youtube.com/user/studio47intern/about</a>	Duisburg
Südwestfalen Alles echt	<a href="https://youtube.com/user/Suedwestfalen2013/about">youtube.com/user/Suedwestfalen2013/about</a>	Olpe
SV Roedinghausen	<a href="https://youtube.com/user/SVRoedinghausen/about">youtube.com/user/SVRoedinghausen/about</a>	Rödinghausen
tierretter.de	<a href="https://youtube.com/user/tierretterde/about">youtube.com/user/tierretterde/about</a>	Münster
TVennepetal	<a href="https://youtube.com/user/TVennepetal/about">youtube.com/user/TVennepetal/about</a>	Ennepe-Ruhr-Kreis
Universitätsstadt Siegen	<a href="https://youtube.com/channel/UCnVk9c6zbfuFxcq5jyzTckg/about">youtube.com/channel/UCnVk9c6zbfuFxcq5jyzTckg/about</a>	Siegen
Vfl BOCHUM 1848	<a href="https://youtube.com/c/VflBochum1848/about">youtube.com/c/VflBochum1848/about</a>	Bochum
WAF Aktuell	<a href="https://youtube.com/channel/UC3UoF2MT7r7nkra4RGpo0Kg/about">youtube.com/channel/UC3UoF2MT7r7nkra4RGpo0Kg/about</a>	Sassenberg
Westfalen-Blatt	<a href="https://youtube.com/user/WestfalenBlattOnline">youtube.com/user/WestfalenBlattOnline</a>	Bielefeld
Westfälische Nachrichten	<a href="https://youtube.com/user/wntvchannel/about">youtube.com/user/wntvchannel/about</a>	Münster
Wirtschaft aktuell	<a href="https://youtube.com/channel/UCjHUzWd51nA8hCpOFc04R_w/about">youtube.com/channel/UCjHUzWd51nA8hCpOFc04R_w/about</a>	Stadtlohn
WupperVideo	<a href="https://youtube.com/c/WupperVideo/about">youtube.com/c/WupperVideo/about</a>	Köln
wwumuenster	<a href="https://youtube.com/user/wwumuenster/about">youtube.com/user/wwumuenster/about</a>	Münster
Xity de	<a href="https://youtube.com/channel/UCB7cRcswpgBSMtqIGlJMHEA/videos">youtube.com/channel/UCB7cRcswpgBSMtqIGlJMHEA/videos</a>	Düsseldorf