

16.01.2020

Neudruck

Antwort

der Landesregierung
auf die Große Anfrage 13
der Fraktion der SPD
Drucksache 17/6777

Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung

Der Ministerpräsident hat die Große Anfrage 13 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit dem Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration, dem Ministerium der Finanzen, dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie, dem Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales, dem Ministerium für Schule und Bildung und dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz beantwortet.

Datum des Originals: 14.01.2020/Ausgegeben: 06.02.2020 (20.01.2020)

Die Veröffentlichungen des Landtags Nordrhein-Westfalen sind einzeln gegen eine Schutzgebühr beim Archiv des Landtags Nordrhein-Westfalen, 40002 Düsseldorf, Postfach 10 11 43, Telefon (0211) 884 - 2439, zu beziehen. Der kostenfreie Abruf ist auch möglich über das Internet-Angebot des Landtags Nordrhein-Westfalen unter www.landtag.nrw.de

Vorbemerkung der Großen Anfrage

Mit den fünf Großen Anfragen der SPD-Fraktion in den Jahren 2003 (Große Anfrage 19, Drucksache 13/4110 vom 2. Juli 2003 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 13/5415 vom 5. Mai 2004), 2006 (Große Anfrage 3, Drucksache 14/1910 vom 10. Mai 2006 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 14/3156 vom 11. Dezember 2006), 2008 (Große Anfrage 21, Drucksache 14/7126 vom 30. Juni 2008 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 14/8531 vom 2. Februar 2009), 2011 (Große Anfrage 6, Drucksache 16/2906 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 15/4047 vom 15.02.2012) sowie 2016 (Große Anfrage 22, Drucksache 16/13053 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296) ist es gelungen, einen umfassenden Überblick über die Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen zu erhalten.

Die Demokratie braucht eine vielfältige Medienlandschaft. Dies gilt auch vor Ort in den Städten und Kreisen. 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.¹ In Studien wurde mehrfach auf die zentrale Funktion des Lokaljournalismus für die lokale Demokratie hingewiesen.²

Dass sich ändernde Nutzungsverhalten der Leserinnen und Leser führt zu einem immer stärkeren Wandel der Zeitungslandschaft. Die Auflagenerlöse von Regional- und Lokalzeitungen gehen zurück; die Werbeeinnahmen sinken. „Klassische“ Presserzeugnisse wie Tageszeitungen haben immer öfter Schwierigkeiten bei der Finanzierung ihrer Lokalredaktionen. Onlinemedien wie Blogs oder Videos gewinnen auch im Lokalen an Bedeutung. Umstrukturierungen von Verlagen – aktuell etwa bei der Funke- und DuMont-Mediengruppe – trafen in den letzten Jahren vor allem Lokalredaktionen.

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

- I. Zeitungslandschaft
- II. Redaktionen und Personal
- III. Wirtschaftliche Entwicklung
- IV. Maßnahmen zur Leser-Blattbindung
- V. Lokale Vielfalt
- VI. Redaktionelle Kooperationen
- VII. Sicherung der Zeitungsvielfalt
- VIII. Online-Angebote
- IX. Innovationen

¹ Zur aktuellen Situation des Radiomarktes in NRW sei auf die von der SPD-Fraktion eingereichte Große Anfrage (Drucksache 17/3846) und die Antwort der Landesregierung (Drucksache 17/5749) verwiesen.

² Dinter, Jan/Korte, Karl-Rudolf (i. E.): Bürger, Medien und Politik im Ruhrgebiet. Einstellungen – Erwartungen – Erklärungsmuster und Möhring, Wiebke (2015): Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft. Zum Forschungsstand Lokaljournalismus – unter besonderer Berücksichtigung von Nordrhein-Westfalen, LfM-Dokumentation Band 51.

Vorbemerkung der Landesregierung

Die vorliegende Beantwortung der Großen Anfrage 13 (Drucksache 17/6777 vom 2. Juli 2019) knüpft in vielerlei Hinsicht an die bisherigen fünf Großen Anfragen zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen von 2003 bis 2016 an. Die Beantwortung baut auf den dort ausgeführten Erkenntnissen auf und ergänzt sie um neue Informationen und Bewertungen.

Aus Gründen der methodischen Transparenz wird hier zunächst auf die zentralen Quellen der vorgelegten Antworten hingewiesen.

Im Wesentlichen wurden Gespräche mit Personen aus Verbänden/Institutionen geführt, frei verfügbare oder kostenpflichtige Datenbanken mit Blick auf statistische Daten verwendet, empirische Daten erhoben, Branchen- und Agentur-meldungen recherchiert und wissenschaftliche Literaturquellen ausgewertet.

Schwerpunkte waren Gespräche mit dem Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen e. V., dem Deutschen Journalisten-Verband (Landesverband NRW e. V.), der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) sowie dem Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. Hinzu kommen verschiedene Einzelgespräche, etwa mit dem Rechercheverbund CORRECTIV, einzelnen Verlagen, Zeitungen oder Ausbildungsstätten.

Als Datenquellen dienten die iwv (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) zur Recherche von Auflagenzahlen. Die VA (Verbreitungsanalyse Tageszeitungen) liefert ergänzende Zahlen, weil sie die verkaufte Auflage von Tageszeitungen nach Anzeigenbelegungseinheiten nach Kreisen, kreisfreien Städten und Gemeinden aufschlüsselt. Über die ZMG (Zeitungsmarktforschung Gesellschaft der deutschen Zeitungen) wurden Marktanteile geprüft und Nutzungsdaten erhoben. Die Statistikagentur der Bundesagentur für Arbeit hat Informationen über die bei Zeitungen und Zeitungsverlagen Beschäftigten geliefert. Zur Überprüfung einzelner Besitzverhältnisse dienten aktuelle Auszüge aus Handelsregistern. Zu Überblicksrecherchen hat an verschiedenen Stellen die digitale Landkarte für Lokalmedien in Nordrhein-Westfalen der LfM (<https://www.journalismuslab.de/karte/>) gedient.

Die komplexe – aus Anlass dieser Großen Anfrage 13 erstmalig durchgeführte – Erhebung der Anzeigenblätter fußt auf einer umfassenden Sichtung der Angaben in den Media-Daten, auf den Websites der in Nordrhein-Westfalen aktiven Zeitungsverlage und der sukzessive ermittelten Anzeigenblattverlage, der Auswertung eines vom Landesverband NRW des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) zur Verfügung gestellten Bestandsverzeichnisses von Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen, einer systematischen ortsbezogenen Recherche von Anzeigenblattverlagen und -titeln mittels mehrerer Online-Recherche- und Planungstools für Anzeigenkunden (www.bvda.de/webauskunft.html; www.crossvertise.com; www.event-verteiler.de) sowie einer für alle ermittelten Anzeigenblattverlage vorgenommenen Identifizierung der Besitzverhältnisse per Auswertung der jeweiligen Handelsregistereinträge.

Ergänzt wurden diese Quellen um zwei neue empirische Erhebungen. Zum einen wurde eine Befragung aller Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer aller Verlage aus Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Per Mail wurden sie zur Teilnahme an einer Online-Befragung eingeladen. Etwa zwei Drittel aller Verlage haben an der Befragung teilgenommen.

Zum anderen wurde eine Stichtagssammlung durchgeführt. Mit dem Stichtag 29. Oktober 2019 wurden alle Hauptausgaben aller in Nordrhein-Westfalen erscheinenden Zeitungstitel erfasst und mit Blick auf verschiedene Aspekte (z. B. Umfang des Lokalteils) inhaltsanalytisch untersucht. Sofern kein Printexemplar zur Verfügung gestellt werden konnte, wurde das ePaper des Stichtages verwendet.

Schließlich wurden – insbesondere um Zusammenschlüsse, Schließungen und Kooperationen von Verlagen und Redaktionen zu ermitteln – die relevanten Branchen- und Agenturdienste von Januar 2017 bis November 2019 durchsucht. Im Zentrum standen hier die Archive bzw. Suchfunktionen der Nachrichtenagentur epd (epd-medien), die Branchendienste meedia.de und horizont.net sowie die quartalsweise publizierten Branchenberichte der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di.

Mit Blick auf Einzelfragen wurde zudem wissenschaftliche Literatur hinzugezogen, die jeweils im Text belegt ist. Ein Quellenverzeichnis findet sich am Ende des Dokuments.

I. Zeitungslandschaft

1. Wie viele Zeitungen und Zeitungsverlage gibt es in Nordrhein-Westfalen und wie hat sich deren Zahl seit 2016 verändert?

Die Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen hat sich seit 2016 weiterhin spürbar verändert. Die Auflagenzahlen sinken weiter (-11 %), der Abwärtstrend wurde nicht aufgehalten.

Durch Bemühungen einiger großer Verlage kam es zu (teilweisen) Übernahmen, Kooperationen und der Neugründung von Gemeinschaftsredaktionen. Dies führt auch dazu, dass immer mehr eigentlich im Wettbewerb stehende Zeitungen ihre Inhalte austauschen (vgl. medienanstalt-nrw.de, 2017). Verschiedene Kooperationsmodelle von Redaktionen sorgen insgesamt für eine weiter steigende Konzentration im Tageszeitungsmarkt, die Zahl der Titel, der Hauptredaktionen sowie die Auflage sind weiter rückläufig.

Generell ist die Lokalpresse unter Druck, der Medienwissenschaftler Michael Haller (2019, zitiert nach Evangelischer Pressedienst, 2019b) sieht sie sogar „in ihrer Existenz bedroht“. Er macht dafür schrumpfende Anzeigenteile, den Rückgang bei jungen Lesern und die tendenziell steigenden Abo-Preise durch erhöhten Vertriebsaufwand pro Stück verantwortlich – vor allem für Lokalausgaben in dünner besiedelten Regionen (Evangelischer Pressedienst, 2019b).

Die Kölner DuMont Mediengruppe prüft den Verkauf aller ihrer Regionalzeitungen und die Funke Mediengruppe aus Essen erwägt den Wegfall gedruckter Zeitungen in einigen Regionen Thüringens. Besonders bedenklich sei, so Haller, dass es in Deutschland bislang keine Online-Lokalzeitung gebe, die hohe Reichweiten erziele und rentabel sei – auch nicht in Nordrhein-Westfalen. Die gedruckte Zeitung, die in den Briefkasten gesteckt wird, stellt laut Haller (2019, zitiert nach Evangelischer Pressedienst, 2019b) „ein Auslaufmodell“ dar.

Der Verband Deutscher Lokalzeitungen (VDL) sieht die aktuell größten Herausforderungen im Vertrieb und fordert, wie auch der Bundesverband deutscher Zeitungsverleger e. V., die Unterstützung des Staates mit Blick auf die Zustellung, um auch Menschen in dünner besiedelten Regionen versorgen zu können. Der Mindestlohn mache es den Zeitungen ebenfalls schwerer, wirtschaftlich zu arbeiten (Evangelischer Pressedienst, 2019d).

Der DJV (2019, zitiert nach Evangelischer Pressedienst, 2019h) klagt, dass die Zeitungsredaktionen „am Limit“ arbeiten, was eine unmittelbare Folge jahrzehntelanger Einsparungen auf Kosten der Journalistinnen und Journalisten sei. Er sieht sogar die Existenzberechtigung des Zeitungsjournalismus‘ als Säule der Demokratie in Gefahr (Evangelischer Pressedienst, 2019h).

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 reputations-starke 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.

Die Zahl der Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen ist um eine Zeitung gesunken. Das Süderländer Tageblatt ist inzwischen eine Lokalausgabe der Lüdenscheider Nachrichten.

Im Bereich der Boulevardzeitungen wurde der Bonner Express eingestellt und Bonner Inhalte sind seit dem 24. April 2017 in der Ausgabe des Kölner Express‘ aufgegangen, der inzwischen einmal wöchentlich eine Bonner Beilage enthält.

Die Zahl der Hauptredaktionen hat sich um vier auf vierzehn reduziert³.

Folgende vier Hauptredaktionen existieren im Vergleich zum Vorgängerbericht nicht mehr:

- 1) Im Sommer 2017 verkündeten die Ruhr Nachrichten und der Zeitungsverlag Rubens, der den Hellweger Anzeiger publiziert, eine Gemeinschaftsredaktion zu gründen und so ihre Mantelredaktionen zusammenzulegen. Die überregionalen Inhalte werden vom neuen Redaktionsnetz Westfalen produziert, zusätzlich soll die Möglichkeit des Bezugs überregionaler Inhalte von der Rheinischen Post und dem Redaktionsnetzwerk Deutschland (RND) bestehen. Da der Hellweger Anzeiger bis 2017 über eine eigene Hauptredaktion verfügte, ist auch hier eine Konzentration zu beobachten.
- 2) Die Medienhäuser Neue Westfälische, Lippische Landes-Zeitung und Mindener Tageblatt fusionierten im Frühjahr 2019 ihre überregionale und regionale Berichterstattung und beliefern auch das Haller Kreisblatt mit Inhalten. Die neue Gemeinschaftsredaktion ersetzt die bisherige Zentralredaktion der Neuen Westfälischen in Bielefeld. Die Lippische Landes-Zeitung kooperierte im Mantelteil bereits zuvor mit der Neuen Westfälischen. Die eigene Hauptredaktion des Mindener Tageblattes löst sich durch diese Fusion auf.
- 3+4) In der Funke Mediengruppe entstehen die regionalen und überregionalen Teile der Titel Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfalenpost, Westfälische Rundschau und auch

³ Im Vorgängerbericht lag die Zahl der publizistischen Einheiten bei 18, allerdings wurde die Neue Rhein / Ruhr Zeitung separat und nicht zur publizistischen Einheit der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung gezählt, die seit 2009 eine gemeinsame Zentralredaktion besitzen.

der überregionale Teil der Neuen Ruhr/Rhein Zeitung inzwischen in einer gemeinsamen Zentralredaktion in Essen/Berlin, wodurch die im Vorgängerbericht noch separat gezählten Hauptredaktionen der Westfalenpost und der Neuen Rhein/Ruhr Zeitung nicht mehr einzeln bestehen.

Der Abwärtstrend der verkauften Auflage der regionalen/lokalen Abonnementzeitungen ist weiterhin deutlich sichtbar. Seit 2016 ist sie mit Blick auf Nordrhein-Westfalen erneut um über 200.000 Exemplare zurückgegangen (-11 %). Somit liegt die durchschnittliche Auflage pro Zeitung um ca. 5.000 Exemplare niedriger bei etwa 58.100 Stück.

Tab. 1.1 Regionale/Lokale Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen

	2019	2016*	2012*	2010*	1993* ¹
Zeitungen	38**	39	40	42	50
Hauptredaktionen*	14	18	18	18	22
Verkaufte Auflage	2.206.987	2.476.800	2.875.600	3.007.600	4.330.800
Durchschnittliche Auflage pro Zeitung	58.100	63.500	71.500	71.600	86.600

* Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22; Auflagenzahlen nach ivw jeweils für das erste Quartal

¹ Pätzold & Röper (1995, zitiert nach Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22)

* Hinzu kommen die Hauptredaktionen der überregionalen Zeitung Handelsblatt und der Boulevardzeitung Express.

** Die Zahl der Zeitungen ist um einen Titel gesunken, da das Süderländer Tageblatt inzwischen den Lüdenscheider Nachrichten zuzuordnen ist.

Tab. 1.2 Die Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen

Zeitungsverlag	Standort	Titel	Mantel
Altmeppen Verlag GmbH & Co. KG	Rheine	Münsterländische Volkszeitung / Emsdettener Volkszeitung	Westfälische Nachrichten (ZGM Zeitungsgruppe Münsterland)
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Münster	Westfälische Nachrichten ¹	eigene Hpt.-Red.
MZ Medien Holding GmbH & Co. KG	Münster	Münstersche Zeitung / Grevener Zeitung ²	Ruhr-Nachrichten; Lokalteil von ZGM
B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	Solingen	Solinger Tageblatt	Westdeutsche Zeitung
J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH	Minden	Mindener Tageblatt	Neue Westfälische ¹⁶

Zeitungsverlag	Standort	Titel	Mantel
E. Holterdorf GmbH & Co. KG	Oelde	Die Glocke ³	eigene Hpt.-Red.
		Westdeutsche Allgemeine Zeitung (Teil)	Funke Zentralredaktion
Funke Medien NRW GmbH	Essen	Westfälische Rundschau	ohne eigene Redaktion; Inhalte von Funke, IKZ, Hellweger Anzeiger & Ruhr Nachrichten
		Westfalenpost	Funke Zentralredaktion
Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. Essen KG	Essen	Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung Westdeutsche Allgemeine Zeitung (Teil)	Funke Zentralredaktion
Haller Kreisblatt Verlags-GmbH	Halle	Haller Kreisblatt	Neue Westfälische ¹⁶
ivz.medien GmbH & Co. KG	Ibbenbüren	Ibbenbürener Volkszeitung	Westfälische Nachrichten (ZGM)
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	Dülmen	Dülmener Zeitung	Westfälische Nachrichten (ZGM)
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Borken	Borkener Zeitung	Westfälische Nachrichten (ZGM)
W. Jahn Verlag GmbH & Co. KG	Soest	Soester Anzeiger	Westfälischer Anzeiger; Austausch Lokalseiten mit Patriot
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold	Lippische Landes-Zeitung	Neue Westfälische ¹⁶
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG	Köln	Kölner Stadt-Anzeiger ⁴	eigene Hpt. Red.
Heinen-Verlag GmbH	Köln	Kölnische Rundschau ⁵	General-Anzeiger (Bonn)
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Remscheid	Remscheider General-Anzeiger ⁶	Westdeutsche Zeitung
Tageblatt Steinfurt Verlag GmbH & Co. KG	Ochtrup	Tageblatt für den Kreis Steinfurt	Westfälische Nachrichten (ZGM)
Temming Verlag KG	Bocholt	Bocholter-Borkener Volksblatt	Rheinische Post (seit Jan. 2019; vorher

Zeitungsverlag	Standort	Titel	Mantel
			Westfälische Nachrichten)
Verlag J. Bauer KG	Marl	Recklinghäuser Zeitung ⁷	eigene Hpt.-Red.
Verlag J. Fleißig GmbH & Co	Coesfeld	Allgemeine Zeitung ⁸	Westfälische Nachrichten (ZGM)
Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	Dortmund	Ruhr Nachrichten ⁹	Gemeinschaftsredaktion Hellweger Anzeiger/ Ruhr Nachrichten
Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	Lüdenscheid	Lüdenscheider Nachrichten ¹⁰	Westfälischer Anzeiger
Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Rheinische Post ¹¹	eigene Hpt.-Red.
Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH	Bonn	General-Anzeiger (Bonn)	eigene Hpt.-Red.
Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co. KG	Siegen	Siegener Zeitung	eigene Hpt.-Red.
Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG	Wuppertal	Westdeutsche Zeitung ¹²	eigene Hpt.-Red.; Kooperation mit Rheinischer Post
WESTFALEN-BLATT Vereinigte Zeitungsverlage GmbH	Bielefeld	Westfalen-Blatt ¹³	eigene Hpt.-Red.: ab Dez. 2019 Teile von Aschendorff Medien
Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Hamm	Westfälischer Anzeiger	eigene Hpt.-Red.
Zeitungsverlag Aachen GmbH	Aachen	<u>Aachener Nachrichten ¹⁴</u> Aachener Zeitung ¹⁵	eigene Hpt.-Red.
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Unna	Hellweger Anzeiger	Gemeinschaftsredaktion Hellweger Anzeiger/ Ruhr Nachrichten
Zeitungsverlag Unna GmbH & Co. KG	Unna	<u>WR Unna/Fröndenberg/ Holzwickede</u> WR Kamen/Bergkamen	Gemeinschaftsredaktion Hellweger Anzeiger/ Ruhr Nachrichten
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	Lippstadt	Der Patriot ¹⁶	Westfälischer Anzeiger; Austausch

Zeitungsverlag	Standort	Titel	Mantel
			Lokalseiten mit Soester Anzeiger
Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ), Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG	Iserlohn	Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	Funke Zentralredaktion (identischer Mantel wie Westfalenpost)
Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG	Bielefeld	Neue Westfälische	eigene Hpt.-Red. ¹⁷
Nicht berücksichtigt:			
Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Handelsblatt	eigene Hpt.-Red.
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG	Köln	Express	eigene Hpt.-Red.
Düsseldorf-Express GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Düsseldorf Express	Express

Die Recherche der Kopfblätter der Tageszeitungen erfolgte über die KEK Mediendatenbank (kek-online.de, o. D.).

Außerdem werden Titel, die Teile ihrer Auflage in Nordrhein-Westfalen verbreiten, ihren Verlagsstandort aber außerhalb von Nordrhein-Westfalen haben (z. B. Schaumburger Zeitung, Kreiszeitung Syke, Neue Osnabrücker Zeitung), nicht berücksichtigt. Für weitere Ausführungen s. Frage 5.

¹ inkl. Ahlener Zeitung

² übernommen von Lensing-Wolff GmbH & Co. KG

³ inkl. Ahlener Tageblatt

⁴ inkl. Oberbergischer Anzeiger, Rhein-Sieg-Anzeiger, Leverkusener Anzeiger

⁵ inkl. Bergische Landeszeitung, Oberbergische Volkszeitung, Rhein-Erft-Rundschau, Rhein-Sieg-Rundschau, Bonner Rundschau

⁶ inkl. Wermelskirchener General-Anzeiger

⁷ inkl. Dattelner Morgenpost, Hertener Allgemeine, Marler Zeitung, Stimberg Zeitung, Waltroper Zeitung

⁸ inkl. Billerbecker Anzeiger, Gescherer Anzeiger

⁹ inkl. Dorstener Zeitung, Halterner Zeitung (Verlag: Dorstener und Halterner Zeitungsverlagsgesellschaft mbH & Co. KG), Münsterland Zeitung (Verlag: Münsterland Zeitung Medien GmbH & Co. KG)

¹⁰ Süderländer Tageblatt gehört seit Anfang 2017 dem Märkischen Zeitungsverlag an; inkl. Süderländer Tageblatt, Altenaer Kreisblatt, Meinerzhagener Zeitung, Süderländer Volksfreund, Allgemeiner Anzeiger (Halver)

¹¹ inkl. Neuß-Grevenbroicher Zeitung, Solinger Morgenpost, Bergische Morgenpost

¹² inkl. Bergischer Volksbote

Zeitungsverlag	Standort	Titel	Mantel
¹³ inkl. Verler Zeitung, Lübbecker Kreiszeitung, Espelkamper Zeitung, Rahdener Zeitung, Stemweder Zeitung			
¹⁴ inkl. Dürener Nachrichten, Eifeler Nachrichten, Eschweiler Nachrichten, Heinsberger Nachrichten, Jülicher Nachrichten, Stolberger Nachrichten			
¹⁵ inkl. Dürener Zeitung, Eifeler Zeitung, Eschweiler Zeitung, Geilenkirchener Zeitung, Heinsberger Zeitung, Jülicher Zeitung, Stolberger Zeitung			
¹⁶ inkl. Geseker Zeitung			
¹⁷ Gründung einer Gemeinschaftsredaktion in Bielefeld (Juli 2019) von Neue Westfälische, Lippische Landes-Zeitung, Mindener Tageblatt und Haller Kreisblatt			

2. Welche Auflagen und Marktanteile erzielen die Zeitungstypen Überregional-, Regional/Lokal-Zeitungen, Boulevardzeitungen sowie Wochenzeitungen im Vergleich zu 2016 differenziert nach Abonnements- und Freiverkaufszahlen?

Die Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen erzielen 2019 (Bezugszeitraum: Quartal 1) eine verkaufte Gesamtauflage von 2,66 Mio. Exemplaren (Tab. 2.1). Gegenüber 2016 (3,08 Mio. verkaufte Exemplare) betrug der Rückgang 13,8 %.⁴

Die regionalen Abonnementzeitungen sowie die überregionalen Tageszeitungen haben ihren Marktanteil trotz eigener Auflagenverluste leicht ausbauen können. Der Grund hierfür ist der besonders starke Auflagenrückgang bei den Boulevardzeitungen, die in den letzten Jahren etwa 30 % ihrer Auflage und damit auch deutlich an Marktanteil verloren haben.

Tab. 2.1 Verkaufte Auflagen und Marktanteile (MA)

Zeitungstyp	2019 (2018*)		2016	
	Auflage	MA in %	Auflage	MA in %
Regionale Abo-Zeitungen	2.204.826	83,0	2.476.800	80,4
Überregionale Zeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen)	142.452	5,4	161.000	5,2
Boulevardzeitungen (Bild Nordrhein-Westfalen und Express)	308.086	11,6	444.300	14,4
Tageszeitungen gesamt	2.657.525	100	3.082.100	100

⁴ Berücksichtigt werden alle Tageszeitungen, deren Verlage ihren Hauptsitz in Nordrhein-Westfalen haben. Titel, die Teile ihrer Auflage in Nordrhein-Westfalen verbreiten, ihren Verlagsstandort aber außerhalb von Nordrhein-Westfalen haben (z. B. Schaumburger Zeitung, Kreiszeitung Syke, Neue Osnabrücker Zeitung), werden nicht berücksichtigt. Bezugszeitraum ist jeweils das 1. Quartal des Jahres.

Verkaufsaufgaben Mo.-Sa. (Handelsblatt: Mo.-Fr.)

Quelle für regionale Abo-Zeitungen und Boulevardzeitungen: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); die einzelnen Titel sind in den Tabellen 2.3 sowie 2.5 aufgeführt

Quelle für überregionale Tageszeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen): IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b); die einzelnen Titel sind in der Tabelle 2.6 aufgeführt (nur Tageszeitungen, keine Sonntags-/Wochenzeitungen)

* Für die überregionalen Tageszeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen) liegen die aktuellsten Zahlen nur aus der IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) vor.

Bei den regionalen Tageszeitungen lässt vor allem der Einzelverkauf deutlich nach, der seit 2016 um 25 % gesunken ist (Tab. 2.2). Beim Abonnement, dem mit Abstand wichtigstem Vertriebskanal, ist die verkaufte Auflage um 12 % zurückgegangen. Eine deutliche Steigerung ist hingegen bei sonstigen Verkäufen festzustellen. Diese sind um 32 % gestiegen. Dies liegt vor allem an einem hohen Anteil von E-Paper-Exemplaren, was in der Antwort auf die Frage 4 ausführlich beschrieben wird. E-Paper-Abonnements werden nur dann als einzelne Abonnements in der IVW-Auflagenstatistik gezählt, wenn sie mehr als 50 % des Erlöses eines regulären Printprodukts erzielen. Liegen sie unter 50, aber über 10 %, so werden sie als sonstige Verkäufe den IVW-Auflagen zugerechnet.

Die Boulevardzeitungen werden aufgrund ihres sehr hohen Einzelverkaufsanteils auch als Straßenverkaufszeitungen bezeichnet. Dieser ist seit 2016 um ein Drittel eingebrochen. Bei Abonnements und sonstigen Verkäufen ist der Rückgang weniger stark ausgeprägt.

Tab. 2.2 Verkaufte Auflagen nach Zeitungstyp und Art des Vertriebs

Zeitungstyp und Vertrieb		2019		2016		
		Verkaufte Auflage abs.	Anteil in %	Veränderung seit 2016 in %	Verkaufte Auflage abs.	Anteil in %
Regionale insgesamt	Abo-Zeitungen	2.203.636	100	-10,5	2.463.099	100
	Abonnement	1.968.502	89,3	-12,1	2.238.713	90,9
	Einzelverkauf	79.856	3,6	-25,2	106.781	4,3
	Sonst. Verkauf, Bordexemplare	155.278	7,0	+32,0	117.647	4,8
Boulevardzeitungen insgesamt		308.084	100	-30,7	444.360	100
	Abonnement	22.403	7,3	-1,3	22.695	5,1
	Einzelverkauf	272.373	88,4	-33,1	407.249	91,6

Sonst. Verkauf, Bordexemplare	13.308	4,3	-7,7	14.416	3,2
-------------------------------	--------	-----	------	--------	-----

Quelle: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); Verkaufsaufgabe Mo.-Sa.; die einzelnen Titel sind in den Tabellen 2.3 sowie 2.5 aufgeführt. Die verkaufte Auflage insgesamt weicht bei den regionalen Abonnementzeitungen geringfügig von Tabelle 2.1 ab. Hintergrund ist, dass die Auflage für Hellweger Anzeiger und WR Unna/Kamen zusammengefasst ausgewertet muss, weil die IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018) keine Betrachtung nach Vertriebsarten ermöglicht.

Die Auflagen der einzelnen Tageszeitungen sind in den letzten Jahren fast ausnahmslos gesunken (Tab. 2.3), wobei sich die Intensität des Rückgangs zum Teil deutlich unterscheidet. Vereinzelt ist auch eine Zunahme der verkauften Auflage festzustellen. Bei besonders starken Rückgängen und bei vereinzelt Zunahmen sind zumeist besondere Gründe festzustellen, die in den Antworten auf Frage 3 und Frage 4 behandelt werden.

Tab. 2.3 Auflagenentwicklung der Tageszeitungen aus Nordrhein-Westfalen

	Titel	2019	2016	2014	2012
1	Aachener Nachrichten Aachener Zeitung	96.650	110.173	114.700	123.000
2	Allgemeine Zeitung	16.117	16.935	17.237	17.508
3	Bocholter-Borkener Volksblatt	27.338	21.062	21.965	22.715
4	Borkener Zeitung	16.390	16.792	17.165	17.174
5	Dülmener Zeitung	7.363	7.843	8.204	8.541
6	General-Anzeiger (Bonn)	61.947	69.888	73.968	78.633
7	Glocke, Die	50.203	53.589	55.783	55.300
8	Haller Kreisblatt	10.782	11.057	11.372	11.486
9	Hellweger Anzeiger *	23.377	31.993	26.166	24.635
10	Ibbenbürener Volkszeitung	16.948	18.493	19.310	20.155
11	Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	15.931	18.484	19.694	21.800
12	Kölner Stadt-Anzeiger	237.081	275.105	299.891	316.194
13	Kölnische Rundschau				
14	Lippische Landes-Zeitung	35.763	39.574	41.796	42.033
15	Lüdenscheider Nachrichten ** Süderländer Tageblatt	31.206	31.675	34.654	31.100
16	Mindener Tageblatt	28.773	31.157	33.183	31.394
17	Münsterländische Volkszeitung	17.308	18.120	18.429	15.297

	Titel	2019	2016	2014	2012
18	Münsterländische Volkszeitung: Emsdettener Volkszeitung	6.625	6.950	7.379	7.564
19	Münstersche Zeitung ***	/	/	27.104	/
20	Neue Westfälische	124.806	138.364	148.580	146.053
21	Patriot, Der	25.329	22.892	24.028	24.600
22	Recklinghäuser Zeitung	45.315	52.848	56.566	60.386
23	Remscheider General-Anzeiger	13.384	15.048	161.000	17.400
24	Rheinische Post	286.751	303.493	325.888	340.870
25	Ruhr Nachrichten	124.312	136.001	149.252	206.500
26	Siegener Zeitung	48.144	52.091	54.819	55.000
27	Soester Anzeiger	30.120	32.893	34.584	35.200
28	Solinger Tageblatt	18.490	20.766	22.285	23.533
	Süderländer Tageblatt **	/	5.312	5.645	5.000
29	Tageblatt für den Kreis Steinfurt	3.568	3.745	4.033	4.033
30	Westdeutsche Allgemeine Zeitung				
31	Westfalenpost	465.009	555.802	614.853	718.353
32	Westfälische Rundschau				
33	Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung				
34	Westdeutsche Zeitung	62.576	78.050	96.200	104.814
35	Westfalen-Blatt	104.986	114.980	117.500	117.067
36	Westfälische Nachrichten Münstersche Zeitung / Grevener Zeitung***	115.405	124.054	111.316	115.396
37	Westfälischer Anzeiger	30.477	34.714	36.988	38.800
38	WR Unna/Fröndenberg/Holzwickede * WR Kamen/Bergkamen *	6.352	6.844	7.272	/
	Regionale Abo-Zeitungen gesamt	2.204.826	2.476.800	2.674.100	2.857.600

Quelle: IVW Auflagen (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b; 2019), jeweils für das erste Quartal der angegebenen Jahre; Verkaufsaufgabe Mo.-Sa. Kopfblätter der einzelnen Titel werden nicht gesondert aufgeführt.

* Hier liegen statt den IVW Daten aus dem 1. Quartal 2019 die Daten der Verbreitungsanalyse 2018 zugrunde, weil WR Unna/Kamen seit 2019 nicht mehr separat vom Hellweger Anzeiger an die IVW gemeldet wird.

Im Jahr 2016 wurde die Auflage der WR Unna/Fröndenberg/ Holzwickede sowie WR Kamen/Bergkamen in die Auflage des Hellweger Anzeigers integriert und zusätzlich einzeln ausgewiesen. Die Auflage des Hellweger Anzeigers im Jahr 2016 betrug eigentlich 25.149 Exemplare. Aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den Vorgängerzahlen, wird dies nur an dieser Stelle erwähnt und nicht angepasst.

** Den Verlag des Süderländer Tageblatts gibt es seit 2017 nicht mehr. Das Süderländer Tageblatt ist jetzt nur noch eine Lokalausgabe der Lüdenscheider Nachrichten. Die Verkäufe der Lüdenscheider Nachrichten sind ab 2019 also inklusive Süderländer Tageblatt.

*** Für 2016 und 2019 wird keine eigenständige Auflage angegeben. Sie ist in jener der Westfälischen Nachrichten enthalten.

**** Das Auflagenplus des Bocholter-Borkener Volksblatt ist vermutlich u. a. durch die neue Kooperation mit der Rheinischen Post (seit Jan. 2019) zu erklären.

Bei den einzelnen regionalen Abonnementzeitungen liegt der Abonnementanteil insgesamt bei knapp unter 90 %, wobei der Anteil zwischen den Titeln leicht variiert (Tab. 2.4). Lediglich bei den Titeln General-Anzeiger, Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau und Westdeutsche Zeitung weist der Einzelverkauf einen höheren Anteil als 5 % aus.

Tab. 2.4 Regionale Abo-Zeitungen nach Art des Vertriebs

Titel	Verkaufte Auflage	Abonnement		Einzelverkauf		Bord-exemplare, sonst. Verkauf	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Aachener Nachrichten Aachener Zeitung	96.650	84.194	87,1	3.988	4,1	8.468	8,8
Allgem. Zeitung (Coesf.)	16.117	15.416	95,7	234	1,5	467	2,9
Bocholter-Borkener-Volksblatt	27.338	18.919	69,2	368	1,3	8.051	29,4
Borkener Zeitung	16.390	14.736	89,9	365	2,2	1.289	7,9
Dülmener Zeitung	7.363	6.811	92,5	229	3,1	323	4,4
General-Anzeiger	61.947	55.198	89,1	3.300	5,3	3.449	5,6
Die Glocke	50.203	44.938	89,5	1.008	2,0	4.257	8,5
Haller Kreisblatt	10.782	9.955	92,3	206	1,9	621	5,8
Hellweger Anzeiger + WR Unna*	28.539	25.390	89,0	505	1,8	2.644	9,3
Ibbenbürener Volkszeitung	16.948	16.606	98,0	223	1,3	119	0,7
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	15.931	14.705	92,3	533	3,3	693	4,4
Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau	237.081	203.246	85,7	12.418	5,2	21.417	9,0

Titel	Verkaufte Auflage	Abonnement		Einzelverkauf		Bord-exemplare, sonst. Verkauf	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Lippische Landes-Zeitung	35.763	31.730	88,7	1.568	4,4	2.465	6,9
Lüdenscheider Nachrichten, Süderländer Tageblatt	31.206	29.301	93,9	797	2,6	1108	3,6
Mindener Tageblatt	28.773	26.036	90,5	989	3,4	1.748	6,1
Münsterländische Volkszeitung	17.308	15.296	88,4	537	3,1	1.475	8,5
Emsdettener Volkszeitung	6.625	5.766	87,0	208	3,1	651	9,8
Neue Westfälische	124.806	109.821	88,0	2.877	2,3	12.108	9,7
Der Patriot	25.329	20.179	79,7	524	2,1	4.626	18,3
Recklinghäuser Zeitung	45.315	43.200	95,3	1.497	3,3	618	1,4
Remscheider General-Anzeiger	13.384	12.095	90,4	551	4,1	738	5,5
Rheinische Post	286.751	252.844	88,2	12.068	4,2	21.839	7,6
Ruhr Nachrichten**	124.312	112.451	90,5	4.136	3,3	7.725	6,2
Siegener Zeitung	48.144	44.489	92,4	698	1,4	2.957	6,1
Soester Anzeiger	30.120	28.100	93,3	648	2,2	1.372	4,6
Solinger Tageblatt	18.490	16.277	88,0	657	3,6	1.556	8,4
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	3.568	3.114	87,3	92	2,6	362	10,1
Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfalenpost, Westfälische Rundschau, Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung	465.009	430.746	92,6	17.897	3,8	16.366	3,5
Westdeutsche Zeitung	62.576	54.534	87,1	4.289	6,9	3.753	6,0
Westfalen-Blatt	104.986	93.645	89,2	2.277	2,2	9.064	8,6
Westfälische Nachrichten Münstersche Zeitung	115.405	100.631	87,2	3.354	2,9	11.420	9,9
Westfälischer Anzeiger	30.477	28.133	92,3	815	2,7	1.529	5,0
WR Unna/Fröndenber /Holzwickede * WR Kamen/Bergkamen *							

Titel	Verkaufte Auflage	Abonnement		Einzelverkauf		Bordexemplare, sonst. Verkauf	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Regionale Abo-Zeitungen gesamt	2.203.636	1.968.502	89,3	79.856	3,6	155.278	7,0

Quelle: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); Verkaufsauflage Mo.-Sa.; Bordexemplare und sonstige Verkäufe sind in der IVW einzeln aufgeführt

* Abweichend von Tabelle 2.3 werden Hellweger Anzeiger und WR Unna/Kamen zusammengefasst ausgewertet, da die IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) keine Betrachtung nach Vertriebsarten ermöglicht.

** In der Auflage der Ruhr Nachrichten enthalten sind die Auflagen der Kopfblätter Münsterland Zeitung, Dorstener Zeitung und Halterner Zeitung (von insgesamt knapp 40.000 Exemplaren), die in eigenen Verlagen erscheinen.

Bei den Boulevardzeitungen und insbesondere bei der BILD ist der Einzelverkauf stark dominierend (Tab. 2.5). Nur beim Express ist der Abo-Anteil bedeutsam. Beim Express Düsseldorf besteht ein hoher Anteil an Bordexemplaren (4.896 Bordexemplare und lediglich 42 sonstige Verkäufe), die zusammen über ein Viertel der Auflage ausmachen. Auch bei Bild Düsseldorf sind es die Bordexemplare (3.163), die einen hohen Anteil neben den Abonnements ausmachen.

Tab. 2.5 Boulevardzeitungen nach Art des Vertriebs

Titel	Verkaufte Auflage	Abonnement		Einzelverkauf		Bordexemplare, sonst. Verkauf	
		abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
BILD Düsseldorf	41.179	1.144	2,8	36706	89,1	3.329	8,1
BILD Köln	41.345	1.086	2,6	38637	93,5	1.622	3,9
BILD Ruhr-Ost	43.662	1.145	2,6	41647	95,4	870	2,0
BILD Ruhr-West	41.742	1.176	2,8	40.352	96,7	214	0,5
BILD Westfalen	59.164	1.695	2,9	57458	97,1	11	0,0
Express Düsseldorf	18.186	1.121	6,2	12.127	66,7	4.938	27,2
Express	62.806	15.036	23,9	45.446	72,4	2.324	3,7
Gesamt	308.084	22.403	7,3	272.373	88,4	13.308	4,3

Quelle: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); Verkaufsauflage Mo.-Sa.; Bordexemplare und sonstige Verkäufe sind in der IVW einzeln aufgeführt

Bei den überregionalen Zeitungen wird der Anteil der in Nordrhein-Westfalen verkauften Exemplare in der IVW Verbreitungsanalyse ausgewiesen (mit Ausnahme der taz – Die Tageszeitung), in aktuellster Form für das Jahr 2018 (Tab. 2.6). Es zeigt sich, dass der Rückgang der Auflage bei fast allen überregionalen Titeln in Nordrhein-Westfalen stärker ausfällt als im übrigen Verbreitungsgebiet der Titel.

Für Sonntags- und Wochenzeitungen sind keine Gebietsauflagen vorhanden, da sie nicht an der IVW Verbreitungsanalyse teilnehmen. Für die Bild am Sonntag und Welt am Sonntag werden allerdings in der IVW Auflagen für das Nielsegebiet 2 ausgewiesen, das dem Bundesland Nordrhein-Westfalen entspricht. Hier ist ein erheblicher Rückgang der Verkaufsauflage festzustellen. Bei der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung wird hingegen kein nordrhein-westfälischer Anteil ausgewiesen. Die überregionale Gesamtauflage ist relativ konstant geblieben.

Ähnlich ist es bei den Wochenzeitungen. Auch hier zeigen sich stabile Tendenzen (Die Zeit) oder eine Zunahme (der Freitag). Für beide Titel kann aufgrund der fehlenden Gebietsauflagen nicht ermittelt werden, wie hoch der nordrhein-westfälische Anteil ist.

Für die überregionalen Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen ist zudem keine Betrachtung nach Abonnements, Einzelverkäufen und sonstigen Verkäufen bzw. Bordexemplaren für Nordrhein-Westfalen möglich, weil diese in der IVW Verbreitungsanalyse nicht ausgewiesen werden.

Tab. 2.6 Auflagen der überregionalen Zeitungen in Nordrhein-Westfalen

Gattung/Titel	2018				2016	
	gesamt	Veränderung in %	in Nordrhein-Westfalen	Veränderung in %	gesamt	in Nordrhein-Westfalen
Überregionale Tageszeitungen						
Frankfurter All. Zeitung	239.946	-5,3	46.394	-8,7	252.700	50.800
Süddeutsche Zeitung	352.573	-7,9	37.219	-8,8	382.100	40.800
Die Welt/Welt kompakt	164.415	-8,0	32.517	-12,4	178.700	37.100
Handelsblatt	127.567	3,1	25.811	-18,6	123.700	31.700
Die Tageszeitung	50.519	-2,3	k. A.		51.700	k. A.
Frankfurter Rundschau	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Neues Deutschland	24.898	-14,9	511	-14,8	29.000	600
Sonntagszeitungen						
Bild am Sonntag	812.612	-24,2	149.923	-25,7	1.072.100	201.700
Welt am Sonntag	355.863	-7,0	63.587	-17,0	382.800	76.600

Gattung/Titel	2018			2016		
	gesamt	Veränderung in %	in Nordrhein-Westfalen	Veränderung in %	gesamt	in Nordrhein-Westfalen
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	252.443	-0,7	k. A.		254.300	k. A.
Wochenzeitungen						
Die Zeit	494.646	-2,5	k. A.		507.200	k. A.
Der Freitag	23.427	+17,3	k. A.		19.965	k. A.

Quelle für überregionale Tageszeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen): IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b); Verkaufsaufgaben Mo.-Sa. (Handelsblatt: Mo.-Fr.)

Quelle für Sonntags-/Wochenzeitungen: IVW Auflagen, 1. Quartal 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018a)

3. Welche Aufagentrends der einzelnen Zeitungstypen sind landesweit, aber auch in den einzelnen Regionen seit 2016 zu verzeichnen?

Landesweit zeigen sich bei allen Zeitungstypen in den letzten drei Jahren erhebliche Auflagenverluste. Die regionalen und überregionalen Abonnementzeitungen haben jeweils rund 11 % ihrer Auflage verloren. Bei den Boulevardzeitungen zeigen sich deutlich stärkere Verluste. Sie haben in den letzten drei Jahren knapp ein Drittel ihrer Auflage eingebüßt.

Tab. 3.1 Veränderungen der Verkaufsaufgabe

Titel	2019 (2018*)		2016
	absolut	in %	
Regionale Abo-Zeitungen	2.204.826	-11,0	2.476.800
Überregionale Zeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen)	142.452	-11,5	161.000
Boulevardzeitungen	308.084	-30,7	444.300

Verkaufsaufgaben Mo.-Sa. (Handelsblatt: Mo.-Fr.)

Quelle für regionale Abo-Zeitungen und Boulevardzeitungen: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); die einzelnen Titel sind in den Tabellen 2.3 sowie 2.5 aufgeführt

Quelle für überregionale Tageszeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen): IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b); die einzelnen Titel sind in der Tabelle 2.6 aufgeführt (nur Tageszeitungen, keine Sonntags-/Wochenzeitungen)

* Für die überregionalen Tageszeitungen (Teilaufgabe Nordrhein-Westfalen) liegen die aktuellsten Zahlen nur aus der IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) vor.

In den Regionen unterscheidet sich die Nutzung von Tageszeitungen zum Teil erheblich (IVW Verbreitungsanalyse, 2018). Während im Regierungsbezirk Köln lediglich 0,31 Zeitungsexemplare auf jeden Haushalt kommen, so sind es in den Regierungsbezirken Münster und Detmold 0,42 bzw. 0,43 Exemplare. Die Unterschiede liegen insbesondere an siedlungsstrukturellen Besonderheiten: Tendenziell werden in städtischen Regionen⁵ weniger Tageszeitungen pro Haushalt gelesen als in Regionen mit Verstädterungsansätzen⁶. Es gibt aber auch zwischen Großstädten zum Teil erhebliche Unterschiede: So werden in Bielefeld mit 0,4 Zeitungsexemplaren pro Haushalt anteilig deutlich mehr Zeitungen gekauft als in Leverkusen mit 0,26. Landesweit liegt der Schnitt bei 0,36 Exemplaren pro Haushalt.

Tab. 3.2 Tageszeitungen pro Haushalt nach Landkreisen

Landkreis	Siedlungsstrukturelle Regionstypen	Verkaufte Gebietsauflage (IVW-geprüft)	Anzahl Haushalte	Exemplare pro Haushalt
Regierungsbezirk Arnsberg		586.919	1.543.000	0,38
Bochum	Städtische Region	52.017	169.280	0,31
Dortmund	Städtische Region	86.338	256.000	0,34
Ennepe-Ruhr-Kr., Ldkr.	Städtische Region	51.459	144.796	0,36
Hagen	Städtische Region	25.425	81.722	0,31
Hamm (NRW)	Städtische Region	28.631	76.858	0,37
Herne	Städtische Region	20.244	65.183	0,31
Hochsauerlandkreis, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	46.849	110.682	0,42
Märkischer Kreis, Ldkr.	Städtische Region	66.769	169.110	0,39
Olpe, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	24.820	55.035	0,45
Siegen-Wittgenstein, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	55.344	116.665	0,47
Soest, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	58.394	124.558	0,47
Unna, Ldkr.	Städtische Region	70.629	173.111	0,41
Regierungsbezirk Detmold		378.076	877.000	0,43

⁵ Als städtische Regionen gelten solche, in denen mind. 50 % der Bevölkerung in Groß- und Mittelstädten lebt und in der sich eine Großstadt mit rund 500.000 Einwohnern und mehr befindet sowie Regionen mit einer Einwohnerdichte ohne Berücksichtigung der Großstädte von mindestens 300 Einwohnern pro Quadratkilometer (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, 2009).

⁶ In Regionen mit Verstädterungsansätzen leben mindestens 33 % der Einwohner in Groß- und Mittelstädten mit einer Einwohnerdichte zwischen 150 und 300 Einwohnern pro Quadratkilometer oder es befindet sich darin mindestens eine Großstadt und die Region weist eine Einwohnerdichte, ohne Berücksichtigung der Großstädte, von mindestens 100 Einwohnern pro Quadratkilometer auf (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, 2009).

Landkreis	Siedlungsstrukturelle Regionstypen	Verkaufte Gebietsauflage (IVW-geprüft)	Anzahl Haushalte	Exemplare pro Haushalt
Bielefeld	Städtische Region	58.411	145.948	0,40
Gütersloh, Ldkr.	Städtische Region	72.703	148.852	0,49
Herford, Ldkr.	Städtische Region	49.358	111.161	0,44
Höxter, Ldkr.	Region mit Verstärkerungsansätzen	28.562	60.158	0,47
Lippe, Ldkr.	Städtische Region	51.865	148.734	0,35
Minden-Lübbecke, Ldkr.	Städtische Region	62.074	138.721	0,45
Paderborn, Ldkr.	Region mit Verstärkerungsansätzen	55.103	123.426	0,45
Regierungsbezirk Düsseldorf		717.988	2.199.000	0,33
Duisburg	Städtische Region	55.471	204.837	0,27
Düsseldorf	Städtische Region	98.976	252.158	0,39
Essen	Städtische Region	81.442	279.442	0,29
Kleve, Ldkr.	Städtische Region	46.423	117.975	0,39
Krefeld	Städtische Region	29.676	94.608	0,31
Mettmann, Ldkr.	Städtische Region	64.894	214.309	0,30
Mönchengladbach	Städtische Region	31.157	109.897	0,28
Mülheim a. d. Ruhr	Städtische Region	26.618	75.495	0,35
Oberhausen (NRW)	Städtische Region	27.556	89.829	0,31
Remscheid	Städtische Region	14.743	43.958	0,34
Rhein-Kr. Neuss, Ldkr.	Städtische Region	63.167	186.677	0,34
Solingen	Städtische Region	24.282	64.983	0,37
Viersen, Ldkr.	Städtische Region	39.101	130.442	0,30
Wesel, Ldkr.	Städtische Region	76.964	199.646	0,39
Wuppertal	Städtische Region	37.518	134.744	0,28
Regierungsbezirk Köln		598.157	1.914.000	0,31
Bonn	Städtische Region	49.063	138.572	0,35
Düren, Ldkr.	Städtische Region	33.093	108.930	0,30
Euskirchen, Ldkr.	Städtische Region	25.318	80.127	0,32
Heinsberg, Ldkr.	Städtische Region	29.328	100.679	0,29
Köln	Städtische Region	146.661	473.000	0,31
Leverkusen	Städtische Region	21.136	80.173	0,26
Oberbergischer Kr., Ldkr.	Städtische Region	36.184	112.325	0,32
Rhein-Erft-Kr., Ldkr.	Städtische Region	61.588	196.340	0,31
Rheinisch-Berg. Kr., Ldkr.	Städtische Region	47.065	125.236	0,38
Rhein-Sieg-Kr., Ldkr.	Städtische Region	76.820	250.889	0,31

Landkreis	Siedlungsstrukturelle Regionstypen	Verkaufte Gebietsauflage (IVW-geprüft)	Anzahl Haushalte	Exemplare pro Haushalt
Städteregion Aachen, Ldkr.	Städtische Region	71.901	247.729	0,29
Regierungsbezirk Münster		465.603	1.101.000	0,42
Borken, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	71.866	142.246	0,51
Botrop	Städtische Region	17.349	62.152	0,28
Coesfeld, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	45.748	88.867	0,51
Gelsenkirchen	Städtische Region	29.889	118.884	0,25
Münster (Westfalen)	Region mit Verstädterungsansätzen	54.339	132.023	0,41
Recklinghausen, Ldkr.	Städtische Region	105.005	273.129	0,38
Steinfurt, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	85.281	174.669	0,49
Warendorf, Ldkr.	Region mit Verstädterungsansätzen	56.126	109.030	0,51
Nordrhein-Westfalen Gesamt		2.746.743	7.634.000	0,36

Quelle: IVW Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b); ergänzt um Informationen vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (siedlungsstrukturelle Regionstypen) (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, 2009).

Betrachtet man die Zeitungstitel nach ihrem Erscheinungsort, so zeigen sich Unterschiede zwischen den Regionen sowie markante Abweichungen einzelner Titel vom Gesamttrend (Tab. 3.3). Eine exakte Betrachtung der geografischen Räume lässt diese Auswertung nicht zu, weil einzelne Zeitungstitel (insbesondere größere, die zum Teil nur im Verbund in der IVW ausgewiesen werden wie die Titel der Funke Mediengruppe) über einen Regierungsbezirk hinaus verkauft werden.

Insgesamt kommt es so zu einer Steigerung der Verkaufsauflage von 10,6%. Das Süderländer Tageblatt ist seit 2017 eine Lokalausgabe der Lüdenscheider Nachrichten. Beim Iserlohner Kreisanzeiger hat die Westfalenpost den Lokalteil übernommen. Möglicherweise könnten diese Veränderungen die vergleichsweise starken Auflagenrückgänge beeinflusst haben. Bei den übrigen Zeitungen im Regierungsbezirk Arnsberg liegt der Trend etwa im Landesschnitt.

Bei den Zeitungen mit Redaktionssitz im Regierungsbezirk Detmold ist der Rückgang der Verkaufsauflage im Schnitt etwas geringer als im Land Nordrhein-Westfalen insgesamt. Im Raum Köln hingegen sind die Rückgänge etwas stärker, ohne dass Auffälligkeiten bei einzelnen Titeln sichtbar sind.

Bei den Zeitungen mit Redaktionssitz im Regierungsbezirk Düsseldorf ist festzustellen, dass die Rheinische Post die geringsten Auflagenverluste mit minus 5,5 % zu verzeichnen hat. Am stärksten sind die Verluste bei der Westdeutschen Zeitung. Dort sind noch aus den Vorjahren

Einsparungen sowie Schließungen von Lokalausgaben bekannt (siehe Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22). Die Zeitungen der Funke Mediengruppe wurden aufgrund des Hauptsitzes des Medienunternehmens dem Regierungsbezirk Düsseldorf zugeordnet, obwohl die Titel in mehreren Teilen von Nordrhein-Westfalen (insbesondere im Regierungsbezirk Arnsberg) eine große Bedeutung haben. Seit 2017 werden die Auflagen der Funke Mediengruppe auch nach den Regionen Niederrhein, Ruhr-West, Ruhr-Ost und Südwestfalen unterteilt. Um einen Vergleich mit 2016 zu ziehen, wurde aber weiterhin die Gesamtauflage der vier Titel herangezogen.

Im Regierungsbezirk Münster zeigt sich ein Auflagenplus beim Bocholter-Borkener-Volksblatt, das aber im Wesentlichen auf eine Steigerung der E-Paper-Auflage zurückzuführen ist (ähnlich wie oben für den Titel Patriot aus Lippstadt geschildert). Ansonsten sind bei den Westfälischen Nachrichten / Münstersche Zeitung besonders hohe Auflagenverluste festzustellen. Auch hier gab es insbesondere in den Jahren 2013/2014 Umstrukturierungen und Einsparungen (siehe Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22). Bei den übrigen Titeln mit Redaktionssitz im Regierungsbezirk Münster sind die Auflagenverluste deutlich geringer.

Tab. 3.3 Veränderungen in der Verkaufsauflage nach Titeln und Regierungs-bezirken

Titel nach Regierungsbezirk	2019	in %	2016
Regierungsbezirk Arnsberg			
Der Patriot	25.329	+10,6	22.892
Hellweger Anzeiger *	23.377	-7,0	25.149
WR Unna/Fröndenberg/Holzwickede *	6.352	-7,2	6.844
WR Kamen/Bergkamen *			
Siegener Zeitung	48.144	-7,6	52.091
Soester Anzeiger	30.120	-8,4	32.893
Ruhr Nachrichten*	124.312	-8,6	136.001
Westfälischer Anzeiger	30.477	-12,2	34.714
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	15.931	-13,8	18.484
Lüdenscheider Nachrichten, Süderländer Tageblatt	31.206	-15,6	36.987
Regierungsbezirk Detmold			
Haller Kreisblatt	10.782	-2,5	11.057
Mindener Tageblatt	28.773	-7,7	31.157
Westfalen-Blatt	104.986	-8,7	114.980
Lippische Landes-Zeitung	35.763	-9,6	39.574
Neue Westfälische	124.806	-9,8	138.364
Regierungsbezirk Düsseldorf			
Rheinische Post	286.751	-5,5	303.493

Titel nach Regierungsbezirk	2019	in %	2016
Solinger Tageblatt	18.490	-11,0	20.766
Remscheider General-Anzeiger	13.384	-11,1	15.048
Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfalenpost, Westfälische Rundschau, Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung	465.009	-16,3	555.802
Westdeutsche Zeitung	62.576	-19,8	78.050
Regierungsbezirk Köln			
General-Anzeiger	61.947	-11,4	69.888
Aachener Nachrichten, Aachener Zeitung	96.650	-12,3	110.173
Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau	237.081	-13,8	275.105
Regierungsbezirk Münster			
Bocholter-Borkener-Volksblatt	27.338	+29,8	21.062
Borkener Zeitung	16.390	-2,4	16.792
Münsterländische Volkszeitung	17.308	-4,5	18.120
Emsdettener Volkszeitung	6.625	-4,7	6.950
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	3.568	-4,7	3.745
Allgem. Zeitung (Coesf.)	16.117	-4,8	16.935
Dülmener Zeitung	7.363	-6,1	7.843
Die Glocke	50.203	-6,3	53.589
Ibbenbürener Volkszeitung	16.948	-8,4	18.493
Recklinghäuser Zeitung	45.315	-14,3	52.848
Westfälische Nachrichten Münstersche Zeitung	115.405	-20,5	145.116

Zuordnung der Titel zu einem Regierungsbezirk entsprechend des Redaktionssitzes (Titel der Funke Mediengruppe wurden dem Hauptsitz Essen und damit dem Regierungsbezirk Düsseldorf zugeordnet)

Quelle: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); Verkaufsaufgabe Mo.-Sa.

* Zugunsten der einheitlichen Darstellung sind auch in dieser Darstellung in der Auflage der Ruhr Nachrichten die Auflagen der Kopfblätter Münsterland Zeitung, Dorstener Zeitung und Halterner Zeitung (von insgesamt knapp 40.000 Exemplaren) enthalten, die in eigenen Verlagen im Regierungsbezirk Münster erscheinen.

Bei den Boulevardzeitungen zeigt sich über die Titel BILD und Express und über alle Regionen hinweg eine starke Abnahme der verkauften Auflage (Tab. 3.4). In den letzten drei Jahren sank die Auflage bei den Titeln im Korridor zwischen minus 25,8 (BILD Ruhr-Ost) und minus 34 % (Express).

Tab. 3.4 Veränderungen in der Verkaufsauflage bei Boulevardzeitungen

Titel	2019	in %	2016
BILD Düsseldorf	41.179	-28,8	57.827
BILD Köln	41.345	-30,5	59.523
BILD Ruhr-Ost	43.662	-25,8	58.831
BILD Ruhr-West	41.742	-29,2	58.927
BILD Westfalen	59.164	-32,7	87.889
Düsseldorf Express	18.186	-30,5	26.164
Express	62.806	-34,0	95.201

Quelle: IVW Auflagen, 1. Quartal 2019 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019); Verkaufsauflage Mo.-Sa.

4. Wie entwickelt sich die E-Paper-Nutzung der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen?

Definitorisch sind E-Paper digitale Ausgaben eines Pressetitels, die sowohl inhaltlich als auch gestalterisch (Layout) identisch zur gedruckten Ausgabe sind (ivw.eu, o. D.). Inzwischen werden E-Paper nahezu flächendeckend für alle Titel angeboten und von den Verlagen an die IVW gemeldet, so dass die Auflagenentwicklung nachvollziehbar ist.

Beim Vertrieb der E-Paper bestehen inzwischen verschiedene Modelle. So kann ausschließlich ein digitales E-Paper abonniert werden (ebenso wie ein reines Print-Abonnement). Es haben sich aber auch Kombi-Angebote etabliert, bei denen Nutzer sowohl eine gedruckte Ausgabe erhalten als auch auf das digitale E-Paper zugreifen können. Die IVW weist diese kombinierte Nutzung unter gewissen Bedingungen sowohl als normales Exemplar und zusätzlich als ein weiteres E-Paper-Exemplar aus. Damit ein E-Paper dem Abonnement und Einzelverkauf zugerechnet werden kann, muss der Preis des E-Papers mindestens 50 % des entsprechenden Preises des Printprodukts betragen. Bei mindestens 10 % der regulären Preise des Printprodukts (Abo- bzw. Copypreis) wird das E-Paper dem sonstigen Verkauf zugerechnet (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., o. D.). Aufgrund dieser Rechnung kann ein kombiniertes Abo einer Person zweimal gezählt werden (bei einem Nutzer).

Vordergründig zeigt sich ein erhebliches Wachstum der E-Paper in den vergangenen Jahren (Tab. 4.1). So hat sich die ausgewiesene Gesamtauflage in den vergangenen drei Jahren bei den regionalen Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen um drei Viertel auf über 200.000 Exemplare gesteigert. Bei den in Nordrhein-Westfalen erscheinenden überregionalen Zeitungen Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.), Handelsblatt, Welt und Neues Deutschland ist die E-Paper-Auflage in Nordrhein-Westfalen ebenfalls gewachsen, allerdings auf deutlich niedrigerem Niveau.

Tab. 4.1 Veränderungen der E-Paper-Verkaufsauflagen in Nordrhein-Westfalen

	2019		2016
	absolut	in %	
Regionale Abo-Zeitungen	211.470	+77,9	118.883
Überregionale Zeitungen	31.569	+11,0	28.440

Quelle: ivw (regionale Abo-Zeitungen) sowie ivw Verbreitungsanalyse (überregionale Zeitungen), jeweils für das 1. Quartal 2019 und 2016; Verkaufte Auflage Mo-Sa (beim Handelsblatt: Mo-Fr)

Betrachtet man die E-Paper-Auflage genauer, so zeigt sich bei den Regionalzeitungen, dass Digital-Abonnements deutlich unterrepräsentiert sind (Tab. 4.2). Während der E-Paper-Anteil an der Gesamtauflage fast 10 % erreicht, so liegt der E-Paper-Anteil an den Abonnements deutlich darunter. Lediglich 5 % der Abonnements liegen als E-Paper vor.

Es ist zu vermuten, dass von den E-Paper-Gesamtauflagen viele Exemplare deutlich vergünstigt abgegeben werden. Wie eingangs in der Antwort auf diese Frage beschrieben, werden E-Paper-Abonnements nur dann als einzelne Abonnements gezählt, wenn sie mehr als 50 % des Erlöses eines regulären Printprodukts erzielen. Liegen sie unter 50, aber über 10 %, so werden sie als sonstige Verkäufe in den IVW-Auflagen zugerechnet. Somit dürften die als E-Paper-Abonnement gezählten Auflagen die härtesten Auflagenzahlen sein.

Tab. 4.2 E-Paper-Verkaufsauflagen der regionalen Abo-Zeitungen in Nordrhein-Westfalen

	Verkaufte davon:			Abonne- davon:		
	Auflage	E-Paper	in %	ment	E-Paper	in %
	abs.	abs.	in %	abs.	abs.	in %
Regionale Abo-Zeitungen	2.203.636	211.470	9,6	1.968.502	100.453	5,1

Quelle: ivw Auflagenliste Quartal 1/2019 Verkaufte Auflage Mo-Sa

Beim Blick auf die einzelnen regionalen Abonnementzeitungen zeigen sich erhebliche Unterschiede darin, wie stark E-Paper in Nordrhein-Westfalen bei einzelnen Titeln verankert sind. Gerade der Anteil der E-Paper an den insgesamt verkauften Exemplaren variiert erheblich, ohne dass ein eindeutiges Muster sichtbar wird. Beim Anteil der E-Paper an allen Abonnements hingegen zeigt sich, dass E-Paper-Abonnements bei den sehr großen und reichweitenstarken Titeln wie den Tageszeitungen der Funke Mediengruppe, der Rheinischen Post oder den Ruhr Nachrichten eine stärkere Rolle einnehmen als bei den kleinen Titeln, wobei es auch hier durchaus Unterschiede gibt.

Tab. 4.3 E-Paper-Verkaufsauflagen der einzelnen regionalen Abo-Zeitungen

	Ver-	davon:		Abon-	davon:	
	kaufte	E-Paper		nement	E-Paper	
	Auflage	abs.	in %	abs.	abs.	in %
Aachener Nachrichten Aachener Zeitung	96.650	8.085	8,4	84.194	3.390	4,0
Allgem. Zeitung (Coesf.)	16.117	718	4,5	15.416	286	1,9
Bocholter-Borkener-Volksblatt	27.338	8.357	30,6	18.919	427	2,3
Borkener Zeitung	16.390	1.856	11,3	14.736	615	4,2
Dülmener Zeitung	7.363	284	3,9	6.811	58	0,9
General-Anzeiger	61.947	3.271	5,3	55.198	1.820	3,3
Die Glocke	50.203	5.105	10,2	44.938	1.128	2,5
Haller Kreisblatt	10.782	926	8,6	9.955	311	3,1
Hellweger Anzeiger + WR Unna*	28.539	3.577	12,5	25.390	1.410	5,6
Ibbenbürener Volkszeitung	16.948	nicht ausgewiesen**		16.606	nicht ausgewiesen**	
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	15.931	1.332	8,4	14.705	974	6,6
Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau	237.081	22.284	9,4	203.246	11.023	5,4
Lippische Landes-Zeitung	35.763	2.896	8,1	31.730	963	3,0
Lüdenscheider Nachrichten, Süderländer Tageblatt	31.206	2.046	6,6	29.301	1.113	3,8
Mindener Tageblatt	28.773	2.472	8,6	26.036	1.097	4,2
Münsterländische Volkszeitung	17.308	1.795	10,4	15.296	461	3,0
Emsdettener Volkszeitung	6.625	931	14,1	5.766	289	5,0
Neue Westfälische	124.806	13.305	10,7	109.821	4.255	3,9
Der Patriot	25.329	5.397	21,3	20.179	1.129	5,6
Recklinghäuser Zeitung	45.315	nicht ausgewiesen**		43.200	nicht ausgewiesen**	

	Ver- kaufte Auflage	davon: E-Paper		Abon- nement	davon: E-Paper	
Remscheider General- Anzeiger	13.384	816	6,1	12.095	495	4,1
Rheinische Post	286.751	32.039	11,2	252.844	15.452	6,1
Ruhr Nachrichten**	124.312	13.995	11,3	112.451	9.189	8,2
Siegener Zeitung	48.144	3.747	7,8	44.489	997	2,2
Soester Anzeiger	30.120	2.261	7,5	28.100	1.008	3,6
Solinger Tageblatt	18.490	1.719	9,3	16.277	835	5,1
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	3.568	347	9,7	3.114	21	0,7
Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfalenpost, Westfälische Rundschau, Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung	465.009	44.773	9,6	430.746	33.531	7,8
Westdeutsche Zeitung	62.576	4.451	7,1	54.534	3.336	6,1
Westfalen-Blatt	104.986	10.980	10,5	93.645	2.493	2,7
Westfälische Nachrichten Münstersche Zeitung	115.405	9.515	8,2	100.631	1.470	1,5
Westfälischer Anzeiger	30.477	2.190	7,2	28.133	877	3,1
WR Unna/ Fröndenberg/ Holzwickede * WR Kamen/ Bergkamen *	nicht als E-Paper ausgewiesen*					
Regionale Abo-Zeitungen gesamt	2.203.636	211.470	9,6	1.968.502	100.453	5,1

Quelle: iwv Auflagenliste Quartal 1/2019 Verkaufsaufgabe Mo-Sa

* Die E-Paper-Auflage (getrennt nach Abonnement und sonstigen Verkäufen) für den Hellweger Anzeiger wird nur in Verbindung mit der Westfälischen Rundschau Unna/Fröndenberg/Holzwickede sowie Kamen/Bergkamen ausgewiesen. Daher wurden diese Titel für die E-Paper-Auflage unter Hellweger Anzeiger zusammengerechnet.

** Für die Recklinghäuser Zeitung sowie die Ibbenbürener Volkszeitung werden keine E-Paper-Verkäufe in der IVW ausgewiesen.

** In der Auflage der Ruhr Nachrichten enthalten sind die Auflagen der Kopfblätter Münsterland Zeitung, Dorstener Zeitung und Halterner Zeitung (von insgesamt knapp 40.000 Exemplaren), die in eigenen Verlagen erscheinen.

Für die überregionalen Tageszeitungen lässt sich für Nordrhein-Westfalen nur die verkaufte Gesamtauflage der E-Paper aus der IVW-Verbreitungsanalyse ableiten, nicht aber die Unterteilung nach Abonnements und sonstigen Verkäufen. Bei dem in Nordrhein-Westfalen ansässigen Handelsblatt sowie der F.A.Z. und der Welt sind die E-Paper in Nordrhein-Westfalen von besonderer Bedeutung, weil sie jeweils knapp ein Fünftel aller verkauften E-Paper ausmachen (Tab. 4.4). Bei der Süddeutschen Zeitung sowie dem Neuen Deutschland sind die E-Paper-Verkaufsauflagen in Nordrhein-Westfalen anteilig geringer. Beide Titel haben deutliche regionale Schwerpunkte in den südlichen beziehungsweise östlichen Bundesländern.

Tab. 4.4 E-Paper-Verkaufsauflagen der überregionalen Zeitungen

Titel	Deutschland	Nordrhein-Westfalen	
		absolut	in %
Süddeutsche Zeitung	60.322	7.956	13,2
Handelsblatt	48.854	10.314	21,1
Frankfurter Allgemeine Zeitung	41.530	8.904	21,4
Die Welt / Welt kompakt	21.642	4.192	19,4
Neues Deutschland	2.349	203	8,6

Quelle: ZMG Mediaservice Sonderauswertung auf Anfrage; auf Basis von ivw-Daten zum 1. Quartal 2019

Die E-Paper-Verkaufsauflagen der überregionalen Titel in Nordrhein-Westfalen sind in den letzten drei Jahren bei den meisten der Titel angestiegen (Tab. 4.5). Lediglich beim Handelsblatt ist ein leichter Rückgang festzustellen. Allerdings hat das Handelsblatt unter den überregionalen Titeln weiterhin die insgesamt höchste E-Paper-Auflage in Nordrhein-Westfalen.

Tab. 4.5 Veränderungen der E-Paper-Verkaufsauflagen überregionaler Zeitungen in Nordrhein-Westfalen

Titel	2019		2016
	absolut	in %	
Süddeutsche Zeitung	7.956	+31,0	6.073
Handelsblatt	10.314	-10,0	11.456
Frankfurter Allgemeine Zeitung	8.904	+19,5	7.452
Die Welt / Welt kompakt	4.192	+27,5	3.288
Neues Deutschland	203	+18,7	171

Quelle: ZMG Mediaservice Sonderauswertung auf Anfrage; auf Basis von ivw-Daten zum I. Quartal 2019

5. Welche Rolle spielen auswärtige Zeitungen in Nordrhein-Westfalen, welche Marktanteile halten sie und wie haben sich ihre Auflagen seit 2016 entwickelt?

Zeitungen aus Verlagen mit Sitz in anderen Bundesländern treten in Nordrhein-Westfalen zwar in allen relevanten Marktsegmenten (überregionale und regionale Abonnementzeitungen, Straßenverkaufszeitungen) in Erscheinung. Eine nennenswerte Rolle spielen solche auswärtigen Titel jedoch nur im Bereich der überregionalen Abonnement- und der Boulevardpresse.

Überregionale Abonnementzeitungen

Von den als überregional geltenden Abonnementzeitungen in Deutschland erscheint allein das „Handelsblatt“ (Düsseldorf) bösentäglich (mo-fr) in einem in Nordrhein-Westfalen ansässigen Verlag. Alle anderen Titel stammen aus anderen Bundesländern.

Diese Titel aus auswärtigen Verlagen hatten zuletzt (2018) in Nordrhein-Westfalen einen Marktanteil bei den überregionalen Abonnementzeitungen in Höhe von zusammen knapp 82 % – gegenüber 80,3 % zwei Jahre zuvor (vgl. Tab. 5.1). Dabei haben alle diese Zeitungen sowohl auf Bundes- als auch auf nordrhein-westfälischer Ebene in absoluten Zahlen an Auflage eingebüßt, wobei dieses Minus vor allem bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ und bei der Zeitung „Die Welt / Welt kompakt“ in Nordrhein-Westfalen prozentual deutlich höher ausfiel als im Bundesdurchschnitt (vgl. Tab 5.2). Dass die auswärtigen Titel ihren Marktanteil bei den überregionalen Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen dennoch leicht steigern konnten, ist auf eine besondere Entwicklung beim „Handelsblatt“ zurückzuführen: Die Zeitung hat –entgegengesetzt zum allgemein rückläufigen Trend – ihre Gesamtauflage in Deutschland zwischen 2016 und 2018 zwar steigern können⁷, parallel in

⁷ Dieser Aufwärtstrend hat sich auch in den Folgequartalen mit zuletzt 132.800 bundesweit verkauften Exemplaren (3. Quartal 2019) weiter fortgesetzt.

Nordrhein-Westfalen jedoch fast ein Fünftel ihrer Auflage und damit weit mehr als alle anderen überregionalen Abonnementzeitungen eingebüßt.

Tab. 5.1 Auflagen und Marktanteile der überregionalen Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen⁸

Titel	2018			2016				
	Aufl. ges.	davon in Nordrhein-Westfalen	in %	Marktanteil in Nordrhein-Westfalen (in %)	Aufl. ges.	davon in Nordrhein-Westfalen	in %	Marktanteil in Nordrhein-Westfalen (in %)
Süddeutsche Zeitung	352.600	37.200	10,6	26,1	382.100	40.800	10,7	25,3
Frankfurter Allgemeine Zeitung	239.900	46.400	19,3	32,6	252.700	50.800	20,1	31,6
Die Welt / Welt kompakt	164.400	32.500	19,8	22,8	178.700	37.100	20,8	23,0
die tageszeitung	50.500	k. A.	-	-	51.700	k. A.	-	-
Neues Deutschland	24.900	500	2,0	0,4	29.000	600	2,1	0,4
auswärtige Titel insges.	832.300	116.600	14,0	81,9	894.200	129.300	14,5	80,3
Handelsblatt	127.600	25.800	20,2	18,1	123.700	31.700	25,6	19,7
Überregionale Abonnementzeitungen insges.	959.900	142.400	14,8	100,0	1.017.900	161.000	15,8	100,0

⁸ Datengrundlage sind die IVW-Verbreitungsanalysen für 2016 und 2018. Die Zahlen dokumentieren für beide Jahre jeweils den Stand im ersten Quartal. Eine aktuellere IVW-Verbreitungsanalyse liegt nicht vor.

Tab. 5.2 Auflagenentwicklung der überregionalen Abonnementzeitungen 2016-2018⁹

Titel	Auflage ges.		Veränd. in %	Auflage in Nordrhein-Westfalen		Veränd. in %
	2018	2016		2018	2016	
Süddeutsche Zeitung	352.600	382.100	- 7,7	37.200	40.800	- 8,8
Frankfurter Allgemeine Zeitung	239.900	252.700	- 5,1	46.400	50.800	- 8,7
Die Welt / Welt kompakt	164.400	178.700	- 8,0	32.500	37.100	- 12,4
die tageszeitung	50.500	51.700	- 2,3	k. A.	k. A.	k. A.
Frankfurter Rundschau	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Neues Deutschland	24.900	29.000	- 14,1	500	600	- 16,7
auswärtige Titel insges.	832.300	894.200	- 6,9	116.600	129.300	- 9,8
Handelsblatt	127.600	123.700	+ 3,2	25.800	31.700	- 18,6
Überregionale Abo- Zeitungen insges.	959.900	1.017.900	- 5,7	142.400	161.000	- 11,6
Nachrichtlich:						
Welt am Sonntag / Welt am Sonntag kompakt	355.900	382.800	- 7,0	63.600	76.600	- 17,0
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	252.400	254.300	- 0,7	k. A.	k. A.	k. A.

Insgesamt ist einschränkend festzuhalten, dass die verfügbaren Daten nur ein unvollständiges und somit verzerrtes Bild der Gegebenheiten im Bereich der überregionalen Abonnementpresse wiedergeben. Das liegt zum einem daran, dass für den Titel „die tageszeitung“ keine regionalen Verbreitungsdaten der IVW gemeldet werden. Die auf Nordrhein-Westfalen entfallende Auflage ist daher nicht bekannt. Für die „Frankfurter Rundschau“ wiederum werden der IVW überhaupt keine separaten Auflagenzahlen gemeldet – weder auf Bundes- noch auf NRW-Ebene. Die „FR“ ist vielmehr zusammen mit der „Frankfurter Neuen Presse“, dem „Höchster Kreisblatt“, der „Taunus-Zeitung“, der „Nassauischen Neuen Presse“ sowie der Rhein-Main-Regionalausgabe der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ Bestandteil der Belegungseinheit „RheinMainMedia gesamt“, für die der IVW summarische Zahlen gemeldet werden. Im Betrachtungszeitraum 2016-2018 belaufen sich diese Zahlen auf 193.400 bzw. 168.500 verkaufte Exemplare, was einem Auflagenrückgang um 12,9 Prozent entspricht.

⁹ Wiederum nach den Daten der IVW-Verbreitungsanalysen für 2016 und 2018.

Straßenverkaufszeitungen

Im Markt der Straßenverkaufspressen spielen in Nordrhein-Westfalen lediglich zwei Titel eine nennenswerte Rolle: das Boulevardblatt „Express“ der Kölner DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG mit seinen vormals drei Ausgaben für Köln, Bonn¹⁰ und Düsseldorf¹¹ sowie die „Bild“-Zeitung der Axel Springer SE (Berlin).

Wie Tab. 5.3 zu entnehmen ist, sind die Marktanteile beider Titel seit 2016 praktisch unverändert geblieben: Auf die nordrhein-westfälischen Ausgaben der „Bild“-Zeitung entfallen nach wie vor knapp drei Viertel der Gesamtauflage der Boulevardpresse in Nordrhein-Westfalen, beim „Express“ sind es gut 27 %. Dieses hohe Maß an Stabilität bei den Marktanteilen kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass beide in Nordrhein-Westfalen relevanten Straßenverkaufstitel drastische Auflagenrückgänge zu verzeichnen haben: „Bild“ hat zwischen 2016 und 2018 bundesweit knapp 19 % an Auflage verloren; in Nordrhein-Westfalen waren es sogar annähernd 25 %.¹² Und beim (nur in Nordrhein-Westfalen verbreiteten) „Express“ belief sich der Auflageneinbruch in einer ganz ähnlichen Größenordnung wie bei den nordrhein-westfälischen Ausgaben der „Bild“-Zeitung: bis zum 1. Quartal 2018 waren es minus 23,7, bis zum 1. Quartal 2019 sogar minus 33 %. In dieses Gesamtbild fügt sich die Entwicklung bei der „Bild am Sonntag“ nahtlos ein. Bundesweit belief sich das Auflagenminus auf 19,7 (bis zum 1. Quartal 2018) bzw. 26,8 % (bis zum 1. Quartal 2019), in Nordrhein-Westfalen jedoch auf 25,7 (bis zum 1. Quartal 2018) bzw. 32,3 % (bis zum 1. Quartal 2019). Daraus lässt sich schließen, dass die Straßenverkaufspressen in Nordrhein-Westfalen gerade in jüngster Zeit einen ungleich schwereren Stand und deutlich größere Akzeptanz- und Absatzprobleme hat als im Bundesdurchschnitt.

¹⁰ Die Ausgabe „Bonn Express“ wurde im April 2017 eingestellt. Die Bonn-Berichterstattung wurde stattdessen in die Kölner „Express“-Ausgabe integriert.

¹¹ Der „Düsseldorf Express“ erscheint in einem eigenen Verlag, an dem neben DuMont zur Hälfte auch der Verlag der „Westdeutschen Zeitung“ beteiligt ist.

¹² Dieser Schwund hat sich danach noch weiter beschleunigt – auf ein Minus von 25,9 (bundesweit) bzw. 29,7 % (in Nordrhein-Westfalen) bis zum 1. Quartal 2019.

Tab. 5.3 Auflagen und Marktanteile der Straßenverkaufszeitungen in Nordrhein-Westfalen¹³

Titel	2018			2016				
	Aufl. ges.	davon in Nordrhein-Westfalen	in %	Marktanteil in Nordrhein-Westfalen (in %)	Aufl. ges.	davon in Nordrhein-Westfalen	in %	Marktanteil in Nordrhein-Westfalen (in %)
Bild	1.531.400	243.000	15,9	72,4	1.882.500	323.000	17,2	72,7
Köln Express	72.500	72.500	100,0	21,6	86.000	86.000	100,0	19,4
Düsseldorf Express	20.100	20.100	100,0	6,0	26.200	26.200	100,0	5,9
Bonn Express	-	-	-	-	9.200	9.200	100,0	2,1
Express insgesamt	92.600	92.600	100,0	27,6	121.400	121.400	100,0	27,3
Boulevardztg. insges.	1.624.000	335.600	20,7	100,0	2.003.900	444.400	22,2	100,0
Nachrichtlich:								
Bild am Sonntag	812.600	149.900	18,4	-	1.012.500	201.700	19,9	-

Regionale Abonnementzeitungen

In diesem Marktsegment spielen Zeitungen aus Verlagen mit Sitz außerhalb von Nordrhein-Westfalen nur in einigen wenigen, eng begrenzten Regionen bzw. Kommunen nahe der Landesgrenze zu Niedersachsen eine bezifferbare Rolle:

- Im Landkreis Steinfurt setzt die „Neue Osnabrücker Zeitung“ 2018 knapp 3.400 (2016: 3.500) Exemplare ihrer Osnabrücker Hauptausgabe ab – davon allein ca. 2.000 Exemplare in Lotte und weitere 800 Exemplare in Westerkappeln. In Lotte ist die „NOZ“ damit Erst-, in Westerkappeln Zweitanbieter am Markt.
- Im Landkreis Minden-Lübbecke ist die „Kreiszeitung“ aus Syke mit ihrer Ausgabe für Diepholz/Sulingen mit einer Auflage von knapp 1.000 Exemplaren (2016: 1.100) in den Gemeinden Stemwede und Rahden verbreitet.
- Im Landkreis Lippe ist die Hamelner Zeitungsgruppe „Dewezet“ mit zwei ihrer Titel vertreten: In Lügde sind die „Pyrmonter Nachrichten“ mit einer örtlichen Auflage von ca. 1.130 Exemplaren (2016: 1.110) sogar Marktführer. In Extertal werden 200 Exemplare der „Schaumburger Zeitung“ abgesetzt.
- Der „Tägliche Anzeiger“ (Holzminden) setzt im Landkreis Höxter 300 Exemplare (2016: etwa gleiche Stückzahl) in der gleichnamigen Gemeinde ab.

¹³ Wiederum nach den Daten der IVW-Verbreitungsanalysen für 2016 und 2018.

6. Welche Zeitungen werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen gelesen? Gibt es hierbei Veränderungen zu den Erkenntnissen von 2016?

Die in der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 15/4047 vom 15.02.2012 auf die Große Anfrage 6 genannten Befunde beruhten hauptsächlich auf der Studie „Migranten und Medien“ aus den Jahren 2007 (Simon, 2007) und 2011 (Simon & Neuwöhner, 2011). Seitdem wurde die Studie nicht weiter repliziert und es sind auch keine anderen neueren Studien bekannt.¹⁴

Große Markt- und Mediastudien wie die Best for Planning (b4p) geben lediglich Hinweise darauf, in welchem Umfang Zeitungen von Befragten ohne deutsche Staatsangehörigkeit gelesen werden, wobei Migrationshintergründe auch unabhängig von der Staatsangehörigkeit bestehen. Eine gezielte Analyse zu Nordrhein-Westfalen und zu den genutzten Angeboten ist aufgrund der Fallzahlen nicht möglich. Die Ergebnisse (Tab. 6.1) zeigen für Gesamtdeutschland, dass die Reichweite regionaler Zeitungen bei deutschen Staatsangehörigen höher ist als bei Staatsangehörigen aus anderen EU-Staaten. Staatsangehörige aus Nicht-EU-Staaten nutzen regionale Tageszeitungen deutlich seltener. Hier liegt die Reichweite nur knapp halb so hoch.

Tab. 6.1 Reichweiten von regionalen Tageszeitungen bundesweit in % nach Staatsangehörigkeit

Staatsangehörigkeit	Reichweite in %
Deutsch	45,7
EU28 ohne Deutsche	33,1
Nicht-EU	23,5

Quelle: Best for Planning (b4p) I/2019; Deutschland gesamt

Eine Initiative, die Migrantinnen und Migranten mit Tageszeitungen in Kontakt bringen soll, ist aus 2017 bekannt: Ruhr Nachrichten und Hellweger Anzeiger haben dazu ein Bildungsprojekt ins Leben gerufen: Vier Wochen lang erhielten alle Schülerinnen und Schüler der teilnehmenden Sprachkurse kostenlos die Zeitung, wodurch sowohl das Deutschlernen als auch Dialogübungen, Medienkompetenz, Wissensvermittlung über Demokratie und Gesellschaft sowie Alltags- und Vor-Ort-Wissen vermittelt werden sollte (vgl. von Garmissen, 2017; Kallenbach, 2016). Stand Juli 2017 hatten über 260 Klassen mit über 4.300 Teilnehmerinnen und Teilnehmern das Angebot genutzt (von Garmissen, 2017). Über eine Fortsetzung des Projekts ist nichts bekannt (zur Online-Nutzung vgl. auch Frage 71).

¹⁴ Eine weitere Studie älteren Datums ist „Mediennutzung von Migranten in Deutschland“ (Worbs, 2010), die hier jedoch inhaltlich nicht weiter betrachtet wird, da dies bereits in den Vorgängeranfragen geschehen ist (s. Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 15/4047 vom 15.02.2012 auf die Große Anfrage 6 und Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22).

7. Welche Bedeutung spielen Tageszeitungen und Tageszeitungsverlage aus Nordrhein-Westfalen außerhalb von Nordrhein-Westfalen und wie hat sich deren Engagement außerhalb von Nordrhein-Westfalen entwickelt?

Hinsichtlich der Bedeutung, die in Nordrhein-Westfalen erscheinende Tageszeitungen außerhalb dieses Bundeslandes haben, sind zunächst Titel aufzuführen, deren Verbreitungsgebiete über die Landesgrenze hinausreichen:

- Die „Siegener Zeitung“ ist mit ihrer Lokalausgabe für Altenkirchen im nördlichen Teil des gleichnamigen rheinland-pfälzischen Landkreises vertreten. Insgesamt werden im Kreis Altenkirchen rund 5.300 Exemplare (2018) (2016: 5.700) abgesetzt (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b).
- Der „General-Anzeiger“ aus Bonn setzt knapp 3.600 Exemplare (2018) und weitere 1.500 Exemplare in den nördlichen Teilen der beiden rheinland-pfälzischen Landkreise Ahrweiler bzw. Neuwied ab (2016: 3.800 bzw. 1.700 Exemplare; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b).
- Das „Mindener Tageblatt“ ist sowohl im benachbarten Landkreis Nienburg als auch im Landkreis Schaumburg (beide Niedersachsen) mit geringen Teilaufgaben von 600 bzw. 500 Exemplaren (2018) (2016: gleiche Stückzahl) verbreitet (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b).
- Vom „Haller Kreisblatt“ gehen (wie 2016) ca. 200 Exemplare (2018) in den Landkreis Osnabrück/Niedersachsen (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b).
- Die „Neue Westfälische“ setzt von ihrer Lokalausgabe für Paderborn ebenfalls rund 200 Exemplare (2018) im niedersächsischen Landkreis Holzminden ab (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b).

Insgesamt summieren sich die außerhalb der Landesgrenzen abgesetzten Teilaufgaben von lokalen/regionalen Abonnementzeitungen aus Nordrhein-Westfalen auf 11.900 Exemplare (2018).

Eine sehr viel bedeutsamere Rolle außerhalb von Nordrhein-Westfalen spielen jedoch hier ansässige Verlage bzw. Verlagsgruppen, die sich mit einer Vielzahl an Zeitungskäufen/-übernahmen und/oder mit Verlagsbeteiligungen älteren oder jüngeren Datums bundesweit breit aufgestellt haben und über ein beachtliches Portfolio an Tageszeitungen verfügen.

Laut den im zweijährlichen Abstand von Horst Röper / Formatt Institut Dortmund vorgelegten Untersuchungen zum Konzentrationsniveau auf dem deutschen Zeitungsmarkt, gehören vier Zeitungshäuser aus Nordrhein-Westfalen zu den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen bundesweit (Formatt Institut, 2016; 2017; zuletzt Röper, 2018):

- Funke Mediengruppe, Essen (Rang 3)
- Verlagsgruppe Ippen, Hamm/München (Rang 4)
- Verlagsgruppe DuMont, Köln (Rang 6)
- Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft, Düsseldorf (Rang 9)

Diese vier Verlagsgruppen hielten im Stichmonat April 2018 anteilig insgesamt 22,1 % an der Gesamtauflage der Tagespresse in Deutschland (Funke: 7,9 %; Ippen: 5,7 %; DuMont: 5,2 %;

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft: 3,3 %; Röper, 2018, S. 217).¹⁵ Der Verkauf der Berliner Zeitungen durch DuMont ist hier noch nicht abgebildet (siehe unten).

Grundlagen für die mit diesem Bericht für das Jahr 2019 fortgeschriebenen Daten zur Entwicklung dieser vier nordrhein-westfälischen Verlagsgruppen sind Auswertungen der Handelsregistereinträge zur Eigentümerstruktur deutscher Zeitungsverlage sowie die derzeitigen Angaben zu den jeweiligen Besitzverhältnissen in der Mediendatenbank der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK; kek-online.de, o. D.).

Mediengruppe Funke (Essen)

Die Mediengruppe Funke hat 2014 im Rahmen eines Gesamtpakets neben etlichen Zeitschriftentiteln auch die Tageszeitungen „Hamburger Abendblatt“, „Berliner Morgenpost“ sowie die „Bergedorfer Zeitung“ vom Axel Springer-Konzern übernommen.¹⁶ Seitdem ist das Gesamtportfolio der der Funke Gruppe zuzurechnenden Zeitungen nahezu unverändert geblieben. Dazu gehören neben mehreren Titeln im Stammland Nordrhein-Westfalen und den bereits genannten Zukäufen in Berlin und Hamburg insbesondere nach wie vor drei Titel und damit einhergehend eine nahezu monopolartige Marktposition in Thüringen sowie zwei Regionalzeitungen in Niedersachsen. Für die drei Zeitungen in Thüringen wurde im Laufe des Jahres 2016 eine gemeinsame Mantelredaktion gebildet; darüber hinaus wurden dort, wo sich (im westlichen Thüringen) die lokalen Verbreitungsgebiete der „Thüringer Allgemeinen“ und der „Thüringischen Landeszeitung“ sowie im östlichen Thüringen die der „Ostthüringer Zeitung“ und der „TLZ“ überlappen, die jeweiligen Lokalredaktionen zusammengelegt. Außerdem beziehen alle dem Funke Konzern zuzurechnenden Zeitungen wesentliche Teile ihres Mantels inzwischen von der Ende 2013 gegründeten Funke Zentralredaktion Berlin GmbH.¹⁷

Die einzige von der Mediengruppe Funke seit 2016 vorgenommene Änderung an der Zusammensetzung ihres Zeitungsbestandes betrifft das Stammland und erfolgte in Form eines Marktrückzugs: Anfang 2019 wurde die Lokalredaktion Warstein der Funke Gruppe geschlossen, die dortige Lokalausgabe der „Westfalenpost“ eingestellt und vom Markt genommen. Damit hat sich Funke komplett aus dem Landkreis Soest zurückgezogen.

¹⁵ Auch in der Aufstellung in der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 26-32) sind diese vier Verlagsgruppen in der Gruppe der auflagenstärksten Zeitungshäuser gelistet, im Falle Ippen und DuMont allerdings in anderer Reihenfolge bzw. Rangposition und mit einem Marktanteil für alle vier Verlagsgruppen von zuletzt (2016) insgesamt 20,8 %. In der Formatt-Systematik wird bei Kapitalanteilen ab (gerundet) 75 % die Auflage der betreffenden Zeitung nicht anteilig, sondern in voller Höhe der den Kapitalanteil haltenden Verlagsgruppe zugerechnet. Umgekehrt bleiben Kapitalanteile von (gerundet) unter 25 % bei der anteiligen Auflagenberechnung in Gänze unberücksichtigt. Um Vergleichbarkeit mit den für 2016 vorliegenden Angaben (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 26-32) zu gewährleisten, wird diese Systematik hier fortgeschrieben.

¹⁶ Im Falle der „Bergedorfer Zeitung“ von einem Verlag im Mehrheitsbesitz des Axel Springer-Konzerns.

¹⁷ Bedeutsame Beteiligungen außerhalb Deutschlands bestehen weiterhin, insbesondere an den beiden österreichischen Tageszeitungen „Krone“ und „Kurier“.

Aus Tab. 7.1 wird ersichtlich, dass die Mediengruppe Funke ca. 46 % der ihr zuzurechnenden anteiligen Auflage mit den im Stammland Nordrhein-Westfalen erscheinenden Titeln erzielt. Dieser Wert ist gegenüber 2016 praktisch unverändert geblieben. Auf der anderen Seite sind sowohl auf Landes- als auch auf Bundesebene die Marktanteile der Funke Gruppe etwas gesunken. Da seit 2016 keine Zeitungsverkäufe und – abgesehen von der Warsteiner Lokalausgabe der „Westfalenpost“ – auch keine relevanten Marktabgänge zu verzeichnen waren, lässt sich schlussfolgern, dass die zur Funke Gruppe gehörenden Zeitungen überdurchschnittlich stark an Auflagen eingebüßt haben. Allein bezogen auf Nordrhein-Westfalen sind innerhalb von drei Jahren rund 91.400 Exemplare weniger abgesetzt worden. Bei bundesweiter Betrachtung beläuft sich das Auflagenminus auf rund 201.000 Exemplare.¹⁸

Tab. 7.1 Verlagsgruppe Funke

Titel	Anteil in %	2019		2016 ¹⁹	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Zeitungen in Nordrhein-Westfalen:					
Westdeutsche Allgemeine Zeitung ²⁰	100				
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung ⁹	100	465.009	465.009	555.802	555.802
Westfalenpost ⁹	100				
Westfälische Rundschau ⁹	100				
Iserlohner Kreisanzeiger u. Zeitung	24,8	15.931	3.951	18.484	4.584
anteilige Auflage in Nordrhein-Westfalen			468.960	560.386	
Marktanteil (in %) in Nordrhein-Westfalen			17,76²¹	18,18	

¹⁸ Im Falle der drei Zeitungstitel in Thüringen ist die anteilige Auflage 2016 allerdings zu hoch angesetzt worden, da hier die Gesamtauflage für alle drei Titel eingeflossen ist und in voller Höhe der Funke Gruppe zugerechnet wurde, wodurch die Funke Beteiligung an der „OTZ“ in Höhe von nur 60 % unberücksichtigt geblieben ist.

¹⁹ Die Werte für 2016 wurden aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 übernommen (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 27). Der auf Nordrhein-Westfalen entfallende Marktanteil, der dort für 2016 nicht ausgewiesen ist, wurde für die aktuelle Aufstellung jedoch eigens neu berechnet. Als Basis hierfür wurde für 2016 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen von 3.082.100 Exemplaren gemäß Tab 2.4 in der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 18) zugrunde gelegt.

²⁰ Der Verlag meldet der IVW keine Einzelaufgaben dieser Titel, sondern nur eine kumulierte Gesamtauflage.

²¹ Als Basis für diese Marktanteilsberechnung wurde für 2019 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen in Höhe von ca. 2.641.000 Exemplaren (1. Quartal) zugrunde gelegt. Dieser Wert setzt sich zusammen aus einer Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen in Höhe von ca. 2.207.000 Exemplaren (vgl. Tab. 2.3) zuzügl. der in Nordrhein-Westfalen verkauften ca. 6.000 Exemplare von lokalen/regionalen Zeitungen von auswärtigen Verlagen (vgl. die Daten unter Frage 5), aber wiederum abzügl. der ca. 11.900 Exemplare von hiesigen Titeln, die jenseits der Landesgrenze verkauft werden (vgl. Aufstellung weiter oben). Hinzugerechnet wurden dann jedoch noch die in Nordrhein-Westfalen verkauften Exemplare der Boulevardpresse (308,1 Tsd. im 1. Q. 2019) sowie die anteilig auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagen der überregionalen Zeitungen in Höhe von ca. 131,8 Tsd. Exemplaren. Letzteres ist jedoch nur als Annäherungswert zu verstehen: Da eine aktuelle IVW-Verbreitungsanalyse für 2019 nicht vorliegt, wurden die laut IVW-VA 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagenanteile der einzelnen überregionalen Titel auf die aktuellen IVW-Gesamtauflagen für das 1. Quartal 2019 rechnerisch übertragen.

Titel	Anteil in %	2019		2016 ¹⁹	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Zeitungen außerhalb von Nordrhein-Westfalen:					
Hamburger Abendblatt ²²	100	163.187	163.187	189.215	189.215
Bergedorfer Zeitung ¹¹	100				
Berliner Morgenpost	100	79.060	79.060	84.927	84.927
Braunschweiger Zeitung	100	99.636	99.636	112.480	112.480
Harz-Kurier	100	12.412	12.412	13.790	13.790
Thüringer Allgemeine ²³	100	144.646	144.646		
Thüringische Landeszeitung ¹²	100			256.051 ²⁴	256.051 ¹³
Ostthüringer Zeitung ²⁵	60	79.704	47.822		
anteilige Auflage insgesamt			1.015.723		1.216.849
Marktanteil bundesweit (in %)			7,46²⁶		7,81²⁷

²² Auch für diese beiden Titel wird der IVW nur eine gemeinsame Gesamtauflage gemeldet.

²³ Gemeinsame Auflage der „Thüringer Allgemeinen“ und der im Verbreitungsgebiet der „TA“ (westliches Thüringen) erscheinenden sechs „TLZ“-Ausgaben.

²⁴ Gesamtauflage aller drei Funke-Titel in Thüringen.

²⁵ Diese Auflage beinhaltet auch die Auflagen von zwei „TLZ“-Ausgaben (für Gera und Jena), die im Verbreitungsgebiet der „OTZ“ erscheinen.

²⁶ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2019 von 13.615.159 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019).

²⁷ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2016 von 15.579.527 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2016a).

Verlagsgruppe Ippen (Hamm/München)

Bereits in den Ausführungen in der Antwort auf die Große Anfrage 22 wurde darauf hingewiesen, dass die Verlagsgruppe um den Verleger Dirk Ippen – die sogenannte Ippen-Gruppe – in vielerlei Hinsicht nicht dem üblichen Muster eines typischen Zeitungs- bzw. Medienkonzerns entspricht (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 29-32). Die Gruppe verfügt über keine echte Holding und über keinen Stammverlag, über den sämtliche Aktivitäten im Zeitungsgeschäft letztlich abgewickelt und gesteuert werden. Das komplexe Geflecht an Zeitungs- und Verlagsbeteiligungen besteht vielmehr sowohl in Form von direkten Beteiligungen des Verlegers Ippen (oder von Familienmitgliedern) selbst als auch in Form vielfältiger unmittelbarer oder mittelbarer Beteiligungen, die sowohl über die Westfälische Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG als einen der ursprünglichen Stammverlage als auch über die F. Wolff & Sohn KG (beide Hamm) gehalten werden. Bei anderen Beteiligungen der Ippen-Gruppe wiederum spielen Verlage oder auch Beteiligungsgesellschaften eine Rolle, die ihrerseits mit der F. Wolff & Sohn KG oder dem Verlag des „Westfälischen Anzeigers“ verflochten sind. Die Ippen-Gruppe unterscheidet sich zudem auch darin von anderen Großverlagen und Verlagsgruppen, dass sie bislang – jedenfalls im Printbereich – keine Zentralredaktion aufgebaut hat.²⁸

Diese Spezifika beim Aufbau der Verlagsgruppe Ippen und deren besonderen Strukturen, die in der Antwort auf die Große Anfrage 22 ausführlich dokumentiert sind (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) und die deshalb hier nicht nochmals im Detail repliziert werden, hatten auch in den Folgejahren seit 2016 weiter Bestand. Gleichzeitig hat die Ippen-Gruppe aber ihre Bedeutung auf dem deutschen Zeitungsmarkt weiter ausgebaut. Maßgebend dafür waren zwei größere Transaktionen, von denen aber weniger der Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen als vielmehr jener in Hessen betroffen war:

- Zusammen mit dem Verlag der „Gießener Allgemeinen“ hat die Ippen-Gruppe (hier über die F. Wolff GmbH & Co. KG) im Frühjahr 2017 die ZHH Zeitungsholding Hessen GmbH & Co. KG gegründet und – neben dem Verlag der „Gießener Allgemeinen“ – auch den der „Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen“ in diese Holding eingebracht. An der ZHH hält die Ippen-Gruppe 80 % der Anteile.
- Rund ein Jahr später wurden auch die „Frankfurter Rundschau“ und die „Frankfurter Neue Presse“ nebst aller Lokalausgaben in Form von Kopfblättern, die die Verlagsgruppe Ippen von der FAZ-Gruppe übernommen hat, in die ZHH integriert.

Als Folge dieser jüngsten Transaktionen hat die Verlagsgruppe Ippen ihren bundesweiten Marktanteil auf dem Zeitungsmarkt um fast 1,4 Prozentpunkte erhöhen können und reicht inzwischen bereits knapp an die Sechs-Prozent-Marke heran.

²⁸ Dies hat sich inzwischen aber in gewisser Weise geändert: Mit der Ippen Digital GmbH & Co. KG besteht eine Redaktion, die für alle Zeitungen der Verlagsgruppe den überregionalen, redaktionellen Content für die jeweiligen Zeitungs-Websites zuliefert. Entsprechend beliefert werden inzwischen aber auch Zeitungen, an denen die Ippen-Gruppe gar keine Anteile hält. In Nordrhein-Westfalen gilt dies laut den Angaben im Impressum z. B. für das „Solinger Tageblatt“ (solinger-tageblatt.de, o. D.) und den „Remscheider General-Anzeiger“ (rga.de, o. D.).

Tab. 7.2 Verlagsgruppe Ippen

Titel	Anteil in %	2019		2016 ²⁹	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Zeitungen in Nordrhein-Westfalen:					
Westfälischer Anzeiger	100	30.477	30.477	34.714	34.714
Lüdenscheider Nachrichten	100	31.206	31.206	31.675	31.675
Soester Anzeiger	40	30.120	12.048	32.893	13.157
anteilige Auflage in Nordrhein-Westfalen			73.731	79.546	
Marktanteil (in %) in Nordrhein-Westfalen			2,79³⁰	2,58	
Zeitungen außerhalb von Nordrhein-Westfalen:					
Münchener Merkur	100	166.329	166.329	177.640	177.640
tz (München)	100	101.194	101.194	120.123	120.123
Oberbayerisches Volksblatt	100	57.320	57.320	62.170	62.170
Schongauer Nachrichten	70,4	8.126	5.720	8.535	6.009
Hessische/Nieders. Allgemeine	100	129.901	129.901	142.004	142.004
Gießener Allgemeine	100 ³¹	40.317	40.317	-	-
Offenbach Post	100	30.895	30.895	34.956	34.956
Dieburger Anzeiger (3x wö.)	100	2.938	2.938	3.210	3.210
Frankfurter Neue Presse	100 ²¹	65.165	65.165	-	-
Frankfurter Rundschau ³²	72 ²¹	55.000	39.600	-	-
Rüsselsheimer Echo	100 ²¹	9.986	9.986	-	-
Waldeckische Landeszeitung	45,3	30.332	13.740	17.703	8.019
Werra Rundschau	44,9 ³³	4.151	6.037	10.094	4.038
Hersfelder Zeitung	47,1	12.540	5.906	13.737	6.470
Leine-Deister-Zeitung	100	4.495	4.495	4.945	4.945
Allgemeine Zeitung (Uelzen)	70	18.808	13.166	20.808	14.566

²⁹ Die Werte für 2016 wurden aus der LT-Drs. 16/14296 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 29-32) übernommen. Der auf Nordrhein-Westfalen entfallende Marktanteil, der dort für 2016 nicht ausgewiesen ist, wurde für die aktuelle Aufstellung jedoch eigens neu berechnet. Als Basis hierfür wurde für 2016 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen von 3.082.100 Exemplaren gemäß Tab 2.4 in der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 18) zugrunde gelegt.

³⁰ Zur Basis für die Marktanteilsberechnung 2019 in Nordrhein-Westfalen vgl. die bereits bei der Aufstellung der Daten der Mediengruppe Funke in den Fußnoten genauer erläuterte Vorgehensweise.

³¹ Galt noch nicht für das Jahr 2016.

³² Die Angaben zur Auflage bei der „Frankfurter Rundschau“ und der „Frankfurter Neuen Presse“ beruhen auf Verlagsangaben, da es für beide Titel keine separat der IVW gemeldeten Zahlen gibt, sondern nur eine Gesamtauflage einer Belegungseinheit, in der auch die Regionalausgabe Rhein-Main der „FAZ“ mit einbezogen ist. Bei der „Frankfurter Rundschau“ besteht noch eine Restbeteiligung der Karl-Gerold-Stiftung in Höhe von 10 %, sodass sich der über die ZHH Zeitungsholding Hessen gehaltene Anteil der Ippen-Gruppe auf durchgerechnet 72 % beläuft.

³³ 2016: 40 %

Titel	Anteil in %	2019		2016 ²⁹	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Altmark-Zeitung	70	12.857	9.000	14.800	10.360
Fehmarnsches Tageblatt	100	2.027	2.027	2.049	2.049
Heiligenhafener Post (3x wö)	100	1.623	1.623	1.694	1.694
Kreiszeitung (Syke)	39,7	57.008	22.632	59.802	23.741
Rotenburger Kreiszeitung	39,7	7.940	3.152	8.906	3.536
Wildeshauser Zeitung	39,7	1.906	757	2.137	848
anteilige Auflage insgesamt			805.631		705.924
Marktanteil bundesweit (in %)			5,92³⁴		4,53³⁵

Verlagsgruppe DuMont (Köln)

Mit Blick auf die Verlagsgruppe mit Stammsitz in Köln sind drei Entscheidungen bzw. Absichtserklärungen der jüngsten Vergangenheit hervorzuheben:

- Im Sommer 2018 wurde bekannt, dass die Verlagsgruppe DuMont ihre Berliner Hauptstadredaktion auflösen und stattdessen zusammen mit der Verlags-gesellschaft Madsack (Hannover) und deren seit 2013 bestehender Zentralredaktion RND Redaktionsnetzwerk Deutschland GmbH eine neue Gemeinschaftsredaktion für Politik und Wirtschaft gründen will – die RND Berlin GmbH (Hautsch, 2018, S. 4). Dieser Schritt wurde im September 2018 mit der Eintragung der neuen Gesellschaft im Handelsregister des Amtsgerichts Charlottenburg dann auch offiziell vollzogen.

Damit hat erstmals ein Verlagskonzern, der seit langem zu den zehn auflagenstärksten Zeitungshäusern in Deutschland gehört, seine publizistische Eigenständigkeit bei der Hauptstadtberichterstattung, also in Bezug auf alle Themenfelder von bundespolitischer Relevanz zugunsten eines Kooperationsmodells mit einem anderen Großverlag aufgegeben. Er lässt damit auch wesentliche Teile des überregionalen Zeitungsmantels (inkl. kommentierender Beiträge) bei allen zur Verlagsgruppe gehörenden Titeln (siehe Aufstellung in nachfolgender Tab. 7.3) nicht mehr in Eigenregie produzieren. Laut Eintragung im Handelsregister³⁶ ist alleiniger Gesellschafter der RND Berlin GmbH die RND RedaktionsNetzwerk Deutschland GmbH (Hannover), die wiederum zu 100 % der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG gehört.

- Im Frühjahr 2019 ließ die Verlagsgruppe DuMont verlauten, sich aus dem Zeitungsgeschäft zurückziehen und sämtliche zur Verlagsgruppe gehörenden Zeitungstitel sukzessive verkaufen zu wollen (Hautsch, 2019a, S. 3; 2019b, S. 3).

³⁴ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2019 von 13.615.159 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019).

³⁵ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2016 von 15.579.527 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2016a).

³⁶ Abruf am 25.11.2019

Mit dem Verkauf des Berliner Verlages und seiner beiden Tageszeitungen „Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“ an das Unternehmerehepaar Silke und Holger Friedrich, den das Bundeskartellamt Anfang Oktober 2019 freigegeben hat, haben diese Rückzugs- und Verkaufspläne der Verlagsgruppe DuMont angefangen, konkrete Gestalt anzunehmen und in die Tat umgesetzt zu werden. Und anders als im Fall der Gründung der Hauptstadredaktion RND Berlin GmbH, die im Hinblick auf die Marktanteilsanalysen statistisch nicht relevant ist, werden sich Zusammensetzung und Rangfolge der auflagenstärksten deutschen Zeitungsverlage im Zuge der bereits getätigten bzw. weiter anstehenden Rückzugsschritte (sofern weiterhin verfolgt) von DuMont deutlich und nachhaltig verändern.

- Am 18. Dezember 2019 wurde bekannt, dass die Verlagsgruppe DuMont am Standort Köln an den Titeln „Express“ und „Kölner Stadtanzeiger“ festhalten will. Medienberichten zufolge wurde die Belegschaft in einer Mitarbeiterversammlung darüber informiert. Weiterhin offen sei, wie es mit der „Hamburger Morgenpost“ und der „Mitteldeutschen Zeitung“ weitergehe. (Meedia, 2019f)

Die Landesregierung bewertet es positiv, wenn die Verlagsgruppe DuMont ihr Zeitungsgeschäft in Köln behält und zukunftsfähig aufstellt.

Tab. 7.3 Verlagsgruppe DuMont

Titel	Anteil in %	2019		2016 ³⁷	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Zeitungen in Nordrhein-Westfalen:					
Kölner Stadt-Anzeiger/ Kölnische Rundschau ³⁸	100	237.081	237.081	275.105	275.105
Express	100	62.806	62.806	95.201	95.201
Düsseldorf Express	50	18.186	9.093	26.164	13.082
anteilige Auflage in Nordrhein-Westfalen			308.980	383.388	

³⁷ Die Werte für 2016 wurden aus der LT-Drs. 16/14296 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 28) übernommen. Der auf Nordrhein-Westfalen entfallende Marktanteil, der dort für 2016 nicht ausgewiesen ist, wurde für die aktuelle Aufstellung jedoch eigens neu berechnet. Als Basis hierfür wurde für 2016 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen von 3.082.100 Exemplaren gemäß Tab 2.4 in der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 18) zugrunde gelegt.

³⁸ Der IVW wird nur eine gemeinsame Auflage für beide Titel gemeldet. Bei der „Kölnischen Rundschau“ firmiert die Heinen-Verlag GmbH formal als Träger der Redaktion.

Titel	Anteil in %	2019		2016 ³⁷	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Marktanteil (in %) in Nordrhein-Westfalen		11,7³⁹		12,44	
Zeitungen außerhalb von Nordrhein-Westfalen:					
Hamburger Morgenpost	100	52.180	52.180	77.419	77.419
Mitteldeutsche Zeitung	100	158.235	158.235	178.900	178.900
Naumburger Tageblatt	24,9	10.698	2.664	11.957	2.977
Berliner Zeitung ⁴⁰	100	89.689	89.689	103.443	103.443
Berliner Kurier ³³	100	67.776	67.776	83.759	83.759
anteilige Auflage insgesamt			679.524⁴¹		829.886
Marktanteil bundesweit (in %)			4,99⁴²		5,33⁴³

Ähnlich wie bei der Mediengruppe Funke hat auch DuMont ungeachtet eines im 1. Quartal 2019 noch nicht reduzierten Portfolios sowohl landes- als auch bundesweit an Marktanteilen eingebüßt – insgesamt sogar in stärkerem Maße als die Funke Gruppe. Hauptgrund hierfür dürfte sein, dass DuMont gleich vier (inzwischen noch drei) Boulevardtitel und damit Titel eines Zeitungstyps mit besonders starken Auflagenverlusten in seinem Bestand hat.

³⁹ Als Basis für diese Marktanteilsberechnung wurde für 2019 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen in Höhe von ca. 2.641.000 Exemplaren (1. Quartal) zugrunde gelegt. Dieser Wert setzt sich zusammen aus einer Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen in Höhe von ca. 2.207.000 Exemplaren (vgl. Tab. 2.3) zuzügl. der in Nordrhein-Westfalen verkauften ca. 6.000 Exemplare von lokalen/regionalen Zeitungen von auswärtigen Verlagen (vgl. die Daten unter Frage 5), aber wiederum abzügl. der ca. 11.900 Exemplare von hiesigen Titeln, die jenseits der Landesgrenze verkauft werden (vgl. Aufstellung weiter oben). Hinzugerechnet wurden dann jedoch noch die in Nordrhein-Westfalen verkauften Exemplare der Boulevardpresse (308,1 Tsd. im 1. Quartal 2019) sowie die anteilig auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagen der überregionalen Zeitungen in Höhe von ca. 131,8 Tsd. Exemplaren. Letzteres ist jedoch nur als Annäherungswert zu verstehen: Da eine aktuelle IVW-Verbreitungsanalyse für 2019 nicht vorliegt, wurden die laut IVW-VA 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagenanteile der einzelnen überregionalen Titel auf die aktuellen IVW-Gesamtauflagen für das 1. Quartal 2019 rechnerisch übertragen.

⁴⁰ Beide Berliner Titel wurden im September 2019 an das Berliner Ehepaar Silke und Holger Friedrich verkauft. Das Bundeskartellamt hat dieser Transaktion inzwischen zugestimmt.

⁴¹ Ohne „Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“, die beide zum Stichzeitpunkt dieser Aufstellung im 1. Quartal 2019 noch zum DuMont-Portfolio zählten, hätte die anteilige Auflage der Verlagsgruppe bundesweit bei 522.059 Exemplaren gelegen. Der Marktanteil (bundesweit) hätte dann lediglich 3,83 % betragen.

⁴² Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2019 von 13.615.159 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019).

⁴³ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2016 von 15.579.527 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2016a).

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (Düsseldorf)

Bei der Verlagsgruppe um die „Rheinische Post“ haben sich seit 2016 die Zusammensetzung des zuzurechnenden Zeitungsbestandes und die damit erzielten Marktanteile als Folge von Zu- und Verkäufen sowie einer Anteilsaufstockung deutlich verändert.

Im Frühjahr 2018 hat die Verlagsgruppe vom Bundeskartellamt grünes Licht für die Übernahme des Bonner „General-Anzeigers“ erhalten. Bereits zuvor war eine Beteiligung in Höhe von 24,5 % am Zeitungsverlag Aachen und seiner beiden Titel „Aachener Nachrichten“ und „Aachener Zeitung“ auf 30 % aufgestockt worden⁴⁴, sodass die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft insbesondere im Stammland Nordrhein-Westfalen deutlich an Gewicht zulegen konnte: Hier erhöhte sich der Marktanteil von rund 10,7 (2016) auf inzwischen 14,3 %.

Auf der anderen Seite gehören zwei Titel inzwischen nicht mehr zum Portfolio der Düsseldorfer Verlagsgruppe: Im Laufe des 1. Quartals 2018 hat der Verlag die „Saarbrücker Zeitung“, an der die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft seit 2013 mit rund 56 % beteiligt war⁴⁵, sowie die „Lausitzer Rundschau“ in Cottbus an den Verlag der „Märkischen Oderzeitung“ (Frankfurt/Oder) verkauft, der wiederum im Alleinbesitz der Neuen Pressegesellschaft mbH & Co. KG/„Südwest Presse“ (Ulm) ist.

Das Ausscheiden der „Lausitzer Rundschau“ aus dem der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft zuzurechnenden Zeitungsbestand hat sich summa summarum aber nicht negativ auf den bundesweiten Marktanteil der Verlagsgruppe ausgewirkt. Im Gegenteil: Weil mit dem Bonner „General-Anzeiger“ ein vergleichsweise auflagenstärkerer Titel zugekauft wurde und weil überdies die Auflagenverluste insbesondere bei der „Rheinischen Post“ weit weniger stark waren als etwa bei den meisten Titeln der anderen führenden Verlagsgruppen und weniger stark als im Bundesdurchschnitt der gesamten Branche, hat die Düsseldorfer Verlagsgruppe auch ihren bundesweiten Marktanteil weiter ausbauen können.

Tab. 7.4 Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft

Titel	Anteil in %	2019		2016 ⁴⁶	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Zeitungen in Nordrhein-Westfalen:					
Rheinische Post	100	286.751	286.751	303.493	303.493
General-Anzeiger (Bonn)	100	61.947	61.947	-	-

⁴⁴ Diese Beteiligung wird über die Aachener Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH gehalten, die vollständig im Besitz der Düsseldorfer Verlagsgruppe ist.

⁴⁵ Und damit gleichfalls und in selber Höhe am „Trierischen Volksfreund“ und am „Pfälzischen Merkur“.

⁴⁶ Die Werte für 2016 wurden aus der LT-Drs. 16/14296 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 31) übernommen. Der auf Nordrhein-Westfalen entfallende Marktanteil, der dort für 2016 nicht ausgewiesen ist, wurde für die aktuelle Aufstellung jedoch eigens neu berechnet. Als Basis hierfür wurde für 2016 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen von 3.082.100 Exemplaren gemäß Tab 2.4 in Drs. 16/14296 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 18) zugrunde gelegt.

Titel	Anteil in %	2019		2016 ⁴⁶	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Aachener Zeitung / Aachener Nachrichten ⁴⁷	30 ⁴⁸	96.650	28.995	110.173	26.992
anteilige Auflage in Nordrhein-Westfalen			377.693	330.485	
Marktanteil (in %) in Nordrhein-Westfalen			14,3⁴⁹	10,72	
Zeitungen außerhalb von Nordrhein-Westfalen:					
Saarbrücker Zeitung	56,1	117.275	65.791	127.581	71.573
Trierischer Volksfreund	56,1	70.256	39.414	81.248	45.580
Pfälzischer Merkur	56,1	5.770	3.237	6.997	3.925
Lausitzer Rundschau	56,1 ⁵⁰	66.123	-	77.762	43.624
anteilige Auflage insgesamt			486.135	495.187	
Marktanteil bundesweit (in %)			3,57⁵¹	3,18⁵²	

Von den vier Verlagsgruppen aus Nordrhein-Westfalen, die im bundesweiten Ranking der zehn auflagenstärksten Zeitungshäuser vertreten sind, konnten die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft und insbesondere die Verlagsgruppe Ippen somit seit 2016 ihre Marktanteile ausbauen, wohingegen die Funke Mediengruppe und die DuMont Mediengruppe sinkende Marktanteile zu verzeichnen hatten.

⁴⁷ Der IVW wird nur eine gemeinsame Auflage für beide Titel und ihre jeweiligen Kopfblätter gemeldet.

⁴⁸ 2016: 24,5 %.

⁴⁹ Als Basis für diese Marktanteilsberechnung wurde für 2019 eine Gesamtauflage der Tagespresse in Nordrhein-Westfalen in Höhe von ca. 2.641.000 Exemplaren (1. Quartal) zugrunde gelegt. Dieser Wert setzt sich zusammen aus einer Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen in Höhe von ca. 2.207.000 Exemplaren (vgl. Tab. 2.3) zuzügl. der in Nordrhein-Westfalen verkauften ca. 6.000 Exemplare von lokalen/regionalen Zeitungen von auswärtigen Verlagen (vgl. die Daten unter Frage 5), aber wiederum abzügl. der ca. 11.900 Exemplare von hiesigen Titeln, die jenseits der Landesgrenze verkauft werden (vgl. Aufstellung weiter oben). Hinzugerechnet wurden dann jedoch noch die in Nordrhein-Westfalen verkauften Exemplare der Boulevardpresse (308,1 Tsd. im 1. Quartal 2019) sowie die anteilig auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagen der überregionalen Zeitungen in Höhe von ca. 131,8 Tsd. Exemplaren. Letzteres ist jedoch nur als Annäherungswert zu verstehen: Da eine aktuelle IVW-Verbreitungsanalyse für 2019 nicht vorliegt, wurden die laut IVW-VA 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) auf Nordrhein-Westfalen entfallenden Auflagenanteile der einzelnen überregionalen Titel auf die aktuellen IVW-Gesamtauflagen für das 1. Quartal 2019 rechnerisch übertragen.

⁵⁰ Nur für das Jahr 2016 maßgebend.

⁵¹ Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2019 von 13.615.159 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2019).

⁵² Bezogen auf die IVW-Gesamtauflage der Tagespresse im 1. Quartal 2016 von 15.579.527 Exemplaren (ohne Sonntagszeitungen; Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2016a).

8. Von wem – differenziert nach Alter, sozialen Milieus und Geschlecht – werden in Nordrhein-Westfalen Tageszeitungen gelesen? Welche Veränderungen haben sich seit der Antwort der Landesregierung auf die Drucksache 16/13053 ergeben?

Die Daten der folgenden Tabelle basieren auf der aktuellen ma Tageszeitungen aus dem Jahr 2019, in der 129.361 deutschsprachige Personen ab 14 Jahren befragt wurden. Aktuell werden bundesweit Zeitungen von 53,9 % der Bevölkerung gelesen (Tab. 8.1), dies entspricht 38,1 Millionen. Im Vergleich zu 2016 beschreibt dies einen Rückgang um 5,3 Prozentpunkte (damals: 59,2 %). Während der Rückgang der Reichweite bei den Regionalen Abonnementzeitungen und insbesondere den Boulevardzeitungen erheblich ist, bleibt der Anteil der überregionalen Abonnementzeitungen weitgehend konstant.

In Nordrhein-Westfalen sind die Reichweiten insgesamt über alle Zeitungstypen hinweg etwas geringer ausgeprägt als in den anderen Bundesländern außerhalb von Nordrhein-Westfalen.

Tab. 8.1 Reichweiten von Tageszeitungen bundesweit in %

	2019		2016	
	Bund	Nordrhein-Westfalen	Bund	Nordrhein-Westfalen
Tageszeitungen insgesamt	53,9	49,4	59,2	55,8
Regionale Abo-Zeitungen	43,8	39,9	48	45,5
Boulevardzeitungen	13,7	12,3	16,1	14,1
Überregionale Abo-Zeitungen	4,6	3,3	4,3	2,8

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (2019); ma Tageszeitungen 2019, 2016. Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Betrachtet man die Leserschaftsstruktur bei Tageszeitungen insgesamt, den regionalen und überregionalen Abonnementzeitungen sowie Kaufzeitungen, dann zeigen sich Unterschiede beim Alter, bei der Bildung und beim Einkommen (Tab. 8.2). So steigt die Reichweite der Tageszeitungen von insgesamt 23,5 % in der jüngsten Altersgruppe von 14 bis 19 Jahren auf 66,9 % bei den Personen ab 70 Jahren. Sowohl bei der Betrachtung des persönlichen Einkommens der Befragten als auch des Haushalts-Netto-Einkommens zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen niedrigen Einkommensklassen mit geringer Affinität zu Tageszeitungen und hohen Einkommensklassen, in denen Zeitungen eine deutlich höhere Reichweite erzielen. Die einzige Ausnahme gibt es bei den Boulevardzeitungen, die in den mittleren und niedrigen Einkommensklassen ihre höchsten Reichweiten erzielen.

Im Vergleich zu 2016 zeigt sich, dass die Reichweite der Tageszeitungen insbesondere in der mittleren Altersgruppe und ganz besonders bei den 40- bis 49-Jährigen gesunken ist. Während die Reichweite in dieser Altersgruppe 2016 noch bei 57,5 % lag, so ist sie im Jahr 2019 auf nur noch 46,1 % gesunken. Bei den übrigen Altersgruppen sowie auch bei den meisten der

anderen soziodemografischen Merkmale folgen die Rückgänge in der Reichweite im Wesentlichen dem Gesamttrend.

Tab. 8.2 Reichweiten von Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen

	Basis		Nutzer pro Einheit									
	Tsd.	%	Alle Tageszeitungen				Regionale Abo-Zeitungen		Kaufzeitungen		Überreg. Abo-Zeitungen	
			Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%
Basis	15231	100	7525	49,4	6071	39,9	1871	12,3	510	3,3		
Geschlecht												
Männer	7483	49,1	3872	51,8	2899	38,7	1264	16,9	356	4,8		
Frauen	7748	50,9	3653	47,1	3171	40,9	607	7,8	154	2,0		
Stellung im Haushalt												
Haushaltführende ⁵³	8705	57,2	4247	48,8	3497	40,2	970	11,1	210	2,4		
Hauptverdiener	8712	57,2	4515	51,8	3480	39,9	1339	15,4	377	4,3		
Altersgruppen												
14 - 19 Jahre	1095	7,2	257	23,5	205	18,8	62	5,7	21	1,9		
20 - 29 Jahre	2179	14,3	656	30,1	442	20,3	221	10,1	86	4,0		
30 - 39 Jahre	2133	14	804	37,7	575	27,0	255	12	88	4,1		
40 - 49 Jahre	2313	15,2	1066	46,1	848	36,7	253	10,9	102	4,4		
50 - 59 Jahre	2870	18,8	1689	58,9	1388	48,4	439	15,3	105	3,7		
60 - 69 Jahre	2096	13,8	1349	64,4	1172	55,9	267	12,7	55	2,6		
70 Jahre und älter	2545	16,7	1703	66,9	1441	56,6	373	14,7	53	2,1		
Ausbildung												
Schüler allgemeinbildender Schulen	756	5	166	21,9	133	17,6	36	4,7	16	2,1		
Hauptschule/ Volksschule ohne Lehre	1378	9	491	35,6	295	21,4	231	16,8	7	0,5		
Hauptschule/ Volksschule mit Lehre	4404	28,9	2570	58,3	2014	45,7	800	18,2	29	0,7		
weiterführende Schule ohne Abitur, mittlere Reife	3420	22,5	1730	50,6	1443	42,2	430	12,6	62	1,8		

⁵³ Unter haushaltführend wird die Person ab 14 Jahren in einem Haushalt verstanden, die für den Einkauf des Haushaltes verantwortlich ist (agma-mmc.de, o. D.).

	Basis		Nutzer pro Einheit							
	Tsd.	%	Alle Tageszeitungen		Regionale Abo-Zeitungen		Kaufzeitungen		Überreg. Abo-Zeitungen	
			Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%
Fach-/ Hochschulreife ohne Studium	2793	18,3	1229	44	1033	37	210	7,5	122	4,4
Fach-/ Hochschulreife mit Studium	2480	16,3	1340	54,1	1153	46,5	163	6,6	274	11,1
Berufstätigkeit										
in Ausbildung	1821	12	475	26,1	376	20,6	98	5,4	65	3,6
berufstätig (inkl. z. Z. arbeitslos)	8432	55,4	4110	48,7	3217	38,2	1119	13,3	350	4,1
Pensionär, Rentner	3592	23,6	2352	65,5	1984	55,2	511	14,2	75	2,1
nicht berufstätig, keine Angabe	1385	9,1	588	42,4	494	35,6	143	10,3	20	1,5

Beruf des Hauptverdieners (jetziger oder früherer)

Selbständige ab 50										
Beschäftigte (inkl. Befragtem), Freiberufler	484	3,2	253	52,3	216	44,8	36	7,4	55	11,4
Selbständige bis 49										
Beschäftigte (inkl. Befragtem), selbständige Landwirte	1375	9	733	53,3	616	44,8	160	11,6	73	5,3
leitende Angestellte, Beamte im höheren Dienst	1505	9,9	861	57,2	760	50,5	112	7,4	128	8,5
andere Angestellte und Beamte, nie berufstätig gewesen	7311	48	3441	47,1	2880	39,4	710	9,7	219	3
leitender Arbeiter/ Facharbeiter	3590	23,6	1918	53,4	1418	39,5	689	19,2	31	0,9
sonstige Arbeiter	966	6,3	318	33	181	18,7	164	17	3	0,3

	Basis		Nutzer pro Einheit							
	Tsd.	%	Alle Tageszeitungen		Regionale Abo-Zeitungen		Kaufzeitungen		Überreg. Abo-Zeitungen	
			Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%
Haushalts-Netto-Einkommen										
bis unter 1.000 Euro	1129	7,4	351	31,1	227	20,2	138	12,2	35	3,1
1.000 bis unter 1.250 Euro	586	3,8	266	45,4	196	33,4	88	15,0	7	1,2
1.250 bis unter 1.500 Euro	1112	7,3	511	46,0	377	33,9	168	15,1	15	1,3
1.500 bis unter 2.000 Euro	1930	12,7	967	50,1	763	39,5	276	14,3	28	1,5
2.000 bis unter 2.500 Euro	1938	12,7	973	50,2	793	40,9	253	13,0	38	2,0
2.500 Euro und mehr	8535	56	4456	52,2	3713	43,5	948	11,1	387	4,5
Anzahl der Verdiener im Haushalt										
1 Verdiener	5099	33,5	2259	44,3	1722	33,8	674	13,2	170	3,3
2 Verdiener	8585	56,4	4542	52,9	3812	44,4	969	11,3	293	3,4
3 Verdiener und mehr	1547	10,2	724	46,8	536	34,6	228	14,7	47	3,0
Haushaltsgröße										
1 Person	3520	23,1	1589	45,1	1182	33,6	511	14,5	101	2,9
2 Personen	5747	37,7	3328	57,9	2824	49,1	710	12,4	176	3,1
3 Personen	2661	17,5	1223	46,0	1005	37,7	259	9,7	105	3,9
4 Personen	2601	17,1	1116	42,9	854	32,8	316	12,2	108	4,2
5 Personen und mehr	702	4,6	269	38,3	207	29,5	74	10,6	20	2,9
Kinder im Haushalt										
bis unter 2 Jahre	517	3,4	164	31,7	126	24,4	44	8,5	22	4,2
2 bis 3 Jahre	556	3,7	179	32,2	135	24,2	51	9,2	21	3,8
4 bis 5 Jahre	672	4,4	253	37,7	191	28,4	77	11,4	27	4,0
6 bis 11 Jahre	1437	9,4	632	44,0	484	33,7	177	12,3	67	4,6
12 bis 13 Jahre	819	5,4	358	43,8	288	35,2	92	11,3	36	4,4
14 bis 17 Jahre	1986	13	762	38,3	628	31,6	158	8	71	3,6
kein Kind unter 14 Jahre	12339	81	6345	51,4	5149	41,7	1560	12,6	380	3,1
Persönliches Netto-Einkommen										
bis unter 750 Euro	2709	17,8	1131	41,7	928	34,2	245	9	52	1,9

	Basis		Nutzer pro Einheit							
	Tsd.	%	Alle Tageszeitungen		Regionale Abo-Zeitungen		Kaufzeitungen		Überreg. Abo-Zeitungen	
			Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%
750 bis unter 1.000 Euro	1550	10,2	709	45,7	565	36,5	184	11,8	25	1,6
1.000 bis unter 1.250 Euro	1265	8,3	670	53,0	551	43,6	160	12,7	17	1,4
1.250 bis unter 1.500 Euro	1662	10,9	816	49,1	630	37,9	245	14,7	25	1,5
1.500 Euro und mehr	6493	42,6	3706	57,1	2987	46,0	939	14,5	365	5,6
kein eigenes Einkommen	1552	10,2	494	31,8	410	26,4	98	6,3	26	1,6
BIK-Regionsgrößenklassen*										
5.000 bis unter 20.000 Einw.	693	4,5	369	53,3	298	43,0	95	13,7	30	4,3
20.000 bis unter 100.000 Einw.	3276	21,5	1740	53,1	1453	44,3	397	12,1	106	3,2
100.000 bis unter 500.000 Einw.	5177	34	2551	49,3	2110	40,8	582	11,2	156	3,0
500.000 Einwohner und mehr	6081	39,9	2864	47,1	2208	36,3	796	13,1	218	3,6

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (2019); RegioMDS – ma 2019 Tageszeitungen; Gebiet: Nordrhein-Westfalen

* Die BIK-Regionsgrößenklassen unter 5000 Einwohner werden aufgrund zu niedriger Fallzahlen nicht ausgewiesen.

Die aktuelle Medienvielfaltsstudie der Landesanstalt für Medien NRW (2019) zeigt außerdem, dass Tageszeitungen von Befragten aus Nordrhein-Westfalen am dritthäufigsten als wichtigste Quelle für lokale und regionale Informationen genannt werden (28,3 Prozent; S. 4). An erster Position steht der Hörfunk (37,1 Prozent), gefolgt vom Internet mit 31,9 Prozent. Die Reichweite von Fernsehen und Tageszeitungen nimmt mit dem Alter der Befragten zu und ist bei Nutzern ab 60 am höchsten (51,2 Prozent; ebd., S. 5). Vergleicht man die Werte der Befragten aus Nordrhein-Westfalen mit den Werten für Gesamtdeutschland zeigen sich nur wenige Unterschiede im Hinblick auf die informierende Mediennutzung (ebd., S. 6).

Betrachtet man die subjektive Bedeutung, so liegt die Tageszeitung bei den Befragten aus Nordrhein-Westfalen klar vor allen anderen Medien. So geben 38,7 Prozent der Befragten an, dass Tageszeitungen für sie die wichtigste Informationsquelle für lokale und regionale Informationen darstellen (ebd., S. 8).

Insgesamt erfolgt informierende Mediennutzung immer häufiger online, aber auch Tageszeitungen wird weiterhin eine hohe subjektive Bedeutung zugesprochen. Insbesondere für Jüngere ist jedoch ein Bedeutungsverlust der Tageszeitungen zu verzeichnen (ebd. S. 20).

9. Welche ausländischen Zeitungen und Onlineredaktionen sind mit Redaktionsbüros bzw. Korrespondentinnen und Korrespondenten in Nordrhein-Westfalen vertreten und gibt es hierbei Veränderungen zu 2016?

Die folgende Tabelle zeigt alle ausländischen Journalistinnen und Journalisten, die ihren Wohnsitz in Nordrhein-Westfalen haben. Grundlage der uns auf Nachfrage zur Verfügung gestellten Auflistung ist das Mitgliederverzeichnis des Vereins der Ausländischen Presse in Deutschland, Stand Oktober 2019. Hierbei wird nicht zwischen Online- und Printangeboten unterschieden. Da auch in der Antwort auf die letzte Große Anfrage (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) auf das VAP-Mitgliederverzeichnis zurückgegriffen wurde, lassen sich belastbare Vergleiche tätigen:

Die VAP-Mitglieder Edo König und Dr. Andreas Koulopoulos sind verstorben, Hetty Hessels, Marcel Linden und Ahoud Marx-Makram sind aus dem Verein der Ausländischen Presse ausgetreten, sodass sich hier keine gesicherte Aussage mehr tätigen lässt. Darüber hinaus ist Vittorio Robaldo nicht mehr Teil der Auflistung, da er bereits seit langer Zeit in Rente ist – zuvor war er als Kameramann tätig.

Neu aufgenommen in das Mitgliederverzeichnis wurde Jessica Saltz. Dr. Hendrik Schott wurde ebenfalls im Vergleich zu 2016 in die Auflistung aufgenommen, da er schon immer in Bonn tätig ist und Berlin, das vermutlich zuvor als Referenz herangezogen wurde, lediglich seine Zweitadresse ist.

Tab. 9.1 Ausländische Journalisten in Nordrhein-Westfalen

Name	Vorname	Ort	Medium	Land
Anastassopoulou	Irene	Bonn	Deutsche Welle, griechische Redaktion	Griechenland
Barile	Luciano	Köln	freier Journalist, Corriere d'Italia	Italien
De Dijn	Marie-Rosine	Bergisch Gladbach	freie Journalistin	Belgien
Jordan	Don F.	Bonn	freier Journalist	USA
Knight	Sara	Bergheim	freie Journalistin / Energie und Umwelt; Windpower Monthly Magazine	Großbritannien
Lundin	Tomas	Bonn	Svenska Dagbladet	Schweden
Niebel	Dr. Ingo	Köln	freier Mitarbeiter: Gara, freier Journalist, Dolmetscher, Korrespondent (Agencia Venezolana de Noticias)	Spanien

Name	Vorname	Ort	Medium	Land
Opperskalski	Michael	Köln	Al-Tayar / Soberania/Nikaragua; Gründer Zeitschrift GEHEIM	Libanon
Raissi	Morteza	Bonn	freier Journalist / BBC World Service Iran	Iran
Resi	Kjell G.	Bonn	Norwegischer Rundfunk r P 4	Norwegen
Saltz	Jessica	Siegburg	freie Journalistin / EuroNews	Großbritannien
Schott	Dr. Hendrik	Bonn	Democratic Media Holdings; Deutschlandkorrespondent Naspers	Namibia
Yadav	Ramnarayan	Lohmar	Webdunia / The Blue Moon / Satyagrah.com	Indien

Quelle: VAP-Mitgliederverzeichnis; Stand 10.2019 (Kommunikation mit dem Verein der Ausländischen Presse in Deutschland e. V., Oktober 2019)

Grau hinterlegt sind Neuaufnahmen bzw. Anpassungen im Vergleich zur Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22).

10. Welche Anzeigenblätter werden in Nordrhein-Westfalen veröffentlicht? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der Herausgeberschaft)

Anzeigenblätter sind periodisch erscheinende Druckwerke, die in puncto Format, Druck und Erscheinungsbild vielfach große Ähnlichkeit mit Tageszeitungen aufweisen, mitunter aber auch eher wie Magazine bzw. Publikumszeitschriften aufgemacht sind. Sie beinhalten neben einem breit gestreuten Anzeigenteil auch redaktionellen Inhalt, der sich in der Regel auf ein lokal eng begrenztes Gebiet konzentriert. Wesentliche Merkmale des Pressetyps Anzeigenblätter sind zudem:

- a) Sie werden ausschließlich über Werbung finanziert und generieren folglich keinerlei Vertriebs Erlöse.
- b) Sie werden an alle Haushalte im jeweiligen Verbreitungsgebiet kostenlos und unaufgefordert verteilt.

Mit diesem Vertriebsprinzip der kostenlosen Hauszustellung unterscheidet sich der Pressetyp Anzeigenblatt grundlegend von anderen, ebenfalls kostenlosen Periodika (namentlich von

kostenlosen Stadt- bzw. Veranstaltungsmagazinen), die lediglich an gut frequentierten Stellen zur Mitnahme ausgelegt werden.

Der weitaus größte Teil der Anzeigenblätter erscheint nach wie vor entweder ein- oder auch zweimal wöchentlich – mit klaren Erscheinungsschwerpunkten zur Wochenmitte (mittwochs) und zum Wochenende (samstags oder sonntags). Anzeigenblätter mit geringerer Erscheinungshäufigkeit (z. B. 14-täglich oder einmal pro Monat) sind deutlich seltener anzutreffen. Sie sind meist nur auf sehr kleine, lokale Verbreitungsgebiete zugeschnitten und verfügen – damit korrespondierend – in der Regel nur über vergleichsweise geringe Auflagen. Für den in Tab 10.4 dokumentierten Gesamtbestand an Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen wurden alle Titel berücksichtigt, die mindestens sechsmal pro Jahr erscheinen.

Auf der Grundlage

- a) einer umfassenden Sichtung der Angaben in den Media-Daten und auf den Websites der in Nordrhein-Westfalen aktiven Zeitungsverlage und der sukzessive ermittelten Anzeigenblattverlage;
- b) der Auswertung eines vom Landesverband Nordrhein-Westfalen des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) zur Verfügung gestellten Bestandsverzeichnisses von Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen;
- c) einer systematischen, ortsbezogenen Recherche von Anzeigenblattverlagen und der von ihnen verlegten Titel und Ausgaben mittels mehrerer Online-Recherche- und Planungstools für Anzeigenkunden (www.bvda.de/webauskunft.html; www.crossvertise.com; www.event-verteiler.de);
- d) einer für alle ermittelten Anzeigenblattverlage vorgenommenen Identifizierung der Besitzverhältnisse per Auswertung der jeweiligen Handelsregistereinträge;

ergibt sich (mit dem Stand Oktober/November 2019) das folgende Gesamtbild zum Markt der Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen:

Insgesamt 149 Verlage geben Anzeigenblätter heraus, die zumindest teilweise (d. h. mit einzelnen Lokalausgaben oder zumindest mit Teilaufgaben einzelner Ausgaben) in Nordrhein-Westfalen verbreitet sind. 10 dieser Verlage haben ihren Sitz allerdings außerhalb von Nordrhein-Westfalen (7 Verlage in Niedersachsen, 2 Verlage in Hessen, 1 Verlag in Rheinland-Pfalz).

Das in Nordrhein-Westfalen verbreitete Portfolio an Anzeigenblättern dieser 149 Verlage umfasst insgesamt 388 Titel, die sich in 685 unterschiedliche Lokalausgaben ausdifferenzieren lassen. Die Gesamtauflage aller Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen beläuft sich auf rund 18,9 Mio. verteilte Exemplare. Dies ist der Wert für die gewichtete Auflage, der die unterschiedlichen Erscheinungsintervalle von Anzeigenblättern berücksichtigt: Für alle Titel, die seltener als einmal wöchentlich erscheinen, wurde eine fiktive wöchentliche Erscheinungsweise angenommen und die jeweilige Auflage entsprechend berechnet.

Tab. 10.1 Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen – Kennziffern im Gesamtüberblick

Jahr	Verlage	Titel	lokale/reg. Ausgaben	Auflage (in Mio. Ex.)*
2019	149	388	685	18,9
Nachrichtlich: Daten laut BVDA**				
2019	78	257	k. A.	18,1
2018	83	261	k. A.	18,6
Nachrichtlich: Daten laut LfM***				
2016	181	553	k. A.	20,4
2012	199	551	k. A.	22,2
Nachrichtlich: Daten laut LT-Drs.****				
2015	179	565	k. A.	21,3
2012	199	551	k. A.	22,2

* gewichtete Auflage

** BVDA: Anzeigenblätter in Deutschland. Übersicht 2019 und aktuelle Marktentwicklung (Anzeigenblatt Qualität BDVA, 2018, S. 4)

*** Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Bericht zur Medienkonzentration 2016/17 (Formatt Institut, 2017, S. 54)

**** Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22: „Situation des Zeitungsmarkts in Nordrhein-Westfalen 2016 und seine digitale Entwicklung“ (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 130)

Die in Tab 10.1 zusammengefassten Kennziffern 2019 zum Markt der Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen verdeutlichen allerdings auch, dass erhebliche Einschränkungen in puncto Vergleichbarkeit mit Daten aus anderen Quellen und aus früheren Jahren bestehen. Das betrifft zum einen die Zahl der Anzeigenblattverlage. Hier liegt der vom BVDA für das Land Nordrhein-Westfalen zuletzt registrierte Wert von 78 Verlagen – unter ihnen die 39 nordrhein-westfälischen Verlage, die Mitglied im BVDA sind – um mehr als die Hälfte unter dem tatsächlichen Bestand. Diese deutliche Abweichung nach unten ist zum einen darauf zurückzuführen, dass in der nordrhein-westfälischen Statistik des BVDA Verlage unberücksichtigt bleiben, die ihren Sitz außerhalb dieses Bundeslandes haben, gleichwohl aber Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen herausgeben. Wichtiger aber noch ist der Umstand, dass der BVDA Verlage mit geringerer als einmal wöchentlicher Erscheinungsweise offenbar durchgängig außen vor und in der Verbandsstatistik unberücksichtigt lässt.

Auf der anderen Seite wiederum liegen sowohl die im „Medienkonzentrationsbericht 2016/17“ (Formatt Institut, 2017) der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) als auch die im Rahmen der Antwort auf die Große Anfrage 22 zur „Situation des Zeitungsmarkts in Nordrhein-Westfalen 2016 und seine digitale Entwicklung“ (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) ausgewiesenen Daten zur Zahl der Verlage noch deutlich über dem jetzt für 2019 ermittelten Niveau. Anders als beim Vergleich mit den BVDA-Angaben kommt hier jedoch nicht eine unterschiedliche Zähl- bzw. Erfassungsweise, sondern der Umstand zum Tragen, dass es in den vergangenen Jahren tatsächlich zu einer ganzen Reihe an Bereinigungen und Verlageeinstellungen auf dem Markt der Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen gekommen ist. Davon betroffen waren in erster

Linie vergleichsweise sehr kleine Verlage mit geringauflagigen Titeln, von denen einige ganz vom Markt genommen, andere wiederum noch eine Weile als Onlineportal bzw. reine Internet-Zeitung weitergeführt wurden bzw. noch werden.

Allerdings gab es auch einige Marktberichtigungen in größerem Umfang. So hat sich erst im Juli 2019 der Verlag „Wochenpost AWV Anzeigen-, Werbe- und Verlagsberatungsgesellschaft mbH“ in Hilden, ein Unternehmen der Monschauer Anzeigenblattgruppe um den Verleger Georg Weiss, komplett vom Markt zurückgezogen und sämtliche noch verbliebenen, im Raum Solingen/Remscheid, im Oberbergischen Kreis und im Kreis Mettmann verbreiteten „Wochenpost“-Ausgaben eingestellt, nachdem zuvor schon 5 der ursprünglich 14 Ausgaben dieses Blattes vom Markt genommen worden waren. Bereits ein Jahr zuvor, im Sommer 2018, war das Aus für die 10 im Raum Hagen, Schwerte, Iserlohn und Ennepe-Ruhr-Kreis verbreiteten Anzeigenblätter der „Wochenkurier Verlagsgesellschaft mbH“ in Hagen gekommen.

Weitaus gravierender noch als im Fall der Verlagszahlen sind die Einschränkungen in puncto Vergleichbarkeit der Daten aus verschiedenen Quellen und für verschiedene Zeiträume allerdings bei der Kategorie der Anzeigenblatt-Titel. Der Grund hierfür ist: Es gibt bislang keine in sich konsistente Definition und keine allgemein anerkannte und praktizierte Handhabung dessen, unter welchen Prämissen und anhand welcher Kriterien ein Anzeigenblatt jeweils als eigener „Titel“ zu zählen und zu erfassen ist.

Die Vorgehensweise des BVDA soll diese Problematik beispielhaft verdeutlichen. Auf der einen Seite werden vom BVDA die meisten der verschiedenen Lokalausgaben der Anzeigenblätter „OWL am Mittwoch“, „OWL am Donnerstag“ bzw. „OWL am Sonntag“, die in einem Tochterverlag der Bielefelder Tageszeitung „Westfalen-Blatt“ erscheinen, jeweils als eigene „Titel“ erfasst – obwohl der Haupttitel stets unverändert bleibt und lediglich um eine ortsbezogene Ausgabenkennung im Untertitel ergänzt wird (vgl. Tab. 10.4). In etlichen weiteren Fällen (z. B. „Hallo“ und „Blickpunkt“ der „AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH“) wird in gleicher oder ähnlicher Weise verfahren. Demgegenüber werden bei vielen anderen Verlagen mit einer vergleichbaren Portfoliostruktur mehrere Lokalausgaben von Anzeigenblättern summarisch zu nur einem einzigen Titel (mit entsprechend kumulierter Gesamtauflage) in der Statistik zusammengefasst – und dies zum Teil selbst in solchen Fällen wie z. B. „Kölner Wochenspiegel“ / „Porz aktuell“ / „Köln 8 aktuell“ (Tab. 10.4), wo es nicht einmal einen übereinstimmenden Haupttitel der jeweiligen Anzeigenblätter gibt.

Im Sinne einer möglichst einheitlichen Systematik orientiert sich die mit der Erhebung der Marktdaten für 2019 vorgenommene Kategorisierung als Anzeigenblatt-„Titel“ einzig an der Benennung im Haupttitel: Alle Anzeigenblätter bzw. alle (Lokal-) Ausgaben von Anzeigenblättern eines Verlages mit übereinstimmender Benennung im Haupttitel werden jeweils nur einmal als Titel gezählt – unabhängig von der zumeist lokal ausgerichteten Art der Bezeichnung im Untertitel. Analog zur Vorgehensweise des BVDA werden jedoch Anzeigenblätter, die zusätzlich zur Wochenmitte auch an Wochenenden erscheinen, grundsätzlich und aus Gründen der Gleichbehandlung zweimal als Titel gezählt. Denn der dabei häufig gebräuchliche Titelzusatz wie z. B. „... am Wochenende“ / „... am Sonntag“ wird bei manchen dieser samstags oder sonntags erscheinenden Anzeigenblätter in den Haupt-, bei anderen wiederum nur in den Untertiteln integriert.

Grundsätzlich ist es allerdings so, dass die Zähleinheit Anzeigenblatt-„Titel“ ohnehin nur ein sehr unvollständiges Bild der Markt- und Angebotsstrukturen vermitteln kann. Um dieses Bild zu vervollständigen und um die Strukturen auf dem Markt der Anzeigenblätter so umfassend und differenziert wie möglich abzubilden, wurden für die aktuelle Analyse alle 685

identifizierbaren (Lokal-)Ausgaben von Anzeigenblättern und ihre jeweiligen örtlichen Verbreitungsgebiete erfasst und in die Bestands-dokumentation (Tab. 10.4) integriert.

Die ermittelte Gesamtauflage aller in Nordrhein-Westfalen an die Haushalte verteilten Anzeigenblätter in Höhe von rund 18,9 Mio. Exemplaren (gewichtet) bestätigt einen Trend, der auch anhand der anderen einschlägigen Kennziffern – ungeachtet ihrer nur eingeschränkt möglichen Vergleichbarkeit – deutlich wird: Im Segment der Anzeigenblätter ist das Marktgeschehen in Nordrhein-Westfalen derzeit leicht rückläufig. Mit dem vom BVDA allein seit 2018 verbuchten Rückgang der Auflage um 2,7 % ist das Minus in Nordrhein-Westfalen sogar mehr als doppelt so hoch wie im Bundesdurchschnitt (minus 1,2 %). Gründe hierfür sind nicht nur die bereits weiter oben beispielhaft erwähnten Rückzüge einzelner, auch größerer Verlage und die damit einhergehenden Titeleinstellungen. Vielmehr waren zuletzt auch Schrumpfungsprozesse zu beobachten, die nicht mit Verlagsschließungen verbunden waren. Jüngstes und prominentestes Beispiel hierfür dürfte der „Rhein-Bote“ der „WVV Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft mbH“ (Essen) sein. Dabei handelt es sich um ein zu 100 % dem Funke Konzern gehörendes Verlagsunternehmen und laut eigener Darstellung um den größten Anzeigenblattverlag Deutschlands. Der „Rhein-Bote“, der mit zahlreichen sublokalen Ausgaben und einer Auflage von zuletzt insgesamt knapp 300.000 Exemplaren im gesamten Düsseldorfer Stadtgebiet verbreitet war, wurde im Frühsommer 2019 ersatzlos vom Markt genommen.

Werden nun die für 2019 ermittelten wesentlichen Kennziffern zum Markt der Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen näher aufgeschlüsselt, lassen sich weitere interessante Erkenntnisse gewinnen.

Tab. 10.2 Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen 2019 – Strukturmerkmale nach Verlagstypen

	Verlage	Titel	lokale/reg. Ausgaben	Auflage (in Tsd. Ex.)*
insg.	149	388	685	18.865,1
Anteil in %	100,0	100,0	100,0	100,0
Durchschnitt je Verlag	-	2,6	4,6	126,6
Davon: Mitgliedsverlage des BVDA				
insg.	40**	135	371	13.278,1
Anteil in %	26,9	34,8	54,2	70,4
Durchschnitt je Verlag	-	3,4	9,3	332,0
Davon: Zeitungsverbundene Verlage***				
insg.	63	199	456	15.580,2
Anteil in %	42,3	51,3	66,6	82,6
Durchschnitt je Verlag	-	3,2	7,2	247,3

* gewichtete Auflage

** Neben den 39 in Nordrhein-Westfalen ansässigen Mitgliedsverlagen ist dort auch ein niedersächsischer Mitgliedsverlag aktiv.

*** Es handelt sich dabei um Verlage, die entweder selbst unmittelbar Zeitungsverlage sind oder aber im Voll- oder Mehrheitsbesitz von Zeitungsverlagen sind.

Zunächst fällt auf, dass zwar nur gut ein Viertel aller in Nordrhein-Westfalen aktiven Anzeigenblattverlage Mitglieder im BVDA sind, sie gleichwohl aber mit einer Vielzahl an zumeist hochauflagigen Lokalausgaben ihrer Titel vergleichsweise großflächige Verbreitungsgebiete mit Schwerpunkten in den nordrhein-westfälischen Ballungsräumen abdecken. Denn die 40 BVDA-Mitgliedsverlage stellen deutlich mehr als die Hälfte aller Ausgaben von Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen und verfügen bei der verteilten Auflage über einen Marktanteil von sogar gut 70 %. Mit 9,3 Ausgaben bzw. einer Auflage von 332,0 Tsd. liegen die Durchschnittswerte pro Verlag bei den BVDA-Mitgliedern doppelt bzw. nahezu doppelt so hoch wie die entsprechenden Werte für die Gesamtheit aller Verlage.

Nochmals deutlich ausgeprägter und übermächtiger sind die Marktanteile sowohl bei Titeln und Ausgaben, besonders aber bei der Auflage, die auf zeitungsverbundene Verlage entfallen. Mehr als vier von fünf der in Nordrhein-Westfalen an die Haushalte verteilten Exemplare von Anzeigenblättern liegen letztlich in der Herausgeberschaft und publizistischen Verantwortung von Tageszeitungsverlagen. Demgegenüber vergleichsweise weniger relevant ist die Rolle von zeitungsunabhängigen Anzeigenblattverlagen in Nordrhein-Westfalen.

Tab. 10.3 Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen 2019 – Strukturmerkmale nach Regierungsbezirken

	Verlage	Titel	lokale/reg. Ausgaben	Auflage (in Tsd. Ex.)*
insg.	149	388	685	18.865,1
Anteil in %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Durchschnitt je Verlag	-	2,6	4,6	126,6
Davon: Verlage mit Sitz im Regierungsbezirk Detmold				
insg.	36	63	90	2.147,5
Anteil	24,2 %	16,2 %	13,1 %	11,4 %
Durchschnitt je Verlag	-	1,8	2,5	59,6
Davon: Verlage mit Sitz im Regierungsbezirk Münster				
insg.	27	49	60	1.666,3
Anteil	18,1 %	12,6 %	8,8 %	8,8 %
Durchschnitt je Verlag	-	1,8	2,2	61,7
Davon: Verlage mit Sitz im Regierungsbezirk Arnsberg				
insg.	23	52	97	3.482,7
Anteil	15,4 %	13,4 %	14,2 %	18,5 %
Durchschnitt je Verlag	-	2,3	4,2	151,4
Davon: Verlage mit Sitz im Regierungsbezirk Düsseldorf				
insg.	31	106	239	6.868,2
Anteil	20,8 %	27,3 %	34,9 %	36,4 %

	Verlage	Titel	lokale/reg. Ausgaben	Auflage (in Tsd. Ex.)*
Durchschnitt je Verlag	-	3,4	7,7	221,6
Davon: Verlage mit Sitz im Regierungsbezirk Köln				
insg.	22	104	171	4.318,7
Anteil	14,8 %	26,8 %	25,0 %	22,9 %
Durchschnitt je Verlag	-	4,7	7,8	196,3
Davon: Verlage mit Sitz außerhalb von Nordrhein-Westfalen				
insg.	10	14	28	381,7
Anteil	6,7 %	3,6 %	4,1 %	2,0 %
Durchschnitt je Verlag	-	1,4	2,8	38,2

* gewichtete Auflage

Eine nach regionalen Gesichtspunkten vorgenommene Aufschlüsselung der aktuellen Daten zum Markt der Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen vermittelt das Bild eines zweigeteilten Bundeslandes. Die Marktstrukturen in den Regierungsbezirken Detmold und Münster unterscheiden sich demnach grundlegend von denen in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln; in Arnsberg wiederum lassen sich Merkmale aus beiden Landesteilen ausmachen.

Die Marktstrukturen sowohl in Detmold als auch in Münster sind den Daten zufolge weit mehr als in den anderen Landesteilen überwiegend von vielen eher kleinen oder auch sehr kleinen Verlagen geprägt, die ein zumeist sehr eng begrenztes lokales Verbreitungsgebiet mit Anzeigenblättern abdecken. Die verlegten Titel pro Verlag haben vielfach auch nur vergleichsweise niedrige Auflagen, und eine Unterteilung in verschiedene lokale oder sublokale Ausgaben erfolgt vielfach gar nicht, mitunter allenfalls in Ansätzen.

Ganz anders die Situation im Rheinland: Vorherrschend in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln sind insbesondere große, zumeist zeitungverbundene Anzeigenblattverlage, die ein hochauflagiges Portfolio von zumeist vielzähligen Lokalausgaben von Anzeigenblättern herausgeben und damit großflächig in der Region verankert sind. Mit annähernd 8 (Lokal-)Ausgaben und einer Auflage von knapp unter bzw. knapp über 200,0 Tsd. Exemplaren liegen die Durchschnittswerte pro Verlag in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln um zum Teil deutlich mehr als das Dreifache über den entsprechenden Kennziffern in Detmold und Münster. Mit anderen Worten: Im rheinländischen Teil von Nordrhein-Westfalen ist das Konzentrationsniveau und die Übermacht einiger weniger (fast ausnahmslos zeitungverbundener) Anzeigenblattverlage deutlich ausgeprägter als im westfälischen Teil.

Im Regierungsbezirk Arnsberg schließlich lässt sich, vereinfacht gesprochen, ein Ost-West-Gefälle feststellen. In den weiter östlich gelegenen Landkreisen ähneln die Marktstrukturen eher denen in den Regierungsbezirken Detmold und Münster. Je weiter westlich man schaut, umso mehr gleichen sie sich den Gegebenheiten in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln an.

Legende zu Tabelle 10.4

- Verlagsangabe unterstrichen: Es handelt sich beim herausgebenden Verlag um einen Zeitungsverlag oder um einen Tochterverlag eines Zeitungsverlages oder um einen anderen Verlag mit Mehrheitsbeteiligung eines Zeitungsverlages.
- **Verlagsangabe in fett**: Es handelt sich um einen BVDA-Mitgliedsverlag.
- *Auflage in kursiv*: Es handelt sich dabei um eine Verlagsangabe (= nicht ADA-kontrollierte Auflage).
- Auflage mit *: Ausgewiesen ist hier nur der an Hand der Haushaltszahl im jeweiligen NRW-Teil-Verbreitungsgebiet rechnerisch ermittelte Auflagenanteil der jeweiligen AZB-Ausgabe, der auf NRW entfällt.
- AZB-Titel sowie Auflagen grau unterlegt sowie mit aufgelöster horizontaler Zellunterteilung: Diese Ausgaben von Anzeigenblättern werden in der BVDA-NRW-Auflistung jeweils nur summarisch als eine Ausgabe / ein Titel mit entsprechend kumulierter Gesamtauflage geführt.
- AZB-Titel bzw. Verlag plus AZB-Titel doppelt unterstrichen: Diese Titel bzw. Verlage und Titel werden in der BVDA-NRW-Auflistung gar nicht geführt.

Tab. 10.4 Lokalausgaben aller Anzeigenblätter nach Regierungsbezirk

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Regierungsbezirk Detmold						
<u>Bruns Verlags-GmbH & Co. KG</u> (Minden)	Weser-Spucker	Wochenblatt für den Mühlenkreis [Ausgabe Mindener Land]	mi	61.400	Lk Minden-Lübbecke	
	Weser-Spucker	Wochenblatt für den Mühlenkreis [Ausgabe Lübbecke]	mi	31.500	Lk Minden-Lübbecke	www.weserspucker.de (E-Paper)
	Weser-Spucker	Wochenblatt für den Mühlenkreis [Ausgabe Bad Oeynhausen]	mi	18.200	Lk Minden-Lübbecke	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH (Minden)	Willem	Wochenend-Magazin links und rechts der Weser [Ausgabe Minden]	sa	64.400	Lk Minden-Lübbecke	www.willem-online.de (E-Paper)
	Willem	Wochenend-Magazin links und rechts der Weser [Ausgabe Lübbecke]	sa	36.750	Lk Minden-Lübbecke	
	OWL am Mittwoch	Zeitung für die Stadt Bielefeld	mi	105.200	Stadt Bielefeld	
	<u>OWL am Mittwoch</u>	Zeitung für Bielefeld [Ausgabe Bielefeld-Land]	mi	35.400	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh	
	OWL am Sonntag	Bielefeld am Sonntag	so	150.800	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh	
Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)	OWL am Sonntag	Bielefeld am Sonntag [Ausgabe Bielefeld-Land]	so	26.700	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh	www.owl-am-sonntag.de (Portal, E-Paper)
	OWL am Donnerstag	Zeitung für den Kreis Paderborn	do	82.200	Lk Paderborn	
	OWL am Sonntag	Zeitung für Paderborn	so	78.000	Lk Paderborn	
	OWL am Mittwoch	Zeitung für den Kreis Gütersloh	mi	49.700	Lk Gütersloh	
	<u>OWL am Mittwoch</u>	Kreis Gütersloh [Ausgabe Gütersloh-Land/Halle]	mi	55.700	Lk Gütersloh	
	OWL am Sonntag	Kreis Gütersloh	so	53.000	Lk Gütersloh	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	OWL am Sonntag	Zeitung für den Altkreis Halle	so	27.900	Lk Gütersloh	
Noch:	OWL am Mittwoch	Zeitung für Bünde, Kirchlengern, Enger u. Spenge	mi	29.400	Lk Herford	
<u>Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)</u>	OWL am Donnerstag	Zeitung für Herford, Bad Oeynhausen und Vlotho	do	51.500	LK Herford, LK Minden-Lübbecke	
	OWL am Sonntag	Kreis Herford und Bad Oeynhausen	so	75.500	LK Herford, LK Minden-Lübbecke	
	<u>OWL am Donnerstag</u>	Zeitung für den Altkreis Lübbecke	do	30.000	LK Minden-Lübbecke	www.owl-am-sonntag.de (Portal, E-Paper)
	<u>OWL am Sonntag</u>	Zeitung für den Altkreis Lübbecke	so	30.000	LK Minden-Lübbecke	
	<u>OWL am Sonntag</u>	Zeitung für den Kreis Höxter	so	28.200	Lk Höxter	
	<u>OWL am Sonntag</u>	Zeitung für Warburg, Borgentreich, Willebadessen und Nordhessen	so	18.100*	Lk Höxter, Lk Waldeck-Frankenberg [HE]	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Huxaria Extra	Wochenzeitung für Höxter, Beverungen, Steinheim, Nieheim u. Marienmünster	mi	28.200	Lk Höxter	
	Brakel erleben	Wochenzeitung für Brakel	do	8.000	Lk Höxter	
	Bad Driburg aktuell	-	do	8.200	Lk Höxter	
	Desenberg Bote	Warburg extra	mi	18.900*	Lk Höxter, Lk Kassel [He], Lk Waldeck-Frankenberg [HE]	
	<u>Steinheim erleben</u>	Amtsblatt der Stadt Steinheim	monatl.	<u>2.000</u>	Lk Höxter	
	<u>Sintfeld Bote</u>	Mit Mitteilungen u. Nachrichten aus dem Rathaus	monatl.	<u>1.300</u>	Lk Paderborn	
	<u>Willebadessen erleben</u>	-	monatl.	<u>1.400</u>	Lk Höxter	
	<u>Borgerntreich erleben</u>	-	monatl.	<u>1.000</u>	Lk Höxter	
	<u>Kalletaler Blick</u>	-	10x jährl.	<u>1.300</u>	Lk Höxter	
	<u>Marienmünster erleben</u>	-	monatl.	<u>700</u>	Lk Höxter	
	<u>Treffpunkt Nieheim</u>	-	6x jährl.	<u>700</u>	Lk Höxter	
	<u>Wir in Löhne</u>	-	10x jährl.	<u>2.500</u>	Lk Herford	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Noch:	<u>Borchen aktuell</u>	Dörenhagen · Alfien · Nordborchen · Kirchborchen	monatl.	<u>1.500</u>	Lk Paderborn	
Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)	<u>Stemwede aktuell</u>	Offizielles Mitteilungsblatt der Gemeinde Stemwede	do (14 tägl.)	<u>5.700</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.owl-am-sonntag.de (Portal, E-Paper)
	<u>Delbrücker Stadtpost</u>	-	mi (14 tägl.)	<u>10.000</u>	Lk Paderborn	http://delbruecker-stadtpost.de (E-Paper)
	Der Rietberger	-	mi (14 tägl.)	<u>6.500</u>	Lk Gütersloh	www.der-rietberger.de (Portal, E-Paper)
Lippischer Zeitungs-verlag Giesdorf GmbH & Co. KG (Detmold)	LN Lippische Neueste Nachrichten	Ausgabe Detmold/Horn-Bad Meinberg/ Augustdorf	sa	43.850	Lk Lippe	
	LN Lippische Neueste Nachrichten	Ausgabe Bad Salzuflen/ Lage /Oerlinghausen-Helpup/ Leopoldshöhe	sa	45.350	Lk Lippe	-
	LN Lippische Neueste Nachrichten	[Ausgabe Lemgo/Dörentrup/ Blomberg/Barntrup]	sa	33.605	Lk Lippe	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Detmolder Kurier	Heimatliches Informations- und Anzeigenblatt für Detmold	monatl.	<u>7.500</u>	Lk Lippe	
	Stadt-Anzeiger	Heimatliches Informationsblatt für die Großgemeinde Horn-Bad Meinbg.	monatl.	<u>3.700</u>	Lk Lippe	
Kurier-Verlag GmbH & Co. KG (Horn-Bad Meinberg)	Höxter-Kurier	Heimatliches Informations- und Anzeigenblatt für Höxter, Beverungen und Umgebung	monatl.	<u>5.400</u>	Lk Höxter	www.kurier-verlag.net (E-Paper)
	Steinheimer Blickpunkt	Heimatliches Informationsblatt für Steinheim, Schieder-Schwalenberg, Nieheim und Blomberg	monatl.	<u>5.300</u>	Lk Höxter, Lk Lippe	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Bad Driburger Kurier	Heimatliches Informations- und Anzeigenblatt für Altenbeken, Bad Driburg, Brakel u. Umgebung	monatl.	<u>4.600</u>	Lk Höxter, Lk Paderborn	
Der Postillon, Inh. Peter Thiele e. K. (Lage)	Postillon	Wochenkurier nicht nur für Lage	mi	18.000	Lk Lippe	www.postillon.com (Portal, E-Paper)
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Detmold]	mi	31.080	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Lemgo]	mi	15.220	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Bad Salzuflen]	mi	21.910	Lk Lippe	
<u>Opper-</u> <u>mann</u> <u>Druck-</u> <u>und</u> <u>Verlags-</u> <u>gesell-</u> <u>schaft</u> <u>mbH &</u> <u>Co. KG,</u> <u>(Roden-</u> <u>berg/ Nds;</u> <u>Zweig-</u> <u>niederl.</u> <u>Detmold)</u>	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Lage]	mi	14.275	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Detmold]	sa	32.165	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe West: Leopoldshöhe, Oerlinghausen, Augustdorf]	sa	16.680	Lk Lippe	www.lippe-aktuell.de (Firma)
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Süd: Blomberg, Horn-Bad Meinberg, Lügde]	sa	25.635	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Lemgo]	sa	16.075	Lk Lippe	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Bad Salzuflen]	sa	22.110	Lk Lippe	
	<u>Lippe aktuell</u>	[Ausgabe Lage]	sa	15.045	Lk Lippe	
<u>Weser-Region</u> <u>Werbeverlag GmbH</u>	<u>Hallo Mittwoch</u>	Hamelnd/Pyrmont [Ausgabe Bad Pyrmont]	mi	4.200*	Lk Hameln-Pyrmont (Nds), Lk Lippe	www.hallo-hamelnd-pyrmont.de (E-Paper)
(Hamelnd/Nds)	<u>Hallo zum Sonntag</u>	Hamelnd/Pyrmont [Ausgabe Bad Pyrmont]	sa	4.200*	Lk Hameln-Pyrmont (Nds), Lk Lippe	
<u>NeueWoche Verlag GmbH (Hamelnd/Nds)</u>	<u>NW die neueWoche</u>	-	fr (14 tgl.)	<u>600*</u>	Lk Hameln-Pyrmont (Nds), Lk Lippe	www.neuewoche.com (Portal, E-Paper)
<u>OberweserWochezeitung-Verlags GmbH (Hofgeismar/He)</u>	<u>Warburg zum Sonntag</u>	Amtliches Bekanntmachungorgan der Hansestadt Warburg	sa	22.616	Lk Hxter	www.warburgzumsonntag.de (Portal, E-Paper)
	<u>OWZ zum Sonntag</u>	-	sa	41.400*	Lk Hxter, Lk Holzminden (Nds)	www.owzzumsonntag.de (Portal, E-Paper)
	<u>beverunger rundschau</u>	Amtsblatt Stadt Beverungen	mi	16.406	Lk Hxter	www.beverunger-rundschau.de (Portal, E-Paper)
<u>Druck- und Verlags- haus Hüpke & Sohn Weser-land-Verlag</u>	<u>SCHAU-fenster</u>	-	mi	4.700*	Lk Holzminden (Nds), Lk Hxter	www.schaufenster-epaper.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>GmbH</u> <u>(Holz-</u> <u>minden/</u> <u>Nds)</u>						
<u>Pader-</u> <u>Verlag</u> <u>GmbH</u> <u>(Pader-</u> <u>born)</u>	Paderborn am Sonntag	-	sa	85.430	Lk Paderborn	www.pbams.de (Portal, E-Paper)
Stroh- meier Medien Werbe- agentur GmbH (Lemgo)	Telegraf	OWL	do	111.390	Lk Lippe	www.newsgo.de (Portal, E-Paper)
PEINE Design & Marketing GmbH & Co. KG (Rietberg)	RSA Rietberger Stadt- anzeiger	Informationen für Rietberg, Bokel, Druffel, Mastholte, Neuenkirchen, Varensell und Westerwiehe	do (14 tägl.)	<u>6.000</u>	Lk Gütersloh	www.blatt-der- stadt.de (Portal, E-Paper)
<u>Teuto</u> <u>Express</u> <u>Verlags-</u> <u>GmbH</u> <u>(Bad</u> <u>Rothen-</u> <u>felde/</u> <u>Nds)</u>	<u>Teuto</u> <u>express</u> <u>aktuell</u>	Informationen für Vermold, Borgholzhausen	sa (14 tägl.)	<u>5.000</u>	Lk Gütersloh	www.teutoexpres s.de (E-Paper)
<u>Hegge-</u> <u>mann-</u> <u>medien</u> <u>GmbH</u> <u>(Bad Lipp-</u> <u>springe)</u>	<u>Bad Lipp-</u> <u>springer</u> <u>Nach-</u> <u>richten</u>	-	mi (14 tägl.)	<u>10.800</u>	Lk Paderborn	www-bad- lippspringer- nachrichten.de

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
						(Portal, E-Paper)
	<u>Paderborner Journal</u>	-	mi (14 tägl.)	<u>42.500</u>	Lk Paderborn	www.paderborner-journal.de (Portal, E-Paper)
<u>Christof Kerber GmbH & Co. KG (Bielefeld)</u>	<u>Senner Ortszeit</u>	Informationen – Meinungen - Termine aus dem Bielefelder Süden. Für den Stadtbezirk Bielefeld-Senne und die angrenzenden Stadtteile	monatl.	<u>4.500</u>	Stadt Bielefeld	www.sennerortszeit.de (E-Paper)
<u>Horst Husemüller (Lübbecke)/ Panorama Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH (Bielefeld)</u>	<u>neue Umschau</u>	-	monatl.	<u>8.300</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.neue-umschau.de (Portal, E-Paper)
<u>Klaus-D. Kuhlmann Verlags- und Werbe-gesell-</u>	<u>Extra-Blatt vom Zeitungs-jungen</u>	Großraum Lübbecke, Hüllhorst und Herford	monatl.	<u>5.500</u>	Lk Minden-Lübbecke, Lk Herford	www.evz-web.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>schaft mbH (Bünde)</u>	<u>Extra-Blatt vom Zeitungs-jungen</u>	Großraum Bünde, Kirchlengern und Rödinghausen	monatlich	<u>5.900</u>	Lk Herford	
<u>Werbedruck Zünkler GmbH & Co. KG (Bielefeld)</u>	<u>Senne Rundschau</u>	-	do (14 tägl.)	<u>6.800</u>	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh, Lk Lippe	www.senne-rundschau.de (E-Paper)
<u>Media & Service Büro Bernd Lochmüller (Bielefeld)</u>	<u>Schildesche erleben</u>	Stadtmagazin für Schildesche, Sudbrack und Gellershagen	monatlich	<u>3.700</u>	Stadt Bielefeld	www.schildesche-erleben.de (Portal, E-Paper)
<u>Pixel desktop publishing Michael Bartels (Bielefeld)</u>	<u>Blickpunkt</u>	Magazin für Jöllenbeck, Theesen und Vilsendorf	monatlich	<u>2.100</u>	Stadt Bielefeld	www.blickpunkt-joellembeck.de (Portal, E-Paper)
<u>Ulrich & Martin Meyer GmbH & Co. KG (Espelkamp)</u>	<u>Espelkammer Nachrichten</u>	-	monatlich	<u>3.500</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.espelkamer-nachrichten.de (E-Paper)
	<u>Stadtgespräch</u>	Magazin für das Lübbecke Land	monatlich	<u>3.600</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.stadtgesprach-luebbecke.de (E-Paper)
<u>Gewerbeverein Herzebrock-Clarholz e. V.</u>	<u>Markt und Gemeinde</u>	Mitteilungen aus Herzebrock-Clarholz, Beelen und Lette	monatlich	<u>2.700</u>	Lk Gütersloh	www.markt-und-gemeinde.de/magazin.html (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Record Team Marketing GmbH (Langenberg)</u>	<u>Trend</u>	Aktuelles aus Langenberg, Benteler, Bad Waldliesborn, Wadersloh, Liesborn, Stromberg, Mastholte, Bokel & Batenhorst	monatl.	<u>2.900</u>	Lk Gütersloh	www.trend-lokal.de (E-Paper)
<u>WIP Medien GmbH & Co. KG (Petershagen)</u>	<u>Petershäger Anzeiger</u>	regional, aktuell, kostenlos	monatl.	<u>3.900</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.petershaeger-anzeiger.de (Portal, E-Paper)
<u>Kölle-Druck GmbH (Preußisch Oldendorf)</u>	<u>Preußisch Oldendorfer Rundblick</u>	Amtsblatt der Stadt Preußisch Oldendorf	monatl.	<u>2.400</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.kölle-druck.de/rundblick_online (E-Paper)
<u>Die Kiepe-Verlags GmbH (Rahden)</u>	<u>Die Kiepe</u>	Wurfsendung an alle Haushalte	do (14 tägl.)	<u>13.800</u>	Lk Minden-Lübbecke	www.diekiepe.de (E-Paper)
<u>M.E. Verlag GmbH & Co. KG/ lokalpioniere GmbH & Co. KG (Rheda-W.)</u>	<u>Das Stadtgespräch</u>	Magazin für Rheda-Wiedenbrück	monatl.	<u>5.300</u>	Lk Gütersloh	www.mein-rhdw.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Hüppmeier Marketing & Design GmbH (Salzkotten)</u>	<u>stadtquelle Salzkotten</u>	-	monatl.	<u>2.500</u>	Lk Paderborn	www.stadtquelle-salzkotten.de (E-Paper)
<u>K&J Verlag Ilske GbR (Schloß Holte-Stukenbrock)</u>	<u>Stadtjournal SHS</u>	Das informative Magazin für Schloß Holte-Stukenbrock und Umgebung	monatl.	<u>4.200</u>	Lk Gütersloh	www.stadtjournal-shs.de (E-Paper)
<u>Förderverein des Heimat- und Verkehrsvereins Schloß Holte-Stukenbrock e. V. (Schloß Holte-Stukenbrock)</u>	<u>Der Stadt-Anzeiger</u>	für Schloß Holte-Stukenbrock und Umgebung	monatl.	<u>2.500</u>	Lk Gütersloh	www.hvv-shs.de (Portal, E-Paper)
<u>Senne FORUM</u>	<u>Senne FORUM</u>	-	monatl.	<u>5.500</u>	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh, Lk Lippe	www.senneforum.de (E-Paper)
<u>Dieter Erichlandwehr (Schloß Holte-Stukenbrock)</u>	<u>Verler Magazin</u>	-	monatl.	<u>3.600</u>	Lk Gütersloh	www.verlermagazin.de (Firma)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>KV Verlag Claudia Vogt (Spenge)</u>	<u>Spenger Echo</u>	aktuell, informativ, kompetent	mo- natl.	<u>1.600</u>	Lk Herford	www.spenger- echo.de (Firma)
<u>Güth& Kramer Medien (Stein- hagen)</u>	<u>Meilenstein</u>	Ummeln – Brackwede – Senne – Quelle – Steinhagen – Isselhorst – Avenwedde - Friedrichsdorf	6x jähr.	<u>900</u>	Stadt Bielefeld, Lk Gütersloh	www.gk- medien.com (E- Paper)
<u>Martina und Lothar Weber (Verl)</u>	<u>Verler Leben</u>	-	mo- natl.	<u>6.900</u>	Lk Gütersloh	www.verler- leben.de (Firma)
	<u>Blickpunkt</u>	Enger · Hiddenhausen [Ausgabe Enger]	mo- natl.	<u>2.000</u>	Lk Herford	
<u>BVG Brinkhoff Verlags- gesell- schaft mbH (Enger)</u>	<u>Blickpunkt</u>	Enger · Hiddenhausen [Ausgabe Hiddenhausen]	mo- natl.	<u>1.900</u>	Lk Herford	www.derblickpun kt.de (Portal)
	<u>Blickpunkt</u>	Spenge	mo- natl.	<u>2.000</u>	Lk Herford	
	<u>Blickpunkt</u>	Herford · Löhne mit Bad Oeynhausen [Ausgabe Herford]	mo- natl.	<u>4.200</u>	Lk Herford	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Blickpunkt</u>	Herford · Löhne mit Bad Oeynhausen [Ausgabe Löhne]	monatl.	<u>4.200</u>	Lk Herford, Lk Minden-Lübbecke)	
<u>Digitales-Gesellschaft für Print- und Info-medien mbH (Wagenfeld/Nds)</u>	<u>Klön snack</u>	– Düt und dat – för jeden wat	14tägl.	<u>4.400*</u>	Lk Minden-Lübb., Lk Diepholz (Nds), Lk Nienburg (Nds)	www.kloensnack.de (Portal, E-Paper)
	<u>Das blaue Blatt</u>	– Leopoldshöhe	fr (14 tägl.)		Lk Lippe	
<u>InSign – A.+D. Klee GbR (Leopoldshöhe)</u>	<u>Das blaue Blatt</u>	– Bad Salzuflen	fr (14 tägl.)	<u>19.000</u>	Lk Lippe	www.dasblatt.de (Portal, E-Paper)
	<u>Das blaue Blatt</u>	– Stadt Bielefeld	fr (14 tägl.)		Stadt Bielefeld	
	<u>Das blaue Blatt</u>	– Oerlinghausen	Fr (14 tägl.)		Lk Lippe	
<u>Haller Kreisblatt Verlags-GmbH (Halle)</u>	<u>Stein-hagener Schau-fenster</u>	-	11x jährl.	<u>2.300</u>	Lk Gütersloh	
	<u>Versmold Aktuell</u>	-	monatl.	<u>2.100</u>	Lk Gütersloh	www.haller-kreisblatt.de (Portal)
	<u>Werther Aktuell</u>	-	monatl.	<u>2.100</u>	Lk Gütersloh	
	<u>Pium Aktuell</u>	-	4x jährl.	<u>300</u>	Lk Gütersloh	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online	
<u>Hans Gieselmann Druck und Medienhaus GmbH & Co. KG/Heimat- und Geschichtsverein Quelle e. V. (Bielefeld)</u>	<u>Queller Blatt</u>	Berichte und Meinungen aus Quelle	monatl.	<u>700</u>	Stadt Bielefeld	www.heimatverein-quelle.de (E-Paper)	
		Auflagenstärkste Monatszeitung kreisweit	monatl.	<u>6.000</u>	Lk Herford		
		[Ausgabe Löhne]					
		<hr/>					
<u>News Paper Werbung und Verlag GmbH & Co. KG (Melle/Nds)</u>	<u>Stadtgespräch</u>	Auflagenstärkste Monatszeitung kreisweit	monatl.	<u>4.900</u>	Lk Herford		
		[Ausgabe Herford]					
						www.stadtgesprach-online.com (E-Paper)	
		<hr/>					
<u>News Paper Werbung und Verlag GmbH & Co. KG (Melle/Nds)</u>	<u>Stadtgespräch</u>	Auflagenstärkste Monatszeitung kreisweit	monatl.	<u>5.600</u>	Lk Herford		
		[Ausgabe Bünde]					
		<hr/>					
		<u>News Paper Werbung und Verlag GmbH & Co. KG (Melle/Nds)</u>	<u>Stadtgespräch</u>	Auflagenstärkste Monatszeitung kreisweit	monatl.	<u>5.400</u>	Lk Herford
[Ausgabe Spenge/Enger]							
<hr/>							

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Nordlippischer Anzeiger GmbH (Extertal)</u>	<u>Nordlippischer Anzeiger</u>	Lippe aktuell	sa	17.735	Lk Lippe	www.nordlipper.de (Portal, E-Paper)
Regierungsbezirk Münster						
	Hallo	Münster	sa	116.000	Stadt Münster	www.ag-muensterland.de/muenster (E-Paper)
	Hallo	Greven · Reckenfeld · Gimfte · Altenberge · Nordwalde · Saerbeck	sa	24.080	Lk Steinfurt	www.ag-muensterland.de/greven (E-Paper)
<u>AGM Anzeigenblatt-gruppe Münsterland GmbH (Münster)</u>	Hallo	Greven · Reckenfeld · Altenberge · Nordwalde	mi	21.490	Lk Steinfurt	
	Hallo	Lüdinghausen · Seppenrade · Nordkirchen · Cappelle · Südkirchen · Olfen · Vinnum · Senden · Bösensell · Ottmarsbocholt	sa	25.040	Lk Coesfeld	www.ag-muensterland.de/luedinghausen (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Hallo	Lüdinghausen · Seppenrade · Nordkirchen · Capelle · Südkirchen · Olfen · Vinum · Senden · Bösensell · Ottmarsbocholt	mi	25.040	Lk Coesfeld	
	<u>Hallo Plus</u>	-	sa	17.670	Lk Steinfurt	www.ag-muensterland.de/steinfurt (E-Paper)
	Hallo	Telgte · Westbevern · Raestrup · Everswinkel · Alverskirchen · Ostbevern	sa	13.510	Lk Steinfurt	www.ag-muensterland.de/telgte (E-Paper)
	Blickpunkt	Ahlen · Vorhelm · Tönnishäuschen · Enniger	sa	26.620	Lk Warendorf	www.ag-muensterland.de/ahlen (E-Paper)
	Blickpunkt	Warendorf · Einen · Freckenhorst · Milte · Müssingen · Hoetmar · Beelen · Sassenberg · Füchtorf	sa	23.310	Lk Warendorf	www.ag-muensterland.de/warendorf (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Emskurier</u>	Informationen für Harsewinkel, Marienfeld, Greffen, Clarholz und Versmold	monatl.	<u>3.000</u>	Lk Warendorf, Lk Gütersloh	www.ag-muensterland.de/harsewinkel (E-Paper)
<u>Noch:</u>					Lk Steinfurt,	
<u>AGM Anzeigenblattgruppe Münsterland GmbH (Münster)</u>	<u>Grenzland Wochenpost</u>	-	do	36.340*	Lk Grafschaft Bentheim (Nds.)	www.gwp-gronau.de (E-Paper)
	<u>Grenzland Wochenpost extra</u>	-	sa	35.550	Lk Steinfurt	
	<u>Dreingau Zeitung</u>	Drensteinfurt, Rinkerode, Walstedde, Sendenhorst, Albersloh, Ascheberg, Herbern und Davensberg	mi	18.720	Lk Warendorf	www.dreingauzeitung.de (Portal, E-Paper)
	<u>Dreingau Zeitung</u>	Drensteinfurt, Rinkerode, Walstedde, Sendenhorst, Albersloh, Ascheberg, Herbern und Davensberg	sa	18.720	Lk Warendorf	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Aschen-</u> <u>dorff</u> <u>Medien</u> <u>GmbH &</u> <u>Co. KG</u> (Münster)	WN Lengericher Wochen- blatt	-	mi	20.990	Lk Steinfurt	www.ag- muensterland.de/ lengerich (E- Paper)
	<u>WN</u> <u>Lengericher</u> <u>Wochen-</u> <u>blatt extra</u>	-	sa	20.990	Lk Steinfurt	
<u>Kroog</u> <u>Verlags-</u> <u>GmbH &</u> <u>Co. KG</u> (Wester- kappeln)	Wochen- blatt	Amtsblatt für die Gemeinden Westerkappeln und Lotte	do	17.570*	Lk Steinfurt, Stadt Osnabrück (Nds.)	www.wochenblatt - westerkappeln.d e (E-Paper)
<u>Stadt-</u> <u>anzeiger</u> <u>Verlag</u> <u>GmbH</u> (Coesfeld)	Stadt- Anzeiger	Coesfeld · Dülmen · Baumberge · Lette · Rosendahl · Gescher · Legden	mi	59.650	Lk Coesfeld, Lk Borken	www.stadtanzeig er-coesfeld.de Portal. E-Paper)
	Stadt- Anzeiger	Dülmen · Coesfeld · Baumberge · Lette · Rosendahl · Gescher · Legden	mi		Lk Coesfeld, Lk Borken	
	<u>Stadt-</u> <u>Anzeiger</u> <u>extra</u>	Seit 1985 Ihre Zeitung im Kreis	sa	53.240	Lk Coesfeld	
<u>ST</u> <u>Anzeigen-</u> <u>blätter</u> <u>GmbH &</u> <u>Co. KG</u> (Münster)	Wir in Steinfurt	Unabhängige Wochenzeitung für Burgsteinfurt, Borghorst, Horstmar, Laer	mi	17.675	Lk Steinfurt	www.wirin.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wir in Detten	Unabhängige Wochenzeitung für Emsdetten, Neuenkirchen, St. Arnold, Mesum, Saerbeck und Wettringen	mi	25.675	Lk Steinfurt	
<u>Wir in Detten GmbH & Co. KG</u> (Emsdetten)						www.wirin.de (Portal, E-Paper)
	Wir in Rheine	Unabhängige Wochenzeitung für Rheine, Dreierwalde, Salzbergen und Spelle	mi	35.400	Lk Steinfurt	
	Wir in am Samstag	Wochenendzeitung für Emsdetten	sa	14.000	Lk Steinfurt	
<u>JM Verlags GmbH & Co. KG</u> (Borken)	stadt-anzeiger	Der Mittwoch	mi	38.920	Lk Borken	www.stadtanzeiger-borken.de (Portal, E-Paper)
	stadt-anzeiger	Der Samstag	sa	38.920	Lk Borken	
<u>Temming Verlag KG</u> (Bocholt)	Mein Stadtkurier	...die lokale Servicezeitung für die Region! Bocholt · Rhede · Issel-burg · Anholt · Hamminkeln · Dingden	mi	46.745	Lk Borken, Lk Wesel	www.mein-stadtkurier.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Mein Stadtkurier	...die lokale Servicezeitung für die Region! Bocholt · Rhede · Isselburg · Anholt · Hamminkeln · Dingden	sa	46.745	Lk Borken, Lk Wesel	
Wochenpost GmbH & Co. KG (Stadtlohn)	Wochenpost	Die Woche im westlichen Münsterland	mi	41.450	Lk Borken	www.wochenpostonline.de (Portal, E-Paper)
	Wochenpost kompakt	Der Sonntag im westlichen Münsterland	so	41.450	Lk Borken	
Andreas Middendorf (Münster)	<u>mittendrin</u>	Das Magazin für das Tecklenburger Land	monatl.	<u>4.800</u>	Lk Steinfurt	www.das-magazin-mittendrin.de (E-Paper)
Spöckenkieker-Verlag Jörg Schöne (Sassenberg)	Spöckenkieker	Kostenlos zum Mitnehmen	sa (14 tägl.)	<u>19.800</u>	Lk Warendorf	www.spoekenkieker.inf0 (Portal, E-Paper)
Ibbenbürener Wochenblatt Verlags-gesellschaft mbH & Co. KG (Ibbenbüren)	IBBenbürener Anzeiger	Für Ibbenbüren, Recke, Mettingen, Westerkappeln, Lotte, Tecklenburg, Hörstel und Hopsten	mi	54.150	Lk Steinfurt	www.ibb-anzeiger.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>lvz. medien GmbH & Co. KG (Ibbenbüren)</u>	<u>Unser Wochenende</u>	im Tecklenburger Land	sa	26.800	LK Steinfurt	-
<u>Rheiner Report GmbH (Rheine)</u>	Rheiner Report am Wochenende	Kostenlose Zeitung für Rheine und Umgebung	sa	49.430	Lk Steinfurt	www.rheiner-report.de (E-Paper)
<u>E. Holterdorf GmbH & Co. KG (Oelde)</u>	wesekurier am Mittwoch	Ahlen · Vorhelm · Tönnishäuschen · Dolberg · Sendenhorst · Beckum · Neubeckum · Roland · Vellern · Ennigerloh · Enniger · Wadersloh · Diestedde	mi	54.400	Lk Warendorf	www.die-glocke.de (E-Paper)
	wesekurier am Mittwoch	Beckum · Neubeckum · Roland · Vellern · Ennigerloh · Enniger · Wadersloh · Diestedde · Ahlen · Vorhelm · Tönnishäuschen · Dolberg · Sendenhorst	mi		Lk Warendorf	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Echo am Samstag</u>	-	sa	62.850	Lk Warendorf, Lk Gütersloh	-
VWG Verlags-gesell-schaft West-münster-land GmbH (Dülmen)	SL streiflichter	Ausgabe Dülmen	mi	35.278	Lk Coesfeld	www.streiflichter.com (Portal, E-Paper)
	SL streiflichter	Ausgabe Coesfeld	mi	24.222	Lk Coesfeld	
Report Verlags-gesell-schaft mbH (Bocholt)	Bocholter Report	Ihre Lokalzeitung für Bocholt · Rhede · Isselburg · Anholt · Hamminkeln · Dingden	mi	46.100	Lk Borken, Lk Wesel	www.bocholter-report.eu (E-Paper)
	Bocholter Report	Ihre Lokalzeitung für Bocholt · Rhede · Isselburg · Anholt · Hamminkeln	sa	46.100	Lk Borken, Lk Wesel	
Druckerei Franz Gescher Inh. Mechthild Gescher e. K. (Vreden)	Vredener Anzeiger	Wochenblatt	mi	10.200	Lk Borken	www.gescher.com (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Kurier zum Sonntag	Verbraucherzeitung für Recklinghausen, Marl, Herten, Datteln, Waltrop und Oer-Erkenschwick [Ausgabe Recklingshs.]	sa	59.200	Lk Recklinghausen	
<u>KM Kurier Medien GmbH & Co. KG</u> (Recklinghausen)	Kurier zum Sonntag	Verbraucherzeitung für Recklinghausen, Marl, Herten, Datteln, Waltrop und Oer-Erkenschwick [Ausgabe Herten]	sa	31.700	Lk Recklinghausen	www.kurier-zum-sonntag.de (Portal, E-Paper)
	Kurier zum Sonntag	Verbraucherzeitung für Recklinghausen, Marl, Herten, Datteln, Waltrop und Oer-Erkenschwick [Ausgabe Ostvest]	sa	43.200	Lk Recklinghausen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Kurier zum Sonntag	Verbraucherzeitung für Recklinghausen, Marl, Herten, Datteln, Waltrop und Oer-Erkenschwick [Ausgabe Marl]	sa	41.900	Lk Recklinghausen	
Grone Verlag Inh. Dietmar Grone (Marl)	Marl aktuell	-	so	29.500	Lk Recklinghausen	www.marlaktuell.de (Portal)
	Sonntagsblatt im Vest	-	so	41.000	Lk Recklinghausen	
Mittendrin Verlag GmbH (Bottrop)	Bottrop Mittendrin	-	sa	58.500	Stadt Bottrop	www.mittendrin-verlag.de (E-Paper)
	Kirchhellen Mittendrin	-	sa		Stadt Bottrop	
<u>Gabriele Wendland Druck + Verlag (Harsewinkel)</u>	<u>Marktplatz</u>	Stadtmagazin für Harsewinkel, Marienfeld, Greffen, Brockhagen + Clarholz	monatl.	<u>3.500</u>	Lk Warendorf, Lk Gütersloh	www.marktplatz-hsw.de (E-Paper)
<u>Schau-fenster-Verlags GmbH (Oelde)</u>	<u>Oelder Schau-fenster</u>	Die Monatszeitschrift in Oelde, Stromberg, Lette und Sünninghausen	monatl.	<u>3.400</u>	Lk Warendorf	www.oelder-schaufenster.de (E-Paper)
<u>AS-Multi-media Print- u. Web-design</u>	<u>Dorf-gespräch</u>	Recke & Umgebung	7x jährl.	<u>900</u>	Lk Steinfurt	www.dorfgesprach-recke.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Andreas Schöwe (Hörstel)</u>	<u>Stadt-Journal</u>	Das Magazin für Ibbenbüren und Umgebung	7x jährl.	<u>2.700</u>	Lk Steinfurt	www.ibb-journal.de (E-Paper)
	<u>Stadtjournal Rheine</u>	Das reine Vergnügen für Rheine	7x jährl.	<u>2.700</u>	Lk Steinfurt	www.stadtjournal-rheine.de (E-Paper)
	<u>Marktplatz Mettingen</u>	kostenlos für Sie!	7x jährl.	<u>700</u>	Lk Steinfurt	www.mm-mettingen.de (E-Paper)
<u>OGV Druck & Verlag Marita Ostendorp (Rhede)</u>	<u>Rheder Stadtgespräch</u>	... wir sagen's Ihnen	monatl.	<u>1.700</u>	Lk Borken	www.rhedecity.de (E-Paper)
<u>Fleiter Druck Christian Fleiter (Wadersloh)</u>	<u>WDL aktuell</u>	Wadersloh · Diestedde · Liesborn	monatl.	<u>1.300</u>	Lk Warendorf	www.fleiterdruck.de (E-Paper)
<u>Tecklenborg Verlag GmbH & Co. KG (Steinfurt)</u>	<u>Der Steinfurter</u>	-	monatl.	<u>3.300</u>	Lk Steinfurt	www.tecklenborg-verlag.de (E-Paper)
Regierungsbezirk Arnsberg						
<u>Westfälischer Anzeiger</u> <u>Verlags-gesellschaft mbH & Co. KG (Hamm)</u>	stadt-anzeiger am mittwoch	für Hamm und Bönen Hamm live	mi	92.800	Stadt Hamm, Lk Unna	www.stadtanzeiger-hamm.de (E-Paper)
	stadt-anzeiger zum Sonntag	für Hamm und Bönen	sa	96.500	Stadt Hamm, Lk Unna	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	stadt- anzeiger zum sonntag	für Ahlen, Beckum, Drensteinfurt und Ennigerloh	sa	54.250	Lk Warendorf	www.stadtanzeig er-ahlen.de (E- Paper)
ZeitPunkt Verlag UG (Hamm)	Lippe Journal	Zeitung für das östliche Ruhrgebiet — und das südliche — Münsterland	sa (14 tägl.)	<u>24.900</u>	Stadt Hamm, Lk Unna, Lk Warendorf	www.lippejournal .com (E-Paper)
Werne am Sonntag GbR (Werne)	Werne am Sonntag	Zeitung für Werne, Stockum, Horst, Herbern, Capelle, Südkirchen, Rünthe	sa	21.115	Lk Unna	www.werne-am- sonntag.de (Portal, E-Paper)
W. Jahn Verlag GmbH & Co. KG (Soest)	stadt- anzeiger am Mittwoch	für den Kreis Soest	mi	80.500	Lk Soest	www.stadtanzeig er-soest.de (E- Paper)
	stadt- anzeiger zum Sonntag	für den Kreis Soest	sa	80.500	Lk Soest	
Wochen- Tip Verlags- gesell- schaft mbH & Co. KG (Lipp- stadt)	Wochentip	Ihre Anzeigenzeitung am Mittwoch	mi	64.000	Lk Soest	www.wochentip.d e (E-Paper)
<u>59</u> <u>Verlags</u> <u>GmbH</u> <u>und Co.</u> <u>KG (Lipp-</u> <u>stadt)</u>	<u>fünf neun</u>	Ihr Stadtmagazin für Lippstadt, Erwitte, Anröchte	mo- natl.	<u>10.400</u>	Lk Soest	www.fuenfneun.d e (Portal, E- Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Hitzeroth Druck + Medien GmbH & Co. KG (Marburg/ He)</u>	<u>Mein Hinterland extra</u>	Für alle erreichbaren Haushalte in Angelburg, Bad Endbach, Bad Laasphe, Biedenkopf, Breidenbach, Dautphetal, Gladenbach, Hatzfeld, Steffenberg	mi	6.200*	Lk Siegen-Wittgenstein;	http://mein-extra.de (E-Paper)
		—			Lk Marburg-Biedenkopf (He)	
<u>Gewerbeverein Marsberg e. V. (Marsberg)</u>	<u>Diemelbote</u>	Nachrichten für Marsberg und Umgebung	sa	29.100	Hochsauerlandkreis	www.diemelbote.de (Portal, E-Paper)
<u>Kurier-Verlag Lenne- stadt GmbH (Lenne- stadt)</u>	Sauerland-Kurier	für Lennestadt, Kirchhudem, Finnentrop und Umgebung. Hudem-Lenne Kurier	mi	27.070	Lk Olpe	
	Sauerland-Kurier	für Olpe, Drolshagen, Wenden, Attendorn und Umgebung	mi	39.270	Lk Olpe	www.sauerlandkurier.de (Portal, E-Paper)
	Sauerland-Kurier	für Lennestadt, Kirchhudem, Finnentrop und Umgebung	sa	27.070	Lk Olpe	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Sauerland-Kurier	für Olpe, Drolshagen, Wenden, Attendorn und Umgebung	sa	39.270	Lk Olpe	
	Sauerland-Kurier	für Winterberg, Hallenberg, Medebach und Umgebung. Asten-Kurier	mi	14.430	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für Schmallenberg, Eslohe und Umgebung	mi	18.060	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für die Stadt Arnsberg, Sundern und Umgebung	mi	56.830	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für Meschede, Bestwig, Brilon, Olsberg, Willingen und Umgebung	mi	42.990	Hochsauerlandkreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Sauerland-Kurier	für Schmallenberg, Eslohe, Winterberg, Medebach, Hallenberg und Umgebung	sa	32.490	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für die Stadt Arnsberg, Sundern und Umgebung	sa	56.830	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für Meschede, Bestwig, Brilon, Olsberg, Willingen und Umgebung	sa	42.990	Hochsauerlandkreis	
	Sauerland-Kurier	für Marsberg und Umgebung	sa	9.500	Hochsauerlandkreis	
Werbeagentur Thiesbrummel GmbH (Lippstadt)	Lippstadt am Sonntag	Sonntagszeitung für Lippstadt · Erwitte · Anröchte · Rüthen · Wadersloh	so	51.200	Lk Soest, Lk Warendorf	www.lpamsonntag.de (E-Paper)
Gröne & Partner GmbH (Geseke)	NR Neue Regionale	-	so	43.580	Lk Soest, Lk Paderborn	www.neueregionale.com (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Druckerei und Verlag Franz-Josef Molitor (Arnsberg)	Arnsberger Post	Das älteste, kostenlos verteilte Anzeigenblatt der Bundesrepublik Deutschland	monatlich	<u>4.300</u>	Hochsauerlandkreis	www.arnsbergerpost.de (E-Paper)
PRIOTEX-Medien GmbH (Brilon)	Briloner Anzeiger	DIE Wochenzeitung für die Städte Brilon, Olsberg, Willingen, Winterberg, Medebach und Hallenberg	mi	34.000	Hochsauerlandkreis	www.brilon-totallokal.de (Portal, E-Paper)
	Medebacher Anzeiger	Aktuell · Lokal · Gut informiert	mi		Hochsauerlandkreis	
	Winterberger Anzeiger	Aktuell · Lokal · Gut informiert	mi		Hochsauerlandkreis	
Siegerländer Wochenanzeiger GmbH & Co. KG (Siegen)	SWA	Der Siegerländer für den Mittwoch [Ausgabe Siegen]	mi	53.445	Lk Siegen-Wittgenstein	www.swa-wwa.de (E-Paper)
	SWA	Der Siegerländer für den Mittwoch [Ausgabe Kreuztal]	mi	29.646	Lk Siegen-Wittgenstein	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	SWA	Der Siegerländer für den Mittwoch [Ausgabe Freudenberg]	mi	20.640*	Lk Siegen-Wittgenstein, Lk Altenkirchen (RP), Lahn-Dill-Kreis (HE)	
	SWA	Der Wittgensteiner für den Mittwoch [Ausgabe Bad Berleburg]	mi	18.621	Lk Siegen-Wittgenstein	
Noch:	SWA	Der Siegerländer für das Wochenende [Ausgabe Siegen]	sa	53.445	Lk Siegen-Wittgenstein	
Siegerländer Wochen- Anzeiger GmbH & Co. KG (Siegen)	SWA	Der Siegerländer für das Wochenende [Ausgabe Freudenberg]	sa	20.640*	Lk Siegen-Wittgenstein, Lk Altenkirchen (RP), Lahn-Dill-Kreis (HE)	
	SWA	Der Siegerländer für das Wochenende [Ausgabe Kreuztal]	sa	29.646	Lk Siegen-Wittgenstein	www.swa- wwa.de (E- Paper)
	SWA	Der Wittgensteiner für das Wochenende [Ausgabe Bad Berleburg]	sa	18.651	Lk Siegen-Wittgenstein	
	SWA	Der Sauerländer für das Wochenende [Olpe]	sa	25.015	Lk Olpe	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	SWA	Der Sauerländer für das Wochenende [Ausgabe Lennestadt]	sa	36.540	Lk Olpe	
Kurier Verlag Siegen GmbH & Co. KG (Siegen)	Siegerland Kurier	für Siegen, Freudenberg, Mudersbach, Niederfischbach und Umgebung	sa	61.110	Lk Siegen-Wittgenstein	
	Siegerland Kurier	für Burbach, Neunkirchen, Wilnsdorf, Herdorf und Umgebung	sa	24.280	Lk Siegen-Wittgenstein	www.siegerlandkurier.de (Portal, E-Paper)
	Siegerland Kurier	für Kreuztal, Hilchenbach, Netphen und Umgebung	sa	30.300	Lk Siegen-Wittgenstein	
Wittgensteiner Wochenpost GmbH (Bad Berleburg)	Wittgensteiner Wochenpost	-	mi	21.700	Lk Siegen-Wittgenstein	www.wipo-online.de (Portal, E-Paper)
	Wittgensteiner Wochenpost	-	sa	21.700	Lk Siegen-Wittgenstein	
Märkischer Zeitungsverlag GmbH &	der bote am mittwoch	für den Märkischen Kreis	mi	96.457	Märkischer Kreis	www.derbote.net (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Co. KG (Lüden-scheid)	der bote zum sonntag	für den Märkischen Kreis	sa	96.803	Märkischer Kreis	
<u>Zeitungs- verlag Rubens GmbH & Co. KG</u> (Unna)	MonTakt	Das Wochenmagazin für Unna, Fröndenberg und Holzwickede	sa	52.100	Lk Unna	https://epaper.montakt.de (E-Paper)
	MonTakt	Das Wochenmagazin für Kamen und Bergkamen	sa	44.400	Lk Unna	
<u>Sonntags- kurier GmbH</u> (Kamen)	<u>Sonntags- Kurier</u>	Das Wochenmagazin für Lünen, Werne, Selm, Bork, Nordkirchen und Bergkamen-Nord	so	79.350	Lk Unna,	https://epaper.sonntagskurier.de (E-Paper)
		—			Lk Coesfeld	
<u>Ostruhr- Anzei- gen- blattge- sellschaft mbH & Co. KG</u> (Lünen)	Lüner Anzeiger	Lünen · Selm · Bork · Cappenberg	mi	56.500	Lk Unna	www.lueneranzeiger.de (Portal, E-Paper)
	Lüner Anzeiger	Lünen · Selm · Bork · Cappenberg	sa	56.500	Lk Unna	
	Stadt Anzeiger	Castrop-Rauxel	mi	37.250	Lk Reckling- hausen	www.stadtanzeiger-castrop-

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Anzeiger	Castrop-Rauxel	sa	37.250	Lk Recklinghausen	rauxel.de (Portal, E-Paper)
	Ruhr Anzeiger	Schwerte	mi	22.100	Lk Unna	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)
	Ruhr Bote	Schwerte	sa	22.100	Lk Unna	
	Witten aktuell	Annen · Bommern · Herbede · Heven · R'hsn · Stockum	mi	51.000	Ennepe-Ruhr-Kreis	www.wittenaktuell.de (Portal, E-Paper)
	Witten aktuell	Annen · Bommern · Herbede · Heven · R'hsn · Stockum	sa	51.000	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Süd]	mi	39.750	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Südwest]	mi	34.900	Stadt Bochum	www.stadtspiegel-bochum.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Ost]	mi	28.900	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Nord]	mi	40.100	Stadt Bochum	
Noch: Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG (Lünen)	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Süd]	sa	39.750	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Südwest]	sa	34.900	Stadt Bochum	www.stadtspiegel-bochum.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Ost]	sa	28.900	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Bochum [Ausgabe Bochum-Nord]	sa	40.100	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Wattenscheid	mi	39.000	Stadt Bochum	www.stadtspiegel-wattenscheid.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	Wattenscheid	sa	39.000	Stadt Bochum	
	Stadt Spiegel	Bottrop	mi	59.400	Stadt Bottrop	www.stadtspiegel-bottrop.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	Bottrop	sa	59.400	Stadt Bottrop	
	Stadt Spiegel	Gladbeck	mi	38.000	Lk Recklinghausen	www.stadtspiegel-gladbeck.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	Gladbeck	sa	38.000	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Dorsten	mi	39.000	Lk Recklinghausen	www.stadtspiegel-dorsten.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	Haltern	mi	16.050	Lk Recklinghausen	www.stadtspiegel-haltern.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	City-Anzeiger	mi	54.350	Stadt Dortmund	www.cityanzeiger-dortmund.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	City-Anzeiger	sa	54.350	Stadt Dortmund	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Anzeiger	Nord-Anzeiger	mi	32.900	Stadt Dortmund	www.nordanzeiger-dortmund.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	Nord-Anzeiger	sa	32.900	Stadt Dortmund	
	Stadt Anzeiger	Ost-Anzeiger	mi	39.750	Stadt Dortmund	www.ostanzeiger-dortmund.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	Ost-Anzeiger	sa	39.750	Stadt Dortmund	
	Stadt Anzeiger	Süd-Anzeiger	mi	80.150	Stadt Dortmund	www.suedanzeiger-dortmund.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	Süd-Anzeiger	sa	80.150	Stadt Dortmund	
	Stadt Anzeiger	West-Anzeiger	mi	65.000	Stadt Dortmund	www.westanzeiger-dortmund.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Anzeiger	West-Anzeiger	sa	65.000	Stadt Dortmund	
Grüne Druckerei und Verlag oHG (Dortmund)	Südwest Zeitung	-	monatl.	<u>6.500</u>	Stadt Dortmund	-
<u>Stadtspiegel Dortmund GmbH (Dortmund)</u>	<u>Stadtspiegel Dortmund</u>	Eine Zeitung für Dortmund und Umgebung	monatl.	<u>10.600</u>	Stadt Dortmund, Lk Recklinghs., Lk Unna	-
<u>Ruhrtal-Verlag</u>	<u>Der Bommeraner</u>	Monatsmagazin für Bommern, Bommerholz und Wengern	monatl.	<u>1.900</u>	Ennepe-Ruhr-Kreis	www.derbommeraner.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Björn Pinno (Witten)</u>	<u>Der Herbeder</u>	Monatsmagazin für Gesamt-Herbede, Heven-Dorf und -Lake	monatl.	<u>1.750</u>	Ennepe-Ruhr-Kreis	www.derherbeder.de (E-Paper)
	<u>Der Wetteraner</u>	Monatsmagazin für Gesamt-Wetter	monatl.	<u>2.400</u>	Ennepe-Ruhr-Kreis	www.derwetteraner.de (E-Paper)
	<u>Hallobo. Nord</u>	-	monatl.	<u>5.300</u>	Stadt Bochum	www.hallobo.de (E-Paper)
	<u>Hallo Soest</u>	-	monatl.	<u>6.300</u>	Lk Soest	
<u>FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH (Möhnesee)</u>	<u>Der Lippetaler</u>	Magazin für Lippetal, Eickelborn, Benninghausen, Goettingen, Diestedde, Uentrop und Umgebung	6x jährl.	<u>1.200</u>	Lk Soest	www.fkw.de (E-Paper)
	<u>Ortszeit</u>	Für Ahlen, Beckum und Umgebung	monatl.	<u>5.800</u>	Lk Warendorf	
	<u>Ortszeit</u>	Das Magazin für die ganze Region	monatl.	<u>6.900</u>	Lk Unna	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Methler aktuell</u>	Informations-Zeitschrift für Kamen-Methler, Do-Husen, Do-Kurl und Do-Lanstrop	6x jährl.	<u>1.200</u>	Lk Unna, Stadt Dortmund	
	<u>Oberaden aktuell</u>	Informations-Zeitschrift für Oberaden	6x jährl.	<u>1.200</u>	Lk Unna	
	<u>Hilgenbaum info</u>	Informations-Zeitschrift für Holzwickede und Dortmund-Sölde	6x jährl.	<u>1.200</u>	Lk Unna, Stadt Dortmund	
	<u>Hellweg info</u>	Informations-Zeitschrift von Wickede bis Brackel	6x jährl.	<u>1.200</u>	Lk Unna	
	<u>Massen aktuell</u>	Informations-Zeitschrift für Massen	4x jährl.	<u>780</u>	Lk Unna	
Regierungsbezirk Düsseldorf						
WWV West-deutsche Verlags- und Werbege-	Nord Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Altenessen]	mi	35.500	Stadt Essen	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Verlag Städtische Verlags- gesellschaft mbH (Essen)	Nord Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Katernberg/ Stoppenberg]	mi	26.700	Stadt Essen	
	West Anzeiger	Stadtspiegel Essen	mi	29.600	Stadt Essen	
	Süd Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Holsterhausen/ Rüttenscheid-Nord]	mi	42.500	Stadt Essen	
	Süd Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Rellinghausen/ Rüttenscheid-Süd]	mi	37.300	Stadt Essen	
	Ruhr Kurier	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Überraehr/ Burgaltendorf]	mi	12.700	Stadt Essen	
	Ruhr Kurier	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Kupferdreh/ Heisingen]	mi	12.800	Stadt Essen	
	Kettwig Kurier	Stadtspiegel Essen	mi	12.200	Stadt Essen	
	Werden Kurier	Stadtspiegel Essen	mi	10.400	Stadt Essen	
	Steeler Kurier	Stadtspiegel Essen	mi	38.200	Stadt Essen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Borbeck Kurier	Stadtspiegel Essen	mi	42.100	Stadt Essen	
	Nord Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Altenessen]	sa	35.500	Stadt Essen	
	Nord Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Katernberg/ Stoppenberg]	sa	26.700	Stadt Essen	
	West Anzeiger	Stadtspiegel Essen	sa	29.600	Stadt Essen	
Noch:	Süd Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Holsterhausen/ Rüttenscheid-Nord]	sa	42.500	Stadt Essen	
WVW West- deutsche Verlags- und Werbege- sellschaft mbH (Essen)	Süd Anzeiger	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Rellinghausen/ Rüttenscheid-Süd]	sa	37.300	Stadt Essen	
	Ruhr Kurier	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Überraehr/ Burgaltendorf]	sa	12.700	Stadt Essen	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)
	Ruhr Kurier	Stadtspiegel Essen [Ausgabe Kupferdreh/ Heisingen]	sa	12.800	Stadt Essen	
	Kettwig Kurier	Stadtspiegel Essen	sa	12.200	Stadt Essen	
	Werden Kurier	Stadtspiegel Essen	sa	10.400	Stadt Essen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Steeler Kurier	Stadtspiegel Essen	sa	38.200	Stadt Essen	
	Borbeck Kurier	Stadtspiegel Essen	sa	42.100	Stadt Essen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen [Ausgabe Gelsenkirchen-Stadt]	mi	59.600	Stadt Gelsenkirchen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen-Buer [Ausgabe Buer-Mitte]	mi	43.900	Stadt Gelsenkirchen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen-Buer [Ausgabe Buer-Erle]	mi	20.600	Stadt Gelsenkirchen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen [Ausgabe Gelsenkirchen-Stadt]	sa	59.600	Stadt Gelsenkirchen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen-Buer [Ausgabe Buer-Mitte]	sa	43.900	Stadt Gelsenkirchen	
	Stadt Spiegel	Gelsenkirchen-Buer [Ausgabe Buer-Erle]	sa	20.600	Stadt Gelsenkirchen	
	Wochenblatt	Herne [Ausgabe Herne]	mi	44.750	Stadt Herne	
	Wochenblatt	Herne [Ausgabe Wanne-Eickel]	mi	39.400	Stadt Herne	
	Wochenblatt	Herne [Ausgabe Herne]	sa	44.750	Stadt Herne	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wochenblatt	Herne [Ausgabe W.-E.]	sa	39.400	Stadt Herne	
WVV West- deutsche Verlags- und Werbege- sellschaft mbH (Essen)	Mülheimer Woche	Dümpten · Styrum · Altstadt II	mi	26.900	Stadt Mülheim	
	Mülheimer Woche	Heissen · Menden/ Holthausen · Altstadt I	mi	32.600	Stadt Mülheim	
	Mülheimer Woche	Speldorf · Saarn · Broich	mi	29.900	Stadt Mülheim	
	Mülheimer Woche	Dümpten · Styrum · Altstadt II	sa	26.900	Stadt Mülheim	
	Mülheimer Woche	Heissen · Menden/ Holthausen · Altstadt I	sa	32.600	Stadt Mülheim	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)
	Mülheimer Woche	Speldorf · Saarn · Broich	sa	29.900	Stadt Mülheim	
	Wochenanzeiger	Oberhausen [Ausgabe Mitte/Süd]	mi	44.700	Stadt Oberhausen	
	Wochenanzeiger	Oberhausen [Ausgabe Sterkrade/ Osterfeld]	mi	45.000	Stadt Oberhausen	
	Wochenanzeiger	Oberhausen [Ausgabe Schmachtendorf/ Holten]	mi	13.300	Stadt Oberhausen	
	Wochenanzeiger	Oberhausen [Ausgabe Mitte/Süd]	sa	44.700	Stadt Oberhausen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wochen Anzeiger	Oberhausen [Ausgabe Sterkrade/ Osterfeld]	sa	45.000	Stadt Oberhausen	
	Wochen Anzeiger	Oberhausen [Ausgabe Schmachtendorf/ Holten]	sa	13.300	Stadt Oberhausen	
	Stadt Spiegel	Recklinghausen [Ausgabe Süd]	mi	26.750	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Recklinghausen [Ausgabe Nord]	mi	30.000	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Marl	mi	39.600	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Herten	mi	29.100	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Ostvest · Olfen	mi	46.400	Lk Recklinghausen	
	Stadt Spiegel	Kamen · Bergkamen · Bönen	mi	51.600	Lk Unna	
	Stadt Spiegel	Unna · Holzwickede	mi	36.000	Lk Unna	
Noch:	Stadt Spiegel	Fröndenberg · Wickede	mi	15.400	Lk Unna	
WWW West- deutsche Verlags- und Werbege- sellschaft mbH (Essen)	Stadt Spiegel	Fröndenberg · Wickede	sa	15.400	Lk Unna	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wochen Anzeiger	Arnsberg · Neheim [Ausgabe Arnsberg]	mi	42.700	Hochsauerlandkreis	
	Wochen Anzeiger	Arnsberg · Neheim [Ausgabe Sundern]	mi	12.300	Hochsauerlandkreis	
	Stadt Spiegel	Iserlohn	mi	49.000	Märkischer Kreis	
	Stadt Spiegel	Iserlohn	sa	49.000	Märkischer Kreis	
	Stadt Spiegel	Hemer	mi	17.000	Märkischer Kreis	
	Stadt Spiegel	Hemer	sa	17.000	Märkischer Kreis	
	Stadt Spiegel	Menden · Lendringsen · Balve	mi	33.600	Märkischer Kreis	
	Stadt Spiegel	Menden · Lendringsen · Balve	sa	33.600	Märkischer Kreis	
	Stadt Anzeiger	Hagen · Nord	mi	24.100	Stadt Hagen	
	Stadt Anzeiger	Hagen · Hohenlimburg	mi	12.000	Stadt Hagen	
	Stadt Anzeiger	Hagen · Süd/Breckerfeld	mi	27.500	Stadt Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Anzeiger	Hagen · West/Mitte	mi	25.500	Stadt Hagen	
	Stadt Anzeiger	Hagen · Nord	sa	24.100	Stadt Hagen	
	Stadt Anzeiger	Hagen · Hohenlimburg	sa	12.000	Stadt Hagen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Anzeiger	Hagen · Süd/Breckerfeld	sa	27.500	Stadt Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Anzeiger	Hagen · West/Mitte	sa	25.500	Stadt Hagen	
	Stadt Anzeiger	Herdecke · Wetter-Vorhalle	mi	27.400	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Anzeiger	Herdecke · Wetter-Vorhalle	sa	27.400	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	wap	Ennepetal	mi	14.400	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	wap	Ennepetal	sa	14.400	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	wap	Gevelsberg	mi	19.800	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	wap	Gevelsberg	sa	19.800	Ennepe-Ruhr-Kreis	
Noch:	wap	Schwelm	mi	14.900	Ennepe-Ruhr-Kreis	
WWW West-deutsche Verlags- und Werbege-sellschaft mbH (Essen)	wap	Schwelm	sa	14.900	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Spiegel	Hattingen · Niedersprockhövel	mi	34.100	Ennepe-Ruhr-Kreis	www.lokalkompa ss.de (Portal, E- Paper)
	Stadt Spiegel	Hattingen · Niedersprockhövel	sa	34.100	Ennepe-Ruhr-Kreis	
	Stadt Anzeiger	Niederberg [Ausgabe Heiligenhaus]	mi	13.100	Lk Mettmann	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Anzeiger	Niederberg [Ausgabe Velbert]	mi	17.600	Lk Mettmann	
	Stadt Anzeiger	Niederberg [Ausgabe Heiligenhaus]	sa	13.100	Lk Mettmann	
	Stadt Anzeiger	Niederberg [Ausgabe Velbert]	sa	17.600	Lk Mettmann	
	Ratinger Wochenblatt	unabhängig · kritisch · sachlich	do	54.900	Lk Mettmann	www.ratinger-wochenblatt.de (Portal, E-Paper)
	Wochen Anzeiger	Monheim am Rhein	mi	19.800	Lk Mettmann	
	Wochen Anzeiger	Monheim am Rhein	sa	19.800	Lk Mettmann	
	Wochen Anzeiger	Langenfeld	mi	25.900	Lk Mettmann	
	Wochen Anzeiger	Langenfeld	sa	25.900	Lk Mettmann	
	Wochen Anzeiger	Hilden	mi	28.700	Lk Mettmann	
	Wochen Anzeiger	Hilden	sa	28.700	Lk Mettmann	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)
	Niederrhein Anzeiger	Dinslaken · Voerde · Hünxe [Ausgabe Dinslaken]	mi	33.200	Lk Wesel	
	Niederrhein Anzeiger	Dinslaken · Voerde · Hünxe [Ausgabe Voerde/ Hünxe]	mi	21.600	Lk Wesel	
	Wochen Magazin	Moers	mi	46.000	Lk Wesel	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wochen Magazin	Kamp-Lintfort · Rheinberg	mi	29.950	Lk Wesel	
	Wochen Magazin	Neukirchen-Vluyn · Rheurdt	mi	14.500	Lk Wesel. Lk Kleve	
Noch: WVW West- deutsche Verlags- und Werbege- sellschaft mbH (Essen)	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Walsum]	mi	19.700	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Hamborn]	mi	37.600	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Meiderich]	mi	34.800	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Mitte]	mi	22.200	Stadt Duisburg	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Neudorf]	mi	24.500	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Süd]	mi	40.400	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Rheinhausen [Ausgabe Rheinhausen]	mi	35.400	Stadt Duisburg	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Rheinhausen [Ausgabe Homberg]	mi	15.500	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Walsum]	sa	19.700	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Hamborn]	sa	37.600	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Walsum [Ausgabe Meiderich]	sa	34.800	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Mitte]	sa	22.200	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Neudorf]	sa	24.500	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Mitte [Ausgabe Süd]	sa	40.400	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Rheinhausen [Ausgabe Rheinhausen]	sa	35.400	Stadt Duisburg	
	Wochen Anzeiger	Duisburg-Rheinhausen [Ausgabe Homberg]	sa	15.500	Stadt Duisburg	
Noch:	Der Weseler	Wesel · Hamminkeln · Drevenack	mi	40.100	Lk Wesel	www.lokalkompass.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
WVV West- deutsche Verlags- und Werbege- sellschaft mbH (Essen)	Der Xantener	Xanten · Sonsbeck · Alpen	mi	16.400	Lk Wesel	
	Gocher Wochenblatt	Goch · Uedem · Weeze	mi	21.400	Lk Kleve	
	Gocher Wochenblatt	Goch · Uedem · Weeze	sa	21.400	Lk Kleve	
	Klever Wochenblatt	Bedburg-Hau · Kalkar · Kranenburg	mi	37.700	Lk Kleve	
	Klever Wochenblatt	Bedburg-Hau · Kalkar · Kranenburg	sa	37.700	Lk Kleve	
	Stadt Anzeiger	Emmerich · Rees · Isselburg	mi	27.300	Lk Kleve, Lk Borken	
	Stadt Anzeiger	Emmerich · Rees · Isselburg	sa	27.300	Lk Kleve, Lk Borken	
Verlag Super Tipp GmbH (Velbert)	Super Tipp	Auflagenstärkster Zeitungstitel im Kreis Mettmann [Ausgabe Velbert]	sa	43.300	Lk Mettmann	www.supertipp-online.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Super Tipp	Auflagenstärkster Zeitungstitel im Kreis Mettmann [Ausgabe Heiligenhaus]	sa	14.000	Lk Mettmann	
	Super Tipp	Auflagenstärkster Zeitungstitel im Kreis Mettmann [Ausgabe Wülfrath]	sa	11.800	Lk Mettmann	
	Super Tipp	Auflagenstärkster Zeitungstitel im Kreis Mettmann [Ausgabe Mettmann]	sa	20.300	Lk Mettmann	
	Super Tipp	Auflagenstärkster Zeitungstitel im Kreis Mettmann [Ausgabe Essen-Werden]	sa	10.700	Stadt Essen	
Niederrhein-Nachrichten Verlag GmbH (Geldern)	Niederrhein Nachrichten	Geldern Straelen Kerken Issum Wachtendonk Rheurdt	mi	38.720	Lk Kleve	www.niederrhein-nachrichten.de (Portal, E-Paper)
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Goch und Uedem	mi	17.180	Lk Kleve	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Kevelaer und Weeze	mi	16.555	Lk Kleve	
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Kleve, Kalkar, Bedburg-Hau und Kranenburg	mi	37.200	Lk Kleve	
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Xanten, Rheinberg, Sonsbeck und Alpen	mi	35.000	Lk Wesel	
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Emmerich und Rees	sa		Lk Kleve	
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Kleve, Kalkar, Bedburg-Hau und Kranenburg	sa	75.895	Lk Kleve	
	Niederrhein Nachrichten	Zeitung für Goch und Uedem	sa		Lk Kleve	
	Niederrhein Nachrichten	Geldern Kevelaer Xanten Straelen Alpen Kerken Issum Weeze Sonsbeck Wachtendonk Rheurdt	sa	74.800	Lk Kleve, Lk Wesel	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Nieder-</u> <u>rhein</u> <u>Verlag</u> <u>und</u> <u>Medien-</u> <u>service</u> <u>GmbH</u> (Moers)	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Sonntag / Rheinhausen · Rumeln-Kaldenhausen · Homberg · Baerl	so	50.390	Stadt Duisburg	
	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Sonntag / Moers	so	48.110	Lk Wesel	www.stadt-panorama.de (Portal, E-Paper)
	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Sonntag / Kamp-Lintfort · Rheinberg · Neukirchen-Vluyn	so	45.200	Lk Wesel	
Noch:	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Duisburg-City · Großenbaum · Neudorf · Huckingen · Hochfeld · Buchholz · Duissern · Wanheimerort · Neuenkamp · Wedau [Ausgabe Mitte]	mi	42.345	Stadt Duisburg	www.stadt-panorama.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Nieder-</u> <u>rhein</u> <u>Verlag</u> <u>und</u> <u>Medien-</u> <u>service</u> <u>GmbH</u> (Moers)	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Duisburg- City · Großenbaum · Neudorf · Huckingen · Hochfeld · Buchholz · Duissern · Wanheimerort · Neuenkamp · Wedau [Ausgabe Süd]	mi	43.450	Stadt Duisburg	
		Wochenzeitung am Mittwoch / Rheinhausen · Rumeln- Kaldenhausen · Homberg · Baerl	mi	50.390	Stadt Duisburg	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Meiderich · Dinslaken · Hamborn · Voerde · Neumühl · Walsum · Marxloh · Hünxe · Ruhrort · Bruckhausen [Ausgabe Duisburg-Nord]	mi	64.955	Stadt Duisburg	
	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Meiderich · Dinslaken · Hamborn · Voerde · Neumühl · Walsum · Marxloh · Hünxe · Ruhrort · Bruckhausen [Ausgabe Walsum]	mi	63.720	Stadt Duisburg, Lk Wesel	
Noch:	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Moers · Rheinberg · Kamp-Lintfort · Neuenkirchen-Vluyn [Ausgabe Moers]	mi	48.110	Lk Wesel	www.stadt-panorama.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Nieder-rhein Verlag und Medien-service GmbH</u> (Moers)	Stadt-Panorama	Wochenzeitung am Mittwoch / Moers · Rheinberg · Kamp-Lintfort · Neuenkirchen-Vluyn [Ausgabe Kamp-Lintfort]	mi	45.200	Lk Wesel	
Stadt-Anzeiger Kamp-Lintfort GmbH (Kamp-Lintfort)	Kamp-Lintforter Stadt-Anzeiger	Nachrichten für Kamp-Lintfort, Alpen, Issum, Rheurdt, Sevelen, Rhein-berg und Moers-Repelen	mi	26.500	Lk Wesel. Lk Kleve	www.stadt-anzeiger-kamp-lintfort.de (E-Paper)
<u>van Acken Druckerei & Verlag GmbH</u> (Krefeld)	<u>Fischelner Woche</u>	Mitteilungen und Neues aus Fischeln, Königshof, Stahldorf, Donksiedlung, Oberend, Bösinghoven	sa	18.000	Stadt Krefeld	www.van-acken.de (E-Paper)
<u>City Anzeigenblatt Krefeld GmbH</u> (Krefeld)	Stadt Spiegel Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Fischeln]	mi	46.905	Stadt Krefeld	
	Stadt Spiegel Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Hüls]	mi	27.235	Stadt Krefeld	www.mein-krefeld.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Uerdingen]	mi	42.100	Stadt Krefeld	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt Spiegel Kempen	-	mi	34.390	Lk Viersen	
	Extra-Tipp Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Fischeln]	so	43.140	Stadt Krefeld	
	Extra-Tipp Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Hüls]	so	32.945	Stadt Krefeld	
	Extra-Tipp Krefeld	[Ausgabe Krefeld-Oppum]	so	37.665	Stadt Krefeld	
	Extra-Tipp am Sonntag	-	so	36.000	Lk Viersen	
Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)	Meerbuscher Nachrichten	-	mi	26.420	Rhein-Kreis Neuss	www.meerbuscher-nachrichten.de (Portal, E-Paper)
	Willicher Nachrichten	-	mi	23.320	Lk Viersen	www.willicher-nachrichten.de (Portal, E-Paper)
Noch: Report Anzeigenblatt GmbH (Mönchengladbach)	Stadt Spiegel	[Ausgabe M'gladbach-Süd]	mi	49.860	Stadt Mönchengladbach	
	Stadt Spiegel	[Ausgabe M'gladbach-West]	mi	47.575	Stadt Mönchengladbach	www.stadtspiegel-moenchengladbach.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	[Ausgabe M'gladbach-Ost]	mi	46.615	Stadt Mönchengladbach	
	Stadt Spiegel	[Ausgabe Viersen]	mi	36.095	Lk Viersen	
	Stadt Spiegel	[Ausgabe Schwalmtal]	mi	20.840	Lk Viersen	www.stadtspiegel-viersen.de (Portal, E-Paper)
	Stadt Spiegel	[Ausgabe Nettetal]	mi	17.865	Lk Viersen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online	
	Extra-Tipp am Sonntag	[Ausgabe M'gladbach]	so	87.250	Stadt Mönchengladbach		
	Extra-Tipp am Sonntag	[Ausgabe M'gladbach-Rheydt]	so	73.800	Stadt Mönchengladbach		
	Extra-Tipp am Sonntag	[Ausgabe Viersen/Grenzland]	so	76.500	Lk Viersen	www.meine-woche.de (Portal, E-Paper)	
	Extra-Tipp am Sonntag	[Ausgabe Meerbusch]	so	26.250	Rhein-Kreis Neuss		
	Extra-Tipp am Sonntag	[Ausgabe Willich]	so	23.060	Lk Viersen		
City Anzeigenblatt GmbH (Düsseldorf)	Düsseldorfer Anzeiger	Mitte [Ausgabe Stadtmitte/Oberkassel]	fr	31.325	Stadt Düsseldorf		
	Düsseldorfer Anzeiger	Mitte [Ausgabe Bilk]	fr	57.563	Stadt Düsseldorf		
	Düsseldorfer Anzeiger	Mitte [Ausgabe Flingern]	fr	28.030	Stadt Düsseldorf		
	Düsseldorfer Anzeiger	Mitte [Ausgabe Gerresheim]	fr	21.390	Stadt Düsseldorf	www.duesseldorfer-anzeiger.de (Portal, E-Paper)	
	Düsseldorfer Anzeiger	Nord [Ausgabe Golzheim/Kaiserwerth]	fr	18.045	Stadt Düsseldorf		
	Düsseldorfer Anzeiger	Nord [Ausgabe Unterrath]	fr	25.960	Stadt Düsseldorf		
	Düsseldorfer Anzeiger	Nord [Ausgabe Pempelfort]	fr	23.295	Stadt Düsseldorf		

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Düsseldorfer Anzeiger	Süd [Ausgabe Eller]	fr	21.445	Stadt Düsseldorf	
	Düsseldorfer Anzeiger	Süd [Ausgabe Wersten]	fr	27.340	Stadt Düsseldorf	
	Düsseldorfer Anzeiger	Süd [Ausgabe Garath/ Hellerhof]	fr	20.760	Stadt Düsseldorf	
Noch:	Lokal Anzeiger Erkrath	-	mi	23.220	Lk Mettmann	www.lokal-anzeiger-erkath.de (Portal, E-Paper)
City Anzeigenblatt GmbH (Düsseldorf)	Schau-fenster Mettmann	-	mi	18.750	Lk Mettmann	www.schau-fenster-mettmann.de (Portal, E-Paper)
	Dume-klemmer Ratingen	-	mi	43.450	Lk Mettmann	www.dumeklem-mer-ratingen.de (Portal, E-Paper)
Kurier-Verlag GmbH (Neuss)	Stadt-Kurier	Der Lokalanzeiger für Neuss [Ausgabe Neuss-City/Neuss-Nord]	mi	37.250	Rhein-Kreis Neuss	www.stadt-kurier.de (Portal, E-Paper)
	Stadt-Kurier	Der Lokalanzeiger für Neuss [Ausgabe Neuss-Süd]	mi	35.720	Rhein-Kreis Neuss	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Stadt-Kurier	Der Lokalanzeiger für Neuss [Ausgabe Neuss-City/Neuss-Nord]	sa	37.175	Rhein-Kreis Neuss	
	Stadt-Kurier	Der Lokalanzeiger für Neuss [Ausgabe Neuss-Süd]	sa	35.705	Rhein-Kreis Neuss	
	Stadt-Spiegel	Der Lokalanzeiger für Kaarst	mi	19.495	Rhein-Kreis Neuss	www.kaarster-stadtspiegel.de (Portal, E-Paper)
	Extra-Tipp	Der Lokalanzeiger für Kaarst	sa	19.475	Rhein-Kreis Neuss	
	Erft-Kurier	Rathaus-Zeitung Stadt Grevenbroich	mi	42.165	Rhein-Kreis Neuss	www.erft-kurier.de (Portal, E-Paper)
	Erft-Kurier	Rathaus-Zeitung Stadt Grevenbroich [Ausgabe Grevenbroich/Bedburg/Rommerskirchen]	sa	39.795	Rhein-Kreis Neuss	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Erft-Kurier	Rathaus-Zeitung Stadt Grevenbroich [Ausgabe Jüchen]	sa	10.725	Rhein-Kreis Neuss	
	Top-Kurier	Das Amtsblatt der Stadt Jüchen	mi	10.860	Rhein-Kreis Neuss	www.top-kurier.de (Portal, E-Paper)
Druck + Verlag Josef Wegener GmbH (Dormagen)	Rheinischer Anzeiger	Fips extra / Mit amtlichen Bekanntmachungen der Stadt Dormagen und Amtsblatt der Gemeinde Rommerskirchen	mi	43.757	Rhein-Kreis Neuss	www.mein-dormagen.de (Portal, E-Paper)
	Schau Fenster	Ausgabe zum Sonntag Wochenblatt für Dormagen	sa	31.757	Rhein-Kreis Neuss	www.rheinischer-anzeiger.de (E-Paper)
Rund- schau Verlags- gesell- schaft mbH (Wuppertal)	wuppertaler rundschau	Wochenzeitung am Mittwoch [Ausgabe Südstadt/ Cronenberg]	mi	43.560	Stadt Wuppertal	www.wuppertaler-rundschau.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	wuppertaler rundschau	Wochenzeitung am Mittwoch [Ausgabe Elberfeld/Innenstadt]	mi	43.350	Stadt Wuppertal	
	wuppertaler rundschau	Wochenzeitung am Mittwoch [Ausgabe Ronsdorf/Unterbarnem]	mi	38.280	Stadt Wuppertal	
	wuppertaler rundschau	Wochenzeitung am Mittwoch [Ausgabe Langerfeld/Oberbarnem]	mi	42.810	Stadt Wuppertal	
	wuppertaler rundschau	Wochenzeitung am Samstag	sa	168.000	Stadt Wuppertal	
	wülfrather rundschau	Wochenzeitung am Donnerstag	do	10.300	Lk Mettmann	
Echo Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal)	Cronenberger Woche	-	fr	16.000	Stadt Wuppertal	www.cronenberger-woche.de (Portal, E-Paper)
Verlag Ronsdorfer Wochenschau e. K.	RW Ronsdorfer Wochenschau	Zeitung für Ronsdorf seit 69 Jahren. Gegründet als Mitteilungsblatt der Bezirksvertretung	mi	15.000	Stadt Wuppertal	www.ronsdorfer-wochenschau.de (E-Paper)
(Wuppertal)		—				

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Bergisches Wochen- ende	87.200 Mal in Remscheid, Lennep, Lüttringhausen, Wermelskirchen, Radevormwald, Hückeswagen	sa	87.127	Stadt Rem- scheid, Oberbergis- cher Kreis, Rheinisch- Bergischer Kreis	www.bergisches- wochenende.de (E-Paper)
<u>Rem- scheider Medien- haus GmbH & Co. KG</u> (Rem- scheid)	<u>Bergischer Anzeiger</u>	[Ausgabe Remscheid]	mi	55.453	Stadt Rem- scheid	
	<u>Bergischer Anzeiger</u>	[Ausgabe Wermelskirchen]	mi	14.845	Rheinisch- Bergischer Kreis	
	<u>Bergischer Anzeiger</u>	[Ausgabe Hückeswagen/ Wipperfürth]	mi	11.683	Ober- bergischer Kreis	-
	<u>Bergischer Anzeiger</u>	[Ausgabe Radevormwald]	mi	10.770	Ober- bergischer Kreis	
<u>Haaner Treff Verlags- gesell- schaft mbH & Co. KG</u> (Haan)	Haaner Treff	Nachrichten aus der Gartenstadt	mi	18.280	Lk Mettmann	www.haanertreff. de (Portal, E- Paper)
<u>B. Boll Verlag des Solinger Tage- blattes GmbH & Co. KG</u> (Solingen)	Das Solinger	am Mittwoch	mi	70.902	Stadt Solingen	www.das- solinger.de (E- Paper)
	Das Solinger	zum Sonntag	sa	70.902	Stadt Solingen	
	<u>Ohligs aktuell</u>	Lokale Nachrichten aus Ohligs	mo- natl.	<u>4.800</u>	Stadt Solingen	
	<u>Wald aktuell</u>	Lokale Nachrichten aus Wald	mo- natl.	<u>3.200</u>	Stadt Solingen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Heimat-anzeiger Anzeigenblatt GmbH (Remscheid)</u>	<u>Heimat Anzeiger</u>	Anzeigenblatt für Radevormwald mit Wupperortschaften	mi	13.375	Oberbergischer Kreis	-
<u>PT Promotion GmbH (Mönchengladbach)</u>	<u>unser odenkirchen</u>	-	14tägl.	<u>5.800</u>	Stadt Mönchengladbach	www.pt-promotion.de (E-Paper)
	<u>unser wickrath</u>	-	14tägl.	<u>4.200</u>	Stadt Mönchengladbach	
<u>Heimatbund Lüttringhausen e. V. (Remscheid)</u>	<u>Lüttringhauser Anzeiger</u>	Wochenzeitung für Lüttringhausen, Lennep und Umgebung	do	9.700	Stadt Remscheid	www.luettringhauser-anzeiger.de (E-Paper)
	<u>Lennep im Blick</u>	Wochenzeitung für Lennep, Lüttringhausen und Umgebung	do	12.800	Stadt Remscheid	
<u>Verlag Sonntagsblatt Jo Budde (Wuppertal)</u>	<u>Sonntagsblatt regional</u>	Wochenzeitung In alle Haushalte der Region Elberfeld-Süd, Barmen-Süd, Lichtscheid, Ronsdorf mit Umland, RS-Lüttringhausen	so	25.000	Stadt Wuppertal	www.sonntagsblatt-online.de (Portal, E-Paper)
AZ Druck + Verlag GmbH i.	Bilker Bote	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>4.200</u>	Stadt Düsseldorf	www.stadtteilmagazine.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
L. (Korschenbroich)	Düssel Depesche	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>7.000</u>	Stadt Düsseldorf	
	Eller Echo	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>6.500</u>	Stadt Düsseldorf	
	Flingern aktuell	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>3.250</u>	Stadt Düsseldorf	
	Gerresheimer Gazette	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>4.600</u>	Stadt Düsseldorf	
	Kaiserswerther Kurier	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>3.300</u>	Stadt Düsseldorf	
	Nord Kurier	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>5.550</u>	Stadt Düsseldorf	
	Oberkasseler Observer	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>7.800</u>	Stadt Düsseldorf	
	Rundblick	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>1.900</u>	Stadt Düsseldorf	
	Zoo Magazin	Neues us dem Stadtgebiet	monatl.	<u>5.100</u>	Stadt Düsseldorf	

A.Z. Medienverlag

Niederrhein im Blick

Zeitung für Kempen, St. Hubert, Tönisberg, St. Tönis, Vorst, KR-Forstwald, KR-Hülst, Grefrath, Oedt, Vinkrath, Wachtendonk, Wankum

14 tägl.

24.300

Lk Viersen, Stadt Krefeld

www.niederrhein-im-blick.de (E-Paper)

Adrian Zirwes (Kempen)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Werbe-agentur Pixel-rausch Dieter Feld (Korschenbroich)</u>	<u>IN Korschenbroich</u>	Das Stadtjournal Kostenlos für alle Haushalte	monatl.	<u>3.700</u>	Rhein-Kreis Neuss	www.in-korschenbroich.de (Portal, E-Paper)
<u>Print-produktion Sigrid Musch (Krefeld)</u>	<u>Hallo Uerdingen</u>	Stadtteilmagazin für Uerdingen, Linn, Gartenstadt, Elfrath, Gellep-Stratum, Traar und Verberg	monatl.	<u>6.800</u>	Stadt Krefeld	www.oppumerwochenblatt.de (Portal, E-Paper)
<u>Frentzen-Media Elke Frentzen (Mönchengladbach)</u>	<u>Niers-Magazin</u>	Unsere Region im Blick	monatl.	<u>2.100</u>	Stadt Mönchengladbach	www.niersmagazin.de (E-Paper)
<u>djm Medien-service GbR (Willich)</u>	<u>Wat is los?</u>	Kaarster Stadt-Journal	6x jährl.	<u>2.400</u>	Rhein-Kreis Neuss	www.watislos-Kaarst.de (Portal, E-Paper)
	<u>Wat is los?</u>	Magazin für Meerbusch	6x jährl.	<u>2.900</u>	Rhein-Kreis Neuss	www.watislos-meerbusch.de (Portal, E-Paper)
<u>Weidenstrass GbR (Mönchengladbach)</u>	<u>Brunnen-Echo</u>	Giesenkirchen-Schelsen aktuell	8x jährl.	<u>1.300</u>	Stadt Mönchengladbach	www.heimatverein-giesenkirchen.eu (E-Paper)
<u>Xanten Live Magazin</u>	<u>Xanten.live</u>	Das unabhängige Xantener Stadtmagazin für	4x jährl.	<u>2.100</u>	Lk Wesel	www.xanten-live.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Költgen & Horlemann GbR (Xanten)</u>		Bürger/innen und Gäste				
		Das Stadtjournal				
	<u>bockum life</u>	Nachrichten//Tipps//Infos//Trends	9x jährl.	<u>2.300</u>	Stadt Krefeld	
<u>Print/Media Management (Krefeld)</u>		Das Stadtjournal				
	<u>oppum life</u>	Nachrichten//Tipps//Infos//Trends	7x jährl.		Stadt Krefeld	
				<u>1.600</u>		
		Das Stadtjournal				
	<u>linn life</u>	Nachrichten//Tipps//Infos//Trends	7x jährl.		Stadt Krefeld	www.lifejournale.de (E-Paper)
<u>Stümges Media Gruppe (Krefeld)</u>		Das Stadtjournal				
	<u>hüls tönisberg life</u>	Nachrichten//Tipps//Infos//Trends	9x jährl.	<u>1.600</u>	Stadt Krefeld	
		Das Stadtjournal				
	<u>kempen life</u>	Nachrichten//Tipps//Infos//Trends	8x jährl.	<u>2.500</u>	Lk Viersen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>st. Tönis life</u>	Das Stadtjournal Nachrichten//Tipps// Infos//Trends	8x jährl.	<u>1.400</u>	Stadt Krefeld, Lk Viersen	
Regierungsbezirk Köln						
Kölner Anzei- genblatt GmbH & Co. KG (Köln)	Kölner Wochen- spiegel	Kölner Norden	mi	32.357	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Ehrenfeld	mi	49.799	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Innenstadt	mi	73.719	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Kalk · Deutz	mi	38.609	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Lindenthal	mi	41.370	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Mülheim	mi	70.979	Stadt Köln	www.koelner- wochenspiegel.d e (Portal, E- Paper)
	Porz Aktuell	Kölner Wochenspiegel	mi	52.120	Stadt Köln	
	Köln 8 Aktuell	Kölner Wochenspiegel	mi	23.854	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Kölner Süden	mi	50.763	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	Kölner Westen	mi	32.968	Stadt Köln	
Kölner Wochen- spiegel	Nippes · Weidenpesch	mi	55.549	Stadt Köln		

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Porz Aktuell	am Wochenende	sa	52.074	Stadt Köln	
	Köln 8 Aktuell	am Wochenende	sa	23.904	Stadt Köln	
	Kölner Wochen- spiegel	am Wochenende	sa	38.476	Stadt Köln	
		Kalk · Deutz				
	Kölner Wochen- spiegel	am Wochenende Mülheim	sa	71.051	Stadt Köln	
Lever- kusener Anzei- genblatt GmbH & Co. KG (Lever- kusen)	Lokale Infor- mationen	Leverkusen	mi	52.043	Stadt Lever- kusen	
	Lokale Infor- mationen	Burscheid	mi	23.059	Rheinisch- Bergischer Kreis	
	Lokale Infor- mationen	Leichlingen	mi		Rheinisch- Bergischer Kreis	
	Lokale Infor- mationen	Opladen	mi	26.847	Rheinisch- Bergischer Kreis	www.lokale- informationen.de (Portal, E-Paper)
	Lokale Infor- mationen	am Wochenende [Ausgabe Leverkusen]	sa	52.175	Stadt Lever- kusen	
	Lokale Infor- mationen	am Wochenende [Ausgabe Burscheid]	sa	23.112	Rheinisch- Bergischer Kreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Lokale Informationen	am Wochenende [Ausgabe Leichlingen]	sa		Rheinisch-Bergischer Kreis	
	Lokale Informationen	am Wochenende [Ausgabe Opladen]	sa	26.689	Rheinisch-Bergischer Kreis	
<u>Bergisches Handelsblatt GmbH & Co. KG</u> (Bergisch Gladbach)	Bergisches Handelsblatt	Bergisch Gladbach · Kürten · Odenthal · Overath · Rösrath Mit Amtsblatt der Gemeinde Kürten	mi	92.588	Rheinisch-Bergischer Kreis	www.bergisches-handelsblatt.de (Portal, E-Paper)
	Bergisches Sonntagsblatt	-	sa	92.777	Rheinisch-Bergischer Kreis	
<u>Oberbergische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG</u> (Gummersbach)	Anzeigen-Echo	Gummersbach · Bergneustadt · Engelskirchen · Lindlar · Marienheide · Reichshof · Wiehl · Wipperfürth	mi	86.768	Oberbergischer Kreis	www.anzeigen-echo.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Lokal-Anzeiger	Morsbach · Nümbrecht · Reichshof · Waldbröl · Windeck	mi	35.195	Oberbergischer Kreis	www.lokal-anzeiger.de (Portal, E-Paper)
Verlag Anzeigen und Informationen GmbH & Co. KG (Frechen)	Wochenende	Frechen	mi	25.269	Rhein-Erft-Kreis	www.wochenende-online.de (Portal, E-Paper)
	Wochenende	Hürth	mi	28.870	Rhein-Erft-Kreis	
	Wochenende	Pulheim	mi	25.298	Rhein-Erft-Kreis	
VSW Verlag Schlossbote/Werbekurier GmbH & Co. KG (Brühl)	Brühler Schlossbote	-	mi	34.439	Rhein-Erft-Kreis	www.schlossbote.de (Portal, E-Paper)
	Werbekurier	Mit Amtsblatt der Stadt Wesseling	mi	18.906	Rhein-Erft-Kreis	www.werbekurier.de (Portal, E-Paper)
Werbe-post Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Brühl)	WerbePost	Bedburg · Elsdorf	mi	20.863	Rhein-Erft-Kreis	www.werbepost-online.de (Portal, E-Paper)
	WerbePost	Bergheim	mi	27.859	Rhein-Erft-Kreis	
	WerbePost	Kerpen	mi	32.071	Rhein-Erft-Kreis	
	Erftstadt-Anzeiger	-	mi	25.160	Rhein-Erft-Kreis	
EWI Euskirchener Werbe-Informationen GmbH & Co. KG (Euskirchen)	Blickpunkt am Sonntag	-	sa	70.029	Lk Euskirchen	www.blickpunkt-euskirchen.de (Portal, E-Paper)
VWP Verlag für Werbe-Publikationen GmbH &	Extra-Blatt	Siegburg · Lohmar · Much · Neunkirchen-Seelscheid Rhein-Sieg-Echo	mi	47.736	Rhein-Sieg-Kreis	www.extra-blatt.de (Portal, E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Co. KG (Siegburg)	Extra-Blatt	St. Augustin	mi	24.499	Rhein-Sieg-Kreis	
		Rhein-Sieg-Echo				
	Extra-Blatt	Bad Honnef · Königswinter	mi	30.028	Rhein-Sieg-Kreis	
		Rhein-Sieg-Echo				
	Extra-Blatt	Eitorf	mi	9.211	Rhein-Sieg-Kreis	
		Rhein-Sieg-Echo				
	Extra-Blatt	Hennef und Umgebung	mi	25.335	Rhein-Sieg-Kreis	
		Rhein-Sieg-Echo				
	Extra-Blatt	Troisdorf und Umgebung	mi	34.485	Rhein-Sieg-Kreis	
		Rhein-Sieg-Echo				
Nieder-kassel Aktuell		Rhein-Sieg-Echo	mi	17.034	Rhein-Sieg-Kreis	
Extra-Blatt	am Wochenende	Siegburg · Lohmar · Much · Neunkirchen-Seelscheid	sa	47.456	Rhein-Sieg-Kreis	
Extra-Blatt	am Wochenende	St. Augustin	sa	24.471	Rhein-Sieg-Kreis	
Extra-Blatt	am Wochenende		sa	29.922	Rhein-Sieg-Kreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Extra-Blatt	Siebengebirge		17.552	Rhein-Sieg-Kreis, Oberbergischer Kreis	
		am Wochenende Eitorf · Windeck	sa			
	Extra-Blatt	am Wochenende Hennef	sa	25.257	Rhein-Sieg-Kreis	
		am Wochenende Troisdorf	sa			
	Extra-Blatt	am Wochenende Niederkassel	sa	19.965	Rhein-Sieg-Kreis	
SPO Sonntags Post Verlag GmbH & Co. KG (Frechen)	Sonntags Post	Frechen	sa	25.285	Rhein-Erft-Kreis	
	Sonntags Post	Hürth	sa	29.066	Rhein-Erft-Kreis	
	Sonntags Post	Pulheim	sa	27.306	Rhein-Erft-Kreis	
	Sonntags Post	Bedburg/Elsdorf	sa	20.867	Rhein-Erft-Kreis	www.sonntagspost.de (Portal, E-Paper)
	Sonntags Post	Bergheim	sa	27.402	Rhein-Erft-Kreis	
	Sonntags Post	Erfstadt	sa	24.093	Rhein-Erft-Kreis	
	Sonntags Post	Kerpen	sa	30.389	Rhein-Erft-Kreis	
Schau- fenster	Wochenblatt für Bonn	mi	61.795	Stadt Bonn		
Schau- fenster	Wochenblatt für den rechtsrheinischen Raum Bonn	mi	31.158	Stadt Bonn	www.schaufenster-bonn.de (Portal, E-Paper)	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Schau- fenster	Hardtberg · Duisdorf · Lessenich · Lengsdorf · Rottgen · Uckersdorf	mi	19.770	Stadt Bonn	
	Schau- fenster	Wochenblatt für Bornheim und Alter. Mit Amtsblatt der Stadt Bornheim	mi	31.816	Rhein- Sieg-Kreis	
	Blickpunkt	Schaufenster Wochenblatt für Bad Godesberg und Umgebung	mi	43.458	Stadt Bonn, Rhein- Sieg-Kreis	 www.blickpunkt- godesberg.de (Portal, E-Paper)
	Blickpunkt	Schaufenster Meckenheim · Grafschaft · Rheinbach · Swisttal Mit Amtsblatt der Stadt Meckenheim	mi	38.007	Rhein- Sieg-Kreis	 www.blickpunkt- meckenheim.de (Portal, E-Paper)
	Schau- fenster	am Wochenende [Ausgabe Bonn]	sa	61.623	Stadt Bonn	www.schaufenst- er-bonn.de (Portal, E-Paper)
	Schau- fenster	am Wochenende [Ausgabe Bad Godesberg]	sa	43.142	Stadt Bonn,	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
Rein-Sieg-Anzeigenblatt GmbH (Bonn)	Blickpunkt				Rhein-Sieg-Kreis	
	Schau-fenster	am Wochenende [Ausgabe Beuel]	sa	31.100	Stadt Bonn	
	Blickpunkt					
	Schau-fenster					
	Blickpunkt	am Wochenende [Ausgabe Hardtberg]	sa	19.999	Stadt Bonn	www.schaufenster-bonn.de (Portal, E-Paper)
	Schau-fenster	am Wochenende [Ausgabe Bornheim]	sa	31.532	Rhein-Sieg-Kreis	
	Blickpunkt					
	Schau-fenster	am Wochenende [Ausgabe Meckenheim]	sa	37.965	Rhein-Sieg-Kreis	www.blickpunkt-meckenheim.de (Portal, E-Paper)
	Blickpunkt					
		Super Sonntag	Ausgabe F [Stadt Aachen]	so	99.560	Städte-region Aachen
Verlag Aachener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Aachen)	Super Sonntag	Ausgabe N1 [Eschweiler]	so	27.710	Städte-region Aachen	
	Super Sonntag	Ausgabe N2 [Stolberg]	so	27.250	Städte-region Aachen	www.supersonntag.de (Portal, E-Paper)
	Super Sonntag	Ausgabe N3 [Monschau/ Roetgen/Simmerath]	so	17.050	Städte-region Aachen	
	Super Mittwoch	Aachener Woche [Ausgabe Aachen-Mitte]	mi	24.900	Städte-region Aachen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Super Mittwoch	Aachener Woche [Ausgabe Aachen-Nord]	mi	30.410	Städte-region Aachen	
	Super Mittwoch	Aachener Woche [Ausgabe Aachen-Süd]	mi	44.100	Städte-region Aachen	
Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)	Super Sonntag	Ausgabe L1 [Alsdorf/Baesweiler]	so	34.700	Städte-region Aachen	
	Super Sonntag	Ausgabe L2 [Herzogenrath/Würselen]	so	53.400	Städte-region Aachen	
	Super Sonntag	Ausgabe M1 [Düren]	so	86.450	Lk Düren	
	Super Sonntag	Ausgabe M2 [Jülich]	so	35.650	Lk Düren	
	Super Sonntag	Ausgabe K1 [Geilenkirchen/Heinsberg]	so	66.500	Lk Heinsberg	
	Super Sonntag	Ausgabe K2 [Erkelenz/Wegberg]	so	50.400	Lk Heinsberg	
	Super Sonntag	Ausgabe K3 [Stolberg]	so	27.250	Lk Stolberg	
Noch:	Super Mittwoch	Alsdorf	mi	22.250	Städte-region Aachen	
Super Sonntag Verlag GmbH (Aachen)	Super Mittwoch	Herzogenrath	mi	22.100	Städte-region Aachen	www.supersonntag.de (Portal, E-Paper)
	Super Mittwoch	Übach-Palenberg	mi	11.950	Lk Heinsberg	
	Super Mittwoch	Baesweiler	mi	14.900	Städte-region Aachen	
	Super Mittwoch	Stolberg	mi	27.250	Städte-region Aachen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	Super Mittwoch	Würselner Anzeiger	mi	22.700	Städte-region Aachen	
WVG Werbe- und Verlags-gesell-schaft mbH & Co. KG (Erkelenz)	HS-Woche	40 Jahre total lokal dabei [Ausgabe Erkelenz]	mi	49.150	Lk Heinsberg	
	HS-Woche	40 Jahre total lokal dabei [Ausgabe Heinsberg]	mi	40.080	Lk Heinsberg	www.hs-woche.de (Portal, E-Paper)
	HS-Woche	40 Jahre total lokal dabei [Ausgabe Geilenkirchen]	mi	23.300	Lk Heinsberg	
	DN-Woche	40 Jahre total lokal dabei	mi	81.110	Lk Düren	www.dn-woche.de (Portal, E-Paper)
	Jülicher Woche	40 Jahre total lokal dabei	mi	30.680	Lk Düren	www.juelicher-woche.de (Portal, E-Paper)
Palast Verlag Dr. Engelbrecht GmbH & Co. KG (Eschweiler)	Eschweiler Filmpost	gegr. 1931	mi	30.170	Städte-region Aachen	www.filmpost.de (Portal, E-Paper)
Weiss-Verlag GmbH & Co. KG (Monschau)	Wochen-Spiegel	Monschau	mi	18.681	Städte-region Aachen	www.wochenspiegellive.de (Portal, E-Paper)
	Wochen-Spiegel	Euskirchen	mi	53.119	Lk Euskirchen	
	Wochen-Spiegel	Schleiden	mi	35.441	Lk Euskirchen	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Krupp Verlags GmbH (Sinzig/ RP)</u>	<u>Blick aktuell</u>	Meckenheim im Blick	sa	11.176	Rhein-Sieg-Kreis	www.blick-aktuell.de (Portal, E-Paper)
	<u>Blick aktuell</u>	Wachtberg im Blick	sa	8.641	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Blick aktuell</u>	Rheinbach im Blick	sa	12.483	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Blick aktuell</u>	Swisttal im Blick	sa	7.677	Rhein-Sieg-Kreis	
<u>Alspresso Verlag (Aldorf)</u>	<u>und sonst?!</u>	Aldorfer Stadtmagazin	6x jährl.	<u>820</u>	Städte-region Aachen	www.alsdorfer-stadtmagazin.de (Portal, E-Paper)
	<u>und sonst?!</u>	Herzogenrather Stadtmagazin	6x jährl.	<u>700</u>	Städte-region Aachen	
<u>BSK Vollmert e.K. (Nieder-kassel)</u>	<u>Montags-zeitung</u>	Zündorf · Langel · Libur · Lülisdorf · Ranzel · Nieder-kassel · Uckendorf · Stockem · Rheidt · Mondorf	sa	28.300	Rhein-Sieg-Kreis, Stadt Köln	www.montagszeitung.com (Portal, E-Paper)
<u>GL Verlags GmbH (Bergisch Gladbach)</u>	<u>GL kompakt</u>	-	10x jährl.	<u>10.600</u>	Rheinisch-Bergischer Kreis	www.glverlag.de (Portal, E-Paper)
<u>Rainer Valder/ Medien-design Druck (Hürtgen-wald)</u>	<u>DorfBote für Hürtgen-wald</u>	-	mo-natl.	<u>880</u>	Lk Düren	-
<u>RAG Interactive GmbH & Co. KG (Köln)</u>	<u>Hennefer Stadt Magazin</u>	Monatszeitschrift für Hennef und Umgebung	mo-natl.	<u>4.800</u>	Rhein-Sieg-Kreis	www.rhein-sieg-magazin.de (E-Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Stadt Magazin</u>	Monatszeitschrift für Eitorf/Windeck/ Ruppucheroth	mo- natl.	<u>5.100</u>	Rhein- Sieg-Kreis	
	<u>Stadt Magazin</u>	Monatszeitschrift für Siegburg, Sankt Augustin, Lohmar und Neunkirchen- Seelscheid	mo- natl.	<u>9.700</u>	Rhein- Sieg-Kreis	
		[Ausgabe Siegburg]				
	<u>Stadt Magazin</u>	Monatszeitschrift für Siegburg, Sankt Augustin, Lohmar und Neunkirchen- Seelscheid	mo- natl.	<u>5.800</u>	Rhein- Sieg-Kreis	
		[Ausgabe Sankt Augustin]				
	<u>Gummersb acher Stadt- Magazin</u>	Das kostenlose Magazin für Gummersbach und Umgebung	mo- natl.	<u>8.200</u>	Ober- bergischer Kreis	www.die- stadtmagazine.d e (E-Paper)
	<u>Brühler Markt Magazin</u>	-	mo- natl.	<u>7.100</u>	Rhein-Erft- Kreis	www.brühler- markt- magazin.de (E- Paper)

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
<u>Noch:</u>	<u>Erfstadt Magazin</u>	-	monatl.	<u>5.600</u>	Rhein-Erft-Kreis	www.stadtmagazin-erftstadt.de (E-Paper)
<u>RAG Interactive GmbH & Co. KG (Köln)</u>	<u>Hürther Stadt Magazin</u>	-	monatl.	<u>6.800</u>	Rhein-Erft-Kreis	www.huerther-stadt-magazin.de (E-Paper)
=	<u>Wesseling Stadt Magazin</u>	-	monatl.	<u>4.900</u>	Rhein-Erft-Kreis	www.wesseling-stadt-magazin.de (E-Paper)
	<u>Kölner Süden</u>	Stadtmagazin für die südlichen Kölner Stadtteile	monatl.	<u>7.600</u>	Stadt Köln	www.koelner-sueden-magazin.de (E-Paper)
	<u>Wir Godesberger</u>		14tägl.	<u>17.850</u>	Stadt Bonn	
	<u>Wir in Beuel</u>		14tägl.	<u>16.100</u>	Stadt Bonn	
	<u>Wir Hardtberger</u>		14tägl.	<u>12.850</u>	Stadt Bonn	
<u>Rautenberg Media KG (Troisdorf)</u>	<u>Rundblick Köln-Ost</u>		14tägl.	<u>9.700</u>	Stadt Köln	
	<u>Porz am Montag</u>		sa	<u>45.750</u>	Stadt Köln	www.rautenberg.media/E-Paper (E-Paper)
	<u>Rundblick Stadt Sankt Augustin</u>		sa	<u>24.350</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Rundblick Stadt Siegburg</u>		fr	<u>19.100</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Rundblick Troisdorf</u>		sa	<u>34.200</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Wir in Alterf</u>		14tägl.	<u>5.300</u>	Rhein-Sieg-Kreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Wir Wachtberger</u>		sa	9.600	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Rundblick Siebengebirge</u>		sa	27.300	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Wir Bornheimer</u>		14tägl.	<u>10.900</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Wir in Swisttal</u>		14tägl.	<u>4.150</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Mitteilungsblatt Eitorf</u>		fr	7.700	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Rundblick Stadt Elsdorf</u>		fr	10.100	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Stadtecho Hennef</u>		fr	19.950	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Stadtecho Lohmar</u>		fr	13.400	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Wir in Meckenheim & Rheinbach</u>		14tägl.	<u>12.000</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Mitteilungsblatt Much</u>		fr	5.700	Rhein-Sieg-Kreis	
<u>Noch:</u>	<u>Mitteilungsblatt Neunkirchen-Seelscheid</u>		14tägl.	<u>3.600</u>	Rhein-Sieg-Kreis	
<u>Rautenberg Media KG (Troisdorf)</u>	<u>Mitteilungsblatt Windeck</u>		fr	7.150	Rhein-Sieg-Kreis	www.rautenberg.media/E-Paper (E-Paper)
	<u>Mitteilungsblatt Gemeinde Ruppichteroth</u>		fr	3.600	Rhein-Sieg-Kreis	
	<u>Wir Erftstädter</u>		monatlich	<u>5.500</u>	Rhein-Erft-Kreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Rundblick</u> <u>Eifel</u>		14tägl.	<u>17.100</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Mitteilungs-</u> <u>blatt</u> <u>Dahlem</u>		14tägl.	<u>1.100</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Rundblick</u> <u>Euskirchen</u>		14tägl.	<u>14.100</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Rundblick</u> <u>Gemeinde</u> <u>Kall</u>		14tägl.	<u>2.600</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Mecher-</u> <u>nicher</u> <u>Bürgerbrief</u>		14tägl.	<u>6.500</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Wir in</u> <u>Weilerswist</u>		14tägl.	<u>4.100</u>	Lk Euskirchen	
	<u>Mitteilungs-</u> <u>blatt Issum</u>		fr	<u>4.800</u>	Lk Wesel	
	<u>Mitteilungs-</u> <u>blatt Alpen</u>		14tägl.	<u>3.100</u>	Lk Wesel	
	<u>Grenzland-</u> <u>Nachrichten</u>		do	<u>18.000</u>	Lk Viersen	
	<u>Rundblick</u> <u>Gemeinde</u> <u>Kürten</u>		14tägl.	<u>4.300</u>	Rheinisch- Bergischer Kreis	
	<u>Mitteilungs-</u> <u>blatt</u> <u>Overath</u>		fr	<u>12.550</u>	Rheinisch- Bergischer Kreis	
	<u>Rundblick</u> <u>Rösrath</u>		14tägl.	<u>6.900</u>	Rheinisch- Bergischer Kreis	
	<u>Rundblick</u> <u>Gemeinde</u> <u>Engels-</u> <u>kirchen</u>		14tägl.	<u>4.700</u>	Ober- bergischer Kreis	
	<u>Rundblick</u> <u>Gummers-</u> <u>bach</u>		14tägl.	<u>12.000</u>	Ober- bergischer Kreis	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Mitteilungsblatt Lindlar</u>		14tägl.	<u>4.800</u>	Oberbergischer Kreis	
<u>Noch:</u>	<u>Rundblick Marienheide</u>		14tägl.	<u>3.200</u>	Oberbergischer Kreis	
<u>Rautenberg Media KG (Troisdorf)</u>	<u>Nümbrecht aktuell</u>		14tägl.	<u>3.900</u>	Oberbergischer Kreis	
	<u>Reichshofkurier</u>		14tägl.	<u>4.600</u>	Oberbergischer Kreis	
	<u>Rundblick Waldbröl</u>		14tägl.	<u>4.500</u>	Oberbergischer Kreis	
	<u>Der Postillon</u>		14tägl.	<u>6.100</u>	Oberbergischer Kreis	
	<u>Rundblick Bergneustadt</u>		14tägl.	<u>4.600</u>	Oberbergischer Kreis	
	<u>Rundblick Merzenich & Niederzier</u>		14tägl.	<u>5.600</u>	Lk Düren	www.rautenberg.media/E-Paper (E-Paper)
	<u>Rundblick Rureifel</u>		14tägl.	<u>12.500</u>	Lk Düren	
	<u>Aldenhoven InfoBlatt</u>		monatl.	<u>1.500</u>	Lk Düren	
	<u>Mitteilungsblatt Inden</u>		14tägl.	<u>5.200</u>	Lk Düren	
	<u>Jülich Magazin</u>		14tägl.	<u>8.600</u>	Lk Düren	
	<u>Egge Rundblick</u>		monatl.	<u>850</u>	Lk Paderborn	
	<u>Rundblick Lichtenau & Bad Wünneberg</u>		monatl.	<u>2.200</u>	Lk Paderborn	
	<u>Wir in Brakel</u>		monatl.	<u>3.400</u>	Lk Paderborn	

Verlag	Titel	Untertitel	E-Weise	Auflage	Verbreitungsg.	Online
	<u>Rundblick Hallenberg</u>		14tägl.	<u>1.750</u>	Hochsauerlandkreis	
	<u>Mitteilungsblatt Winterberg</u>		14tägl.	<u>4.000</u>	Hochsauerlandkreis	
	<u>Mitteilungsblatt Bad Driburg</u>		sa	9.950	Lk Höxter	
	<u>Mitteilungsblatt Marienmünster & Nieheim</u>		monatl.	<u>1.200</u>	Lk Höxter	
	<u>Mitteilungsblatt für die Stadt Steinheim</u>		monatl.	<u>1.400</u>	Lk Höxter	
	<u>Stemweder Bote</u>		sa	14.500	Lk Minden-Lübb.	

Quellen: s. Erläuterungen zu Beginn der Antwort zu Frage 10

11. Wie viele Journalistinnen und Journalisten, fest oder frei, mit Tarifvertrag oder ohne, sind bei Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen beschäftigt?

Der Landesregierung liegen seit der Antwort auf die letzte Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 36-45 sowie 61-68) keine neueren Erkenntnisse vor – dies gilt auch für Anzeigenblätter. Auch seitens der Bundesagentur für Arbeit können für den Bereich der Anzeigenblätter keine seriösen Angaben gemacht werden, da der Bereich der Anzeigenblätter unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zugeordnet werden kann. Daher lässt sich nicht zweifelsfrei entnehmen, inwiefern die Mitarbeitenden der Anzeigenblätter welchem Segment zugeordnet wurden, und wo ggf. auch nicht.

Im Jahr 2018 wurde vom Bundesverband deutscher Anzeigenblätter eine Abfrage durchgeführt, in der acht Verlage oder Gruppen aus Nordrhein-Westfalen Angaben zu Auflage und Beschäftigten machten. Diese Befragung hat ergeben, dass diese acht Anzeigenblatt-Verlage bzw. -Gruppen eine Auflage von 11,6 Mio. realisieren und hierbei 494 fest angestellte und freie Journalistinnen und Journalisten sowie Redakteurinnen und Redakteure beschäftigen.

Geht man in einer groben Schätzung davon aus, dass die Anzahl von festangestellten und freien Mitarbeitenden im Verhältnis zur Auflage steht, müsste es sich insgesamt um ca. 750

festangestellte und freie Redakteurinnen und Redakteure sowie Journalistinnen und Journalisten handeln⁵⁴.

II. Redaktionen und Personal

12. Wie viele Personen sind in Nordrhein-Westfalen – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht – bei Zeitungen und Zeitungsverlagen beschäftigt?

13. Welche Veränderungen ergeben sich im Vergleich zu der Antwort auf die Drucksache 16/13053 der Landesregierung?

Die Fragen 12 und 13 werden zusammen beantwortet.

Um die Entwicklung für die Zeiträume 2015 bis 2019 abbilden zu können, wurden sämtliche Daten neu beim Statistiks-service der Bundesagentur für Arbeit abgerufen. Im Folgenden werden hierfür die Beschäftigtenzahlen (insgesamt, Männer, Frauen) der relevantesten Wirtschaftszweige dargestellt.

In Summe sind in den für den Zeitungsmarkt relevanten Wirtschaftszweigen „Drucken von Zeitungen“, „Verlegen von Zeitungen“ und „Verlegen von Zeitschriften“ rund 12.850 Erwerbstätige in Nordrhein- Westfalen sozialversicherungspflichtig beschäftigt (Stand 31. März 2019). Das sind 15,94 % weniger als im Jahr 2015 (15.287). Der Beschäftigungsverlust traf Männer (von 7.601 auf 6.378) und Frauen (von 7.686 auf 6.474) in gleichem Maße (- 8 %). Im Wirtschaftszweig „Drucken von Zeitungen“ sind etwa 68 % der Beschäftigten männlich. Frauen und Männer liegen mit je 50 % Anteil im Bereich „Verlegen von Zeitungen“ gleichauf. Im Wirtschaftszweig „Verlegen von Zeitschriften“ sind, mit einem Anteil von 57 % an allen Beschäftigten, Frauen stärker vertreten als Männer.

Tab. 12.1.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort

Wirtschaftszweige 2008	Insgesamt				
	2015	2016	2017	2018	2019
Erhebung jeweils zum Stichtag 31.03.					
Insgesamt	6,4 Mio.	6,5 Mio.	6,7 Mio.	6,8 Mio.	6,9 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	31.118	30.387	29.514	28.022	27.355
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	30.070	29.275	28.422	27.913	27.301
1811 Drucken von Zeitungen	1.932	1.671	1.598	1.508	1.396
1812 Drucken anderweitig nicht genannt (a. n. g.)	20.689	20.240	19.996	19.784	19.452
1813 Druck- und Mediovorstufe	5.083	5.150	4.961	4.861	4.802
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	2.366	2.214	1.867	1.760	1.651
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	*	109	54

⁵⁴ Die Berechnung setzt die Auflage von 11,6 Mio. zur Gesamtauflage in Nordrhein-Westfalen von 18,1 Mio. ins Verhältnis mit der Anzahl an Beschäftigten. Dieser Wert ist mangels statistischer Daten nur als grober Annäherungswert zu verstehen.

58 Verlagswesen	22.571	22.765	22.790	22.536	22.428
581 Verlegen v. Büchern usw., sonst. Verlagsw.	18.560	18.164	17.647	17.014	16.765
5811 Verlegen von Büchern	3.272	3.751	3.586	3.716	3.770
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	612	602	600	539	493
5813 Verlegen von Zeitungen	7.840	7.436	7.198	6.647	6.436
5814 Verlegen von Zeitschriften	5.515	5.125	5.086	5.041	5.020
5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	1.321	1.250	1.177	1.071	1.046
582 Verlegen von Software	4.011	4.601	5.143	5.522	5.663

Tab. 12.1.2 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort

Wirtschaftszweige 2008	Männer					Frauen				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Erhebung jeweils zum Stichtag 31.03.										
Insgesamt	3,5 Mio.	3,5 Mio.	3,6 Mio.	3,7 Mio.	3,8 Mio.	2,9 Mio.	2,9 Mio.	3,0 Mio.	3,0 Mio.	3,1 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	21.002	20.394	19.722	18.690	18.087	10.116	9.993	9.792	9.332	9.268
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	20.280	19.629	18.972	18.616	18.051	9.790	9.646	9.450	9.297	9.250
1811 Drucken von Zeitungen	1.284	1.153	1.100	1.036	946	648	518	498	472	450
1812 Drucken a. n. g.	14.441	14.007	13.755	13.607	13.278	6.248	6.233	6.241	6.177	6.174
1813 Druck- und Medienvorstufe	3.089	3.075	2.930	2.833	2.769	1.994	2.075	2.031	2.028	2.033
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	1.466	1.394	1.187	1.140	1.058	900	820	680	620	593
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	*	74	36	*	*	*	35	18
58 Verlagswesen	11.423	11.528	11.744	11.676	11.624	11.148	11.237	11.046	10.860	10.804
581 Verlegen v. Büchern usw. sonst. Verlagsw.	8.339	8.002	7.843	7.515	7.412	10.221	10.162	9.804	9.499	9.353
5811 Verlegen von Büchern	1.120	1.234	1.158	1.214	1.261	2.152	2.517	2.428	2.502	2.509
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	227	238	239	234	221	385	364	361	305	272
5813 Verlegen von Zeitungen	4.034	3.772	3.678	3.397	3.268	3.806	3.664	3.520	3.250	3.168
5814 Verlegen von Zeitschriften	2.283	2.139	2.188	2.169	2.164	3.232	2.986	2.898	2.872	2.856

5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	675	619	580	501	498	646	631	597	570	548
582 Verlegen von Software	3.084	3.526	3.901	4.161	4.212	927	1.075	1.242	1.361	1.451

Ausgewählte Stichtage jeweils zum 31.03. des Jahres. Datenstand: September 2019 © Statistik der Bundesagentur für Arbeit

^{*)} Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelangabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

Auch bezogen auf einzelne Beschäftigungsverhältnisse schließen die durch die Bundesagentur für Arbeit im Jahr 2018 erhobenen Daten direkt an die Erkenntnisse aus den vorigen Untersuchungen an: So zeigt sich sowohl bei den Zeitungsverlagen als auch den -druckereien ein weiterer Arbeitsplatzabbau. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Verlagen ist von 2015 auf 2018 von 7.735 auf 6.577 gesunken. Der Abfall betrifft sowohl Männer (von 4.003 auf 3.368) als auch Frauen (von 3.732 auf 3.209). Mit dem Druck von Zeitungen waren 2014 noch 2.397 Personen beschäftigt, für das Jahr 2015 lagen keine Daten vor. Aktuell, im Jahr 2018, sind es nur noch 1.491 Personen – hiervon 1.021 Männer und 470 Frauen. Der Anteil der Frauen (2013 noch 889) und Männer (2013 noch 1.882) hat sich in den letzten fünf Jahren fast halbiert⁵⁵ (vgl. auch Tab. 12.2).

Betrachtet man die Zahl geringfügig entlohnter Beschäftigter, zeigt sich ein ähnliches Bild: Im Jahr 2015 waren noch 11.820 (davon 6.673 Männer und 5.147 Frauen) mit dem Verlegen von Zeitungen beschäftigt, in 2018 sind es noch 9.194 (davon 5.296 Männer und 3.898 Frauen) (vgl. Tab. 12.3). Mit dem Drucken von Zeitungen sind im Jahr 2018 noch 577 geringfügig entlohnte Beschäftigte beauftragt (davon 292 Männer und 285 Frauen), im Jahr 2013 waren es noch 909.⁵⁶ Im Vergleich zum Jahr 2017 zeigt sich jedoch wieder ein leichter Aufwärtstrend von 530 auf 577 geringfügig entlohnte Beschäftigte.

Weitere detaillierte Zahlen zu ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten und im Nebenjob geringfügig entlohnten Beschäftigten liefern die Tabellen 12.4 und 12.5.

⁵⁵ Aufgrund fehlender Daten für einzelne Jahre und Untergruppen sind die Vergleichszeiträume unterschiedlich groß gewählt. Die fehlenden Daten resultieren aus Gründen des Datenschutzes und der statistischen Geheimhaltung, weshalb Daten, die Rückschluss auf Einzelpersonen zulassen, anonymisiert werden.

⁵⁶ Auch in diesem Fall ist die Datenlage aufgrund der Anonymitätswahrung nicht vollständig, sodass Vergleiche leider nur lückenhaft gezogen werden können.

Tab. 12.2 Sozialversicherungspflichtig sowie geringfügig entlohnte Beschäftigte (SvB /geB) am Arbeitsort (AO)

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Insgesamt	6,5 Mio.	6,7 Mio.	6,9 ⁵⁷ Mio.	3,6 Mio.	3,7 Mio.	3,8 Mio.	3 Mio.	3 Mio.	3 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	30.325	29.322	27.776	20.318	19.567	18.512	10.007	9.755	9.264
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	*	*	27.685	*	*	18.454	*	*	9.231
1811 Drucken von Zeitungen	*	*	1.491	*	*	1.021	*	*	470
1812 Drucken a. n. g.	20.273	19.940	19.625	13.994	13.691	13.492	6.279	6.249	6.133
1813 Druck- und Medienvorstufe	5.102	4.917	4.836	3.046	2.893	2.814	2.056	2.024	2.022
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	2.161	1.839	1.733	1.361	1.175	1.127	800	664	606
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	91	*	*	58	*	*	33
58 Verlagswesen	22.756	22.806	22.428	11.571	11.786	11.653	11.185	11.020	10.775
581 Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	17.964	17.588	16.822	7.913	7.829	7.446	10.051	9.759	9.376
5811 Verlegen von Büchern	3.755	3.594	3.691	1.240	1.166	1.211	2.515	2.428	2.480
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	599	601	529	242	250	235	357	351	294
5813 Verlegen von Zeitungen	7.321	7.158	6.577	3.704	3.660	3.368	3.617	3.498	3.209
5814 Verlegen von Zeitschriften	5.107	5.053	4.974	2.146	2.170	2.143	2.961	2.883	2.831
5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	1.182	1.182	1.051	581	583	489	601	599	562
582 Verlegen von Software	4.792	5.218	5.606	3.658	3.957	4.207	1.134	1.261	1.399

⁵⁷ Berücksichtigt wurden hier ausschließlich die genannten Kennziffern aus den genannten Bereichen „18 Herstellung von Druckerzeugnissen etc.“ und „58 Verlagswesen“. Änderungen in anderen Kennziffern können hier nicht nachvollzogen werden.

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Ausgewählte Stichtage, Datenstand: Oktober 2019 © Statistik der Bundesagentur für Arbeit
 Erstellungsdatum: 16.10.2019, Statistik-Service
 West, Auftragsnummer 292477

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelangabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

Tab. 12.3 Geringfügig entlohnte Beschäftigte (geB) am Arbeitsort (AO)

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Insgesamt	1,8 Mio.	1,8 Mio.	1,8 Mio.	0,7 Mio.	0,7 Mio.	0,7 Mio.	1 Mio.	1 Mio.	1 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	8.294	7.727	7.488	3.625	3.372	3.323	4.669	4.355	4.165
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	*	*	7.463	*	*	3.315	*	*	4.148
1811 Drucken von Zeitungen	*	530	577	304	*	292	*	*	285
1812 Drucken a. n. g.	6.053	5.787	5.595	2.651	2.564	2.503	3.402	3.223	3.092
1813 Druck- und Mediovorstufe	896	869	814	358	353	342	538	516	472
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	671	*	477	*	*	178	*	304	299
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	25	*	*	8	*	*	17
58 Verlagswesen	13.162	13.466	12.103	7.020	7.314	6.559	6.142	6.152	5.544
581 Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	12.599	12.924	11.568	6.782	7.088	6.328	5.817	5.836	5.240
5811 Verlegen von Büchern	598	537	517	184	174	162	414	363	355

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	59	52	38	25	21	14	34	31	24
5813 Verlegen von Zeitungen	10.531	10.349	9.194	5.985	5.986	5.296	4.546	4.363	3.898
5814 Verlegen von Zeitschriften	1.072	1.663	1.516	476	791	741	596	872	775
5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	339	323	303	112	116	115	227	207	188
582 Verlegen von Software	563	542	535	238	226	231	325	316	304

Ausgewählte Stichtage, Datenstand: Oktober 2019 © Statistik der Bundesagentur für Arbeit
 Erstellungsdatum: 16.10.2019, Statistik-Service West, Auftragsnummer 292477

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelangabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

Tab. 12.4 Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte (ageB) am Arbeitsort (AO)

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Insgesamt	1,2 Mio.	1,2 Mio.	1,2 Mio.	0,4 Mio.	0,4 Mio.	0,4 Mio.	0,8 Mio.	0,8 Mio.	0,7 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	6.066	5.568	5.335	2.585	2.367	2.312	3.481	3.201	3.023
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	*	*	5.314	*	*	*	*	*	*
1811 Drucken von Zeitungen	*	416	428	231	*	*	*	*	*
1812 Drucken a. n. g.	4.424	4.190	4.024	1.903	1.815	1.765	2.521	2.375	2.259
1813 Druck- und Medienvorstufe	596	568	525	235	234	226	361	334	299
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	516	*	337	*	*	102	*	238	235

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	21	*	*	*	*	*	*
58 Verlagswesen	9.282	9.443	8.351	4.836	5.022	4.479	4.446	4.421	3.872
581 Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	8.963	9.146	8.061	4.701	4.901	4.362	4.262	4.245	3.699
5811 Verlegen von Büchern	418	371	355	125	113	105	293	258	250
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	44	35	29	19	14	11	25	21	18
5813 Verlegen von Zeitungen	7.551	7.335	6.440	4.186	4.157	3.676	3.365	3.178	2.764
5814 Verlegen von Zeitschriften	725	1.185	1.037	299	543	496	426	642	541
5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	225	220	200	72	74	74	153	146	126
582 Verlegen von Software	319	297	290	135	121	117	184	176	173

Ausgewählte Stichtage, Datenstand: Oktober 2019 © Statistik der Bundesagentur für Arbeit
 Erstellungsdatum: 16.10.2019, Statistik-Service
 West, Auftragsnummer 292477

¹⁾ Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelangabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

Tab. 12.5 Im Nebenjob geringfügig entlohnte Beschäftigte (iNgeB) am Arbeitsort (AO)

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Insgesamt	0,5 Mio.	0,6 Mio.	0,6 Mio.	0,3 Mio.	0,3 Mio.	0,3 Mio.	0,3 Mio.	0,3 Mio.	0,3 Mio.
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	2.228	2.159	2.153	1.040	1.005	1.011	1.188	1.154	1.142
181 Herstellung von Druckerzeugnissen	*	*	2.149	*	*	*	*	*	*
1811 Drucken von Zeitungen	*	114	149	73	*	*	*	*	*
1812 Drucken a. n. g.	1.629	1.597	1.571	748	749	738	881	848	833
1813 Druck- und Mediovorstufe	300	301	289	123	119	116	177	182	173
1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	155	*	140	*	*	76	*	66	64
182 Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	*	*	4	*	*	*	*	*	*
58 Verlagswesen	3.880	4.023	3.752	2.184	2.292	2.080	1.696	1.731	1.672
581 Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.636	3.778	3.507	2.081	2.187	1.966	1.555	1.591	1.541
5811 Verlegen von Büchern	180	166	162	59	61	57	121	105	105
5812 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	15	17	9	6	7	3	9	10	6
5813 Verlegen von Zeitungen	2.980	3.014	2.754	1.799	1.829	1.620	1.181	1.185	1.134
5814 Verlegen von Zeitschriften	347	478	479	177	248	245	170	230	234
5819 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	114	103	103	40	42	41	74	61	62
582 Verlegen von Software	244	245	245	103	105	114	141	140	131

Ausgewählte Stichtage, Datenstand: Oktober 2019

© Statistik der Bundesagentur für

Erstellungsdatum: 16.10.2019, Statistik-Service West, Arbeit

Auftragsnummer 292477

WZ 08	Insgesamt			davon					
				Männer			Frauen		
	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018	30. Juni 2016	30. Juni 2017	30. Juni 2018
	1	2	3	4	5	6	7	8	9

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelangabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

14. Liegen der Landesregierung neue Erkenntnisse vor, unter welchen Arbeitsbedingungen in den Redaktionen 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?

Beim Deutschen Journalisten-Verband liegen zu dieser Fragestellung keine systematischen Informationen vor.

Die Bundesagentur für Arbeit kann lediglich Angaben zur Art des Beschäftigungsverhältnisses (Teilzeit, Vollzeit-, Zeitarbeitsbeschäftigung) sowie zur Entgeltverteilung machen.

Betrachtet man die Beschäftigtenzahlen der drei für den Zeitungsmarkt relevantesten Wirtschaftszweige, so sind im Bereich „Drucken von Zeitungen“ rund 74 % sozialversicherungspflichtig in Vollzeit (26 % in Teilzeit) beschäftigt. Im Bereich „Verlegen von Zeitungen“ arbeiten rund 61 % in Vollzeit (39 % Teilzeit) und im Bereich „Verlegen von Zeitschriften“ sind rund 72 % sozialversicherungspflichtig in Vollzeit beschäftigt (Stand 31. Dezember 2018). Während sich die Anzahl an Vollzeitbeschäftigten prozentual in allen drei Wirtschaftszweigen reduziert (durchschnittlich 3 %), erhöht sich die Quote der Teilzeitbeschäftigten um etwa 3 %.

Tab. 14.1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen am Arbeitsort in Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung nach Wirtschaftszweigen (4-Steller) (Datenstand zum 31.03.)

WZ 2008	insgesamt					Vollzeitbeschäftigung					Teilzeitbeschäftigung*				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
1811															
Drucken von Zeitungen insgesamt	1.932	1.671	1.598	1.508	1.396	1.507	1.310	1.254	1.136	1.035	425	361	344	372	361

5813

Verlegen von Zeitungen	7.840	7.436	7.198	6.647	6.436	4.914	4.601	4.436	4.129	3.944	2.926	2.835	2.762	2.518	2.492
-------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

5814

Verlegen von Zeitschriften	5.515	5.125	5.086	5.041	5.020	4.136	3.753	3.680	3.653	3.610	1.379	1.372	1.406	1.388	1.410
-----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

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 „Drucken von Zeitungen, „Verlegen von Zeitungen“ und „Verlegen von Zeitschriften“ bislang eine eher untergeordnete Rolle. Laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit sind in den drei relevanten Wirtschaftszweigen insgesamt unter 100 Personen beschäftigt (Stand März 2019). Eine separate Darstellung der Daten erfolgt daher nicht.

Der aktuell ausgewiesene Medianwert bzgl. der Entgeltverteilung (monatliches Bruttoarbeitsentgelt, Stand 31. Dezember 2018) liegt im Wirtschaftszweig „Drucken von Zeitungen“ bei 3.600 €, „Verlegen von Zeitungen“ bei 4.182 € und „Verlegen von Zeitschriften“ bei 3.699 €. 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. Die Tabellen 14.2 bis 14.4 geben einen Überblick zur Entwicklung der Entgeltverteilung nach Tätigkeit (Klassifikation der Berufe 2010 [KldB]) seit dem Jahr 2015).

Tab. 14.2 Monatliches Bruttoarbeitsentgelt der sozialversicherungspflichtig Vollzeitbeschäftigten „Drucken von Zeitungen“

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
Insgesamt	31. Dezember 2015	1.236	7	1.229	3.927
	31. Dezember 2016	1.177	8	1.169	3.857
	31. Dezember 2017	1.091	10	1.081	3.834
	31. Dezember 2018	1.030	5	1.025	3.926
233 Fototechnik und Fotografie	31. Dezember 2015	5	X	X	X
	31. Dezember 2016	5	X	X	X
	31. Dezember 2017	5	X	X	X
	31. Dezember 2018	4	X	X	X
234 Drucktechnik,-weiterverarb., Buchbinderei	31. Dezember 2015	553	3	550	3.880
	31. Dezember 2016	531	6	525	3.792

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
	31. Dezember 2017	468	X	X	X
	31. Dezember 2018	411	X	X	X
513 Lagerwirt., Post, Zustellung, Güterumschlag	31. Dezember 2015	114	X	X	X
	31. Dezember 2016	101	X	X	X
	31. Dezember 2017	101	X	X	X
	31. Dezember 2018	97	X	X	X
713 Unternehmens organisation und -strategie	31. Dezember 2015	51	X	X	X
	31. Dezember 2016	48	X	X	X
	31. Dezember 2017	49	X	X	X
	31. Dezember 2018	45	X	X	X
714 Büro und Sekretariat	31. Dezember 2015	59	X	X	X
	31. Dezember 2016	65	X	X	X
	31. Dezember 2017	65	X	X	X
	31. Dezember 2018	60	X	X	X
722 Rechnungs- wesen, Controlling und Revision	31. Dezember 2015	6	X	X	X
	31. Dezember 2016	7	X	X	X
	31. Dezember 2017	8	X	X	X
	31. Dezember 2018	8	X	X	X
923 Verlags- und Medien- wirtschaft	31. Dezember 2015	51	X	X	X
	31. Dezember 2016	39	X	X	X
	31. Dezember 2017	31	X	X	X
	31. Dezember 2018	27	X	X	X
924 Redaktion und Journalismus	31. Dezember 2015	170	X	X	X
	31. Dezember 2016	157	X	X	X
	31. Dezember 2017	144	X	X	X
	31. Dezember 2018	137	X	X	X

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4

Erstellungsdatum: 26.09.2019, Statistik-Service West, Auftragsnummer 291725

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert.

Aufgrund rückwirkender Revisionen der Beschäftigungsstatistik können diese Daten von zuvor veröffentlichten Daten abweichen. Siehe methodische Hinweise.

x) Aus methodischen Gründen ist ein Ausweis von Entgeltverteilungen oder Quantilen nicht sinnvoll, wenn die Zahl der Beschäftigten mit Angabe zum Entgelt unter 500 liegt.

Tab. 14.3 Monatliches Bruttoarbeitsentgelt der sozialversicherungspflichtig Vollzeitbeschäftigten „Verlegen von Zeitungen“

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
Insgesamt	31. Dezember 2015	4.511	32	4.479	4.086
	31. Dezember 2016	4.261	19	4.242	4.052
	31. Dezember 2017	3.901	26	3.875	4.123
	31. Dezember 2018	3.749	23	3.726	4.182
233 Fototechnik und Fotografie	31. Dezember 2015	14	X	X	X
	31. Dezember 2016	15	X	X	X
	31. Dezember 2017	14	X	X	X
	31. Dezember 2018	14	X	X	X
234 Drucktechnik,- weiterverarb., Buchbinderei	31. Dezember 2015	37	X	X	X
	31. Dezember 2016	22	X	X	X
	31. Dezember 2017	21	X	X	X
	31. Dezember 2018	23	X	X	X
513 Lagerwirt., Post, Zustellung, Güterumschlag	31. Dezember 2015	140	X	X	X
	31. Dezember 2016	121	X	X	X
	31. Dezember 2017	86	X	X	X
	31. Dezember 2018	91	X	X	X
713 Unternehmens	31. Dezember 2015	320	X	X	X

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
organisation und -strategie	31. Dezember 2016	278	X	X	X
	31. Dezember 2017	234	X	X	X
	31. Dezember 2018	225	X	X	X
	31. Dezember 2015	284	X	X	X
714 Büro und Sekretariat	31. Dezember 2016	286	X	X	X
	31. Dezember 2017	246	X	X	X
	31. Dezember 2018	235	X	X	X
722 Rechnungs- wesen, Controlling und Revision	31. Dezember 2015	109	X	X	X
	31. Dezember 2016	103	X	X	X
	31. Dezember 2017	101	X	X	X
	31. Dezember 2018	104	X	X	X
923 Verlags- und Medien- wirtschaft	31. Dezember 2015	990	7	983	3.686
	31. Dezember 2016	974	5	969	3.760
	31. Dezember 2017	846	6	840	3.723
924 Redaktion und Journalismus	31. Dezember 2018	773	4	769	3.776
	31. Dezember 2015	1.626	12	1.614	5.587
	31. Dezember 2016	1.564	6	1.558	5.607
	31. Dezember 2017	1.520	10	1.510	5.692
	31. Dezember 2018	1.537	8	1.529	5.745

Erstellungsdatum: 26.09.2019, Statistik-Service West, Auftragsnummer 291725

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert.

Aufgrund rückwirkender Revisionen der Beschäftigungsstatistik können diese Daten von zuvor veröffentlichten Daten abweichen. Siehe methodische Hinweise.

x) Aus methodischen Gründen ist ein Ausweis von Entgeltverteilungen oder Quantilen nicht sinnvoll, wenn die Zahl der Beschäftigten mit Angabe zum Entgelt unter 500 liegt.

Tab. 14.4 Monatliches Bruttoarbeitsentgelt der sozialversicherungspflichtig Vollzeitbeschäftigten „Verlegen von Zeitschriften“

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
Insgesamt	31. Dezember 2015	3.653	12	3.641	3.570
	31. Dezember 2016	3.464	28	3.436	3.602
	31. Dezember 2017	3.431	20	3.411	3.602
	31. Dezember 2018	3.405	26	3.379	3.699
233 Fototechnik und Fotografie	31. Dezember 2015	8	X	X	X
	31. Dezember 2016	10	X	X	X
	31. Dezember 2017	8	X	X	X
	31. Dezember 2018	8	X	X	X
234 Drucktechnik,- weiterverarb., Buchbinderei	31. Dezember 2015	38	X	X	X
	31. Dezember 2016	37	X	X	X
	31. Dezember 2017	67	X	X	X
	31. Dezember 2018	70	X	X	X
513 Lagerwirt., Post, Zustellung, Güterumschlag	31. Dezember 2015	50	X	X	X
	31. Dezember 2016	46	X	X	X
	31. Dezember 2017	68	X	X	X
	31. Dezember 2018	72	X	X	X
713 Unternehmens organisation und -strategie	31. Dezember 2015	375	X	X	X
	31. Dezember 2016	386	X	X	X
	31. Dezember 2017	388	X	X	X
	31. Dezember 2018	366	X	X	X
714 Büro und Sekretariat	31. Dezember 2015	428	X	X	X
	31. Dezember 2016	382	X	X	X
	31. Dezember 2017	356	X	X	X
722 Rechnungs-	31. Dezember 2018	344	X	X	X
	31. Dezember 2015	81	X	X	X

Tätigkeit nach KldB 2010 (Auswahl)	Stichtag	Insgesamt	keine Angabe	mit Angabe	Median in €
		1	2	3	4
wesen, Controlling und Revision	31. Dezember 2016	79	X	X	X
	31. Dezember 2017	75	X	X	X
	31. Dezember 2018	80	X	X	X
	31. Dezember 2015	570	-	570	3.436
923 Verlags- und Medien- wirtschaft	31. Dezember 2016	544	6	538	3.497
	31. Dezember 2017	449	X	X	X
	31. Dezember 2018	405	X	X	X
	31. Dezember 2015	915	4	911	4.213
924 Redaktion und Journalismus	31. Dezember 2016	884	9	875	4.011
	31. Dezember 2017	911	3	908	3.982
	31. Dezember 2018	917	6	911	3.994

Erstellungsdatum: 26.09.2019, Statistik-Service West, Auftragsnummer 291725

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

*) Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert.

Aufgrund rückwirkender Revisionen der Beschäftigungsstatistik können diese Daten von zuvor veröffentlichten Daten abweichen. Siehe methodische Hinweise.

x) Aus methodischen Gründen ist ein Ausweis von Entgeltverteilungen oder Quantilen nicht sinnvoll, wenn die Zahl der Beschäftigten mit Angabe zum Entgelt unter 500 liegt.

Durch die zur Beantwortung dieser Großen Anfrage durchgeführte Befragung konnten zumindest auf Selbstauskunft der jeweiligen Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer der Verlage beruhende Angaben generiert werden. Insgesamt zeigt sich ein sehr weit gestreutes Bild: Die Verlage beschäftigen durchschnittlich 775 Personen in Redaktion, Produktion, Vertrieb und Zustellung (aserto, 2019a; n=19). Die Anzahl an Beschäftigten variiert hierbei zwischen 52 und 4200 Personen. Von einem prozentualen Anteil von 22 bis hin zu 100 % variiert auch der Anteil der festangestellten Mitarbeitenden stark. Die Mehrheit der teilnehmenden Verlage beschäftigt mehr festangestellte als freie Mitarbeitende, drei Verlage geben jedoch auch an, dass der Anteil der freien Mitarbeitenden höher ist, als der der Festangestellten. In den meisten Verlagen sind etwas mehr Männer als Frauen festangestellt, bei den Freien ist es ähnlich: Hier dominiert nur in einem Fall der Anteil der Frauen.

In den Verlagen variiert außerdem das Verhältnis von festangestellten zu freien Mitarbeitenden, auch Minijobs und geringfügig Beschäftigte (auch Schülerinnen und Schüler) spielen eine große Rolle. Im Durchschnitt arbeiten 55% der Beschäftigten im Verlag per Minijob bzw. in geringfügiger Beschäftigung, 23% in Teilzeit und 22% Personen in Vollzeit.

Auch in der Befragung zeigt sich, dass über Zeitarbeit nur wenige Personen angestellt sind (im Durchschnitt vier). Die Anzahl der Volontärinnen und Volontäre bewegt sich zwischen 0 und 20, durchschnittlich sind in den Verlagen 5 Volontärinnen und Volontäre in Ausbildung. In der Regel gibt es in den Verlagen einen Fotojournalisten bzw. eine Fotojournalistin, es gibt jedoch auch Verlage, die über keine eigenen Fotojournalisten oder Fotojournalistinnen verfügen (aserto, 2019a).

Tarifverträge für Tageszeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen werden vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (BDZV) sowie Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen e. V. (ZVNRW) gemeinsam mit ver.di und dem Deutschen Journalisten-Verband ausgehandelt. Immer mehr Verlage fühlen sich jedoch nicht mehr zeitgemäß vertreten, treten aus dem BDZV aus und/oder nutzen verschiedene Möglichkeiten zur Umgehung der Tarife (vgl. hierzu Frage 19). Die geltenden Tarifverträge für Tageszeitungsverlage und auch zur Bezahlung von freien Journalistinnen und Journalisten sind online einsehbar (u. a. tarifregister.nrw.de, o. D; bdzv.de, o. D. d; djv.de, o. D. b). Die folgende Tabelle gibt zusammenfassend Aufschluss über Mitglieder des BDZV und listet bekannte Tarifumgehungen auf, die in Frage 19 detailliert betrachtet werden.

Tab. 14.5 BDZV-Mitgliedschaften und Tarifumgehungen

Zeitungsverlag	Standort	Mitglied im BDZV	Bekannte Tarifumgehung
Altmeppen-Verlag GmbH & Co. KG	Rheine	Emsdettener Volkszeitung Münsterländische Volkszeitung	
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Münster	Westfälische Nachrichten Ahlener Zeitung Münstersche Zeitung	Leiharbeit, OT-Mitgliedschaften, Anstellung von Volontärinnen und Volontären bei Journalistenschulen zu untertariflichen Bedingungen OT-Mitgliedschaften
B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	Solingen	Solinger Tageblatt	
Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH	Bonn	General-Anzeiger	
J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH	Minden	Mindener Tageblatt	Outsourcing
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG	Köln	Kölner Stadt-Anzeiger Kölnische Rundschau	Outsourcing

Zeitungsverlag	Standort	Mitglied im BDZV	Bekannte Tarifumgehung
Funke Medien NRW GmbH	Essen	Westfälische Rundschau	Anstellung von Volontärinnen und Volontären bei Journalistenschulen zu untertariflichen Bedingungen alle: Sonstige Formen von Tarifumgehung
		Westdeutsche Allgemeine Zeitung	
		Westfalenpost	
Haller Kreisblatt Verlags-GmbH	Halle	Haller Kreisblatt	
E. Holterdorf GmbH & CoKG	Oelde	Die Glocke	
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	Dülmen	Dülmener Zeitung	
IVZ Medien GmbH & Co. KG	Ibbenbüren	Ibbenbürener Volkszeitung	
W. Jahn Verlag GmbH & Co. KG	Soest		
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold	Lippische Landes-Zeitung	Outsourcing, OT-Mitgliedschaften
Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	Lüdenscheid		OT-Mitgliedschaften
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Borken	Borkener Zeitung	
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Remscheid	Remscheider General-Anzeiger	
Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Rheinische Post	Leiharbeit, Anstellung von Volontärinnen und Volontären bei Journalistenschulen zu untertariflichen Bedingungen, Sonstige Formen von Tarifumgehung
Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co. KG	Siegen	Siegener Zeitung	
Süderländer Tageblatt Plettenberger Zeitung O. Hundt GmbH & Co. KG	Plettenberg	Süderländer Tageblatt	

Zeitungsverlag	Standort	Mitglied im BDZV	Bekannte Tarifumgehung
Tageblatt Steinfurt Verlag GmbH & Co. KG	Ochtrup	Tageblatt für den Kreis Steinfurt	
Temming Verlag KG	Bocholt	Bocholter Borkener Volksblatt	
Verlag J. Bauer KG	Marl	Recklinghäuser Zeitung	Sonstige Formen von Tarifumgehung
Verlag J. Fleißig GmbH & Co. KG	Coesfeld	Allgemeine Zeitung	
Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	Dortmund	Ruhr Nachrichten	Outsourcing, OT-Mitgliedschaften
Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Westdeutsche Zeitung	Outsourcing
Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Hamm	Westfälischer Anzeiger	Outsourcing, Sonstige Formen von Tarifumgehung
Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH	Bielefeld	Westfalen-Blatt	
Zeitungsverlag Aachen GmbH	Aachen	Aachener Zeitung / Aachener Nachrichten	Leiharbeit
Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) GmbH & Co. KG	Iserlohn	Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	
Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG	Bielefeld	Neue Westfälische	Outsourcing
Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co Essen KG	Essen	Neue Rhein/Ruhr Zeitung	
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	Lippstadt	Der Patriot	
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Unna	Hellweger Anzeiger	
Zeitungsverlag Unna GmbH & Co. KG	Unna		
Boulevard- und überregionale Zeitungen:			
Düsseldorf-Express GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Düsseldorf-Express	

Zeitungsverlag	Standort	Mitglied im BDZV	Bekannte Tarifumgebung
M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG	Köln	Express	
Handelsblatt GmbH	Düsseldorf	Handelsblatt	

Quelle: bdzv.de (o. D. c); Tarif: ausführlicher s. Frage 19

15. Gibt es im Vergleich zu 2016 neue Erkenntnisse zu Maßnahmen in den Redaktionen bezüglich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf?

Die Mehrheit der Verlage bietet Optionen an, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern sollen. Eine Befragung der Verlage (aserto, 2019a) hat gezeigt, dass bei den teilnehmenden Verlagen vorrangig drei Optionen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf üblich sind: So sind Teilzeitmodelle, flexible Arbeitszeiten (oftmals auch durch Arbeitszeitkonten) und die Option, mobil oder im Home-Office zu arbeiten, bei vielen Verlagen inzwischen Standard. Einige Verlage bieten darüber hinaus ein sogenanntes Eltern- bzw. Mutter-Kind/Vater-Kind-Büro oder Ferienbetreuung an und oftmals werden auch individuelle Lösungen je nach Bedarf gefunden.

Mit der verbreiteten Auszeichnung „berufundfamilie“, mit der inzwischen über 1.800 Arbeitgeber zertifiziert sind (berufundfamilie.de, o. D.) ist jedoch kein Zeitungsverlag aus Nordrhein-Westfalen zertifiziert, ggf. mangelt es hier an der Bekanntheit der Zertifizierung in der Branche.

16. Wie gestaltet sich die Organisationsstruktur der Redaktionen im Hinblick auf den Status der Vollredaktion bzw. der Erstellung journalistischer Inhalte in Zusammenarbeit mit externen Dienstleisterinnen und Dienstleistern?

Der Begriff Vollredaktion beschreibt Redaktionen, die aus einer für den überregionalen Teil zuständigen Hauptredaktion und einer oder mehreren Lokalredaktionen besteht. Außerdem sind in einer idealtypischen Vollredaktion alle klassischen Ressorts vertreten. Nach Maßgabe dieser Definition wird der Großteil der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen nicht (mehr) durch Vollredaktionen produziert. Stattdessen kaufen insbesondere auflageschwächere Zeitungen ihre überregionale Berichterstattung von anderen (auflagestärkeren) Zeitungen ein, oder Verlage versorgen ihre Zeitungen mit dem gleichen Mantelteil bzw. kooperieren diesbezüglich mit anderen Verlagen.

Die publizistische Realität lässt sich in vielen Fällen nicht eindeutig in Vollredaktion und Lokalredaktion mit Mantelübernahmen von einem Fremdverlag strukturieren. Oftmals bestehen Zwischenformen, bei denen z. B. Teile des erworbenen Mantels verändert oder ergänzt werden, um ihn an die jeweilige Region anzupassen. Wie nah publizistische Einheiten oder in manchen Fällen dafür abgestellte einzelne Redakteurinnen und Redakteure, die damit beauftragt werden, dann an dem Status einer Vollredaktion sind, ist Abwägungssache. Fest steht, die redaktionellen Verflechtungen gestalten sich zunehmend komplex, weshalb eine klare Einordnung von publizistischen Einheiten in Kategorien wie Vollredaktion häufig schwerfällt, bzw. nicht mehr zielführend ist. Für eine detaillierte Auflistung der in Nordrhein-Westfalen erscheinenden Titel und welche Mantelteile woher bezogen werden siehe Frage 1.

Alle Verlage beschäftigen freie Mitarbeitende. Aufgrund des anhaltenden Kostendrucks nimmt der Anteil an publizistischen Produkten, an denen freie Mitarbeitende beteiligt sind, wahrscheinlich weiter zu. Der DJV schätzt die Anzahl von freien, hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Deutschland auf ca. 26.000 im Gegensatz zu ca. 43.500 festangestellten Journalistinnen und Journalisten. Die Zahl der nebenberuflich arbeitenden, freien Journalistinnen und Journalisten ist vermutlich noch höher und tendenziell zunehmend (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2018; Kaiser, o. D. a). Fundierte quantitative Untersuchungen liegen dazu jedoch nicht vor. Inwiefern freie Mitarbeitende organisational in die Redaktion eingebunden sind, lässt sich kaum herausfinden.

Der Trend zur Organisation von Redaktionen nach dem Prinzip des „Newsrooms“ oder „Newsdesks“ dauert weiterhin an. In Deutschland sind inzwischen ca. 75 % der Redaktionen nach diesem Prinzip organisiert (Beiler & Gerstner, 2019).

Das Redaktionsnetz Westfalen (RNW), welches den Mantel für die Zeitungen des Medienhauses Lensing und des Zeitungsverlages Rubens produziert, ist seit 2017 in die Bereiche „Content, Digital, Sonderthemen und Organisation“ strukturiert. Dadurch erhofft man sich, innovativer zu sein und qualitativ hochwertigere Arbeit leisten zu können. Vor dem Hintergrund dieser Umstrukturierung wurde auch ein „Digital-Desk“ eingerichtet, dessen Schwerpunkte die digitalen und administrativen Aufgaben sind, die sonst von den Redakteurinnen und Redakteuren in den Lokalredaktionen geleistet werden müssten. Zu diesen Aufgaben gehören: „Daten-Analyse, SEO-Optimierung, Tool-Erprobung, A/B-Tests und Site-Management“ (Ürük, 2017).

17. Wie haben sich seit 2016 die Kooperationen von Verlagen im lokalen Bereich entwickelt?

Folgende Schwerpunkte mit Blick auf veränderte Kooperationen seit Anfang 2017 haben sich in Nordrhein-Westfalen ergeben.

2017

Im Bereich der Boulevardzeitungen hat DuMont im April 2017 die Bonner Ausgabe des Express‘ eingestellt. Seitdem werden die Bonner Themen im Kölner Express aufgegriffen, der zudem einmal wöchentlich eine Bonn-Beilage enthält (meedia.de, 2017a). Darüber hinaus hat DuMont 2017 die Titel Kölner Stadt-Anzeiger und Express in einen gemeinsamen Newsroom überführt (Blümel, 2017c), wodurch 15 bis 18 von ca. 250 Arbeitsplätzen wegfallen (DJV NRW Journal, 2017c). Gearbeitet wird nach dem Motto „So viel gemeinsam wie möglich. So viel getrennt wie nötig“ (DJV NRW Journal, 2017c, S. 20).

Die Mediengruppe DuMont verkündete 2017 für das Frühjahr 2018 eine engere Kooperation mit der Madsack Mediengruppe, die im Juli 2018 vom Bundeskartellamt genehmigt wurde (vgl. dumontschauberg.wordpress.com, o. D., journal-nrw.de, 2018). Seit Herbst 2018 ist so nun eine gemeinsame Redaktion in Berlin verantwortlich für die überregionalen Themen. DuMont hat daraufhin die Redaktionsgesellschaft in Berlin aufgelöst, die Beschäftigten wurden gekündigt, betroffen waren 16 Redakteurinnen und Redakteure (journal-nrw.de, 2018).

Seit Oktober 2017 beliefert Madsack bereits mehrere Titel in Nordrhein-Westfalen mit Inhalten für die Mantelseiten. So kann das Redaktionsnetz Westfalen, als Tochter vom Medienhaus Lensing und Zeitungsverlag Rubens, auf die Inhalte zugreifen. Das Redaktionsnetz Westfalen erstellt die Mantelseiten für Ruhr Nachrichten, Dorstener Zeitung, Halterner Zeitung,

Münsterland Zeitung, Hellweger Anzeiger, Westfälische Rundschau (Unna/Kamen). Darüber hinaus sind der Verlag J. Bauer (Recklinghäuser Zeitung, Marler Zeitung, Hertener Allgemeine, Stimberg Zeitung, Dattelner Morgenpost, Waltroper Zeitung) und die Münstersche Zeitung (Aschendorff) involviert (DJV NRW Journal, 2017b).

Im Sommer 2017 verkündeten die Ruhr Nachrichten und der Zeitungsverlag Rubens, der den Hellweger Anzeiger publiziert, eine Gemeinschaftsredaktion zu gründen und so ihre Mantelredaktionen zusammenzulegen. Die überregionalen Inhalte werden vom neuen Redaktionsnetz Westfalen produziert, zusätzlich soll die Möglichkeit des Bezugs überregionaler Inhalte von der Rheinischen Post und dem RND bestehen (Freytag, 2017; Üruk, 2017; new-business.de, 2017).

Die „Ruhr Nachrichten“ lösen ihre Mantelredaktion in Dortmund auf und stärken die Lokalberichterstattung. Für überregionale Inhalte ist seit Oktober 2017 eine Redaktion in Unna unter Leitung der Partnerzeitung „Hellweger Anzeiger“ zuständig sein, sagte Chefredakteur Hermann Beckfeld am 12. Juli 2017 dem epd. In Dortmund verbleibt nach seinen Worten aber der Mantelsport, der Sportnachrichten auch an den „Hellweger Anzeiger“ und die „Recklinghäuser Zeitung“ zuliefere. Beckfeld betonte, dass keine Entlassungen geplant seien: Von den betroffenen Redakteurinnen und Redakteuren sollen neun in Lokalredaktionen wechseln und sechs weitere in einer sogenannten Content-Agentur vor allem lokale Themen recherchieren und den Lokalredaktionen zur Verfügung stellen. Drei Redakteure bzw. Redakteurinnen der „Ruhr Nachrichten“ sollen die künftige, gemeinsame Mantelredaktion mit dem „Hellweger Anzeiger“ verstärken.

Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) kritisierte die Pläne als weiteren Verlust an Meinungsvielfalt: „Seit Jahren legen die Verlage in NRW ihre Lokalredaktionen zusammen oder übernehmen die Mantelteile ihrer früheren Konkurrenten“, erklärte der nordrhein-westfälische Landesvorsitzende der Journalistengewerkschaft, Frank Stach, in Düsseldorf. Er lobte zugleich das Vorhaben, mehr Redakteurinnen und Redakteure in den Lokalredaktionen zu beschäftigen. Das sei „der richtige Schritt, um mehr Qualität in die Zeitung zu bringen“. Die „Ruhr Nachrichten“ gehören zum Medienhaus Lensing. Seit 2013 produziert die Zeitung auch die Lokalteile der von der Essener Funke Mediengruppe herausgegebenen „Westfälischen Rundschau“ in den Städten Dortmund, Lünen und Schwerte (Evangelischer Pressedienst, 2017c).

Die zu den „Westfälischen Nachrichten“ (Medienhaus Aschendorff) gehörende „Steinfurter Kreisblatt“ ist inzwischen die einzige Tageszeitung am Ort, nachdem 2014 die „Münstersche Zeitung“ (MZ) ihre Redaktion dort eingestellt hat. Die MZ ist in der Zeitungsgruppe Münster des Aschendorff-Konzerns aufgegangen (Evangelischer Pressedienst, 2017a).

2018

Im März 2018 hat die Rheinische Post Mediengruppe in Düsseldorf die Verlagsanstalt H. Neusser („Bonner General-Anzeiger“; Auflage 65.000) gekauft und damit ihre Stellung auf dem Markt in Nordrhein-Westfalen gestärkt. Bis 2016 war die Kölner DuMont Mediengruppe mit einer Überkreuzbeteiligung beim Verlag Neusser engagiert gewesen.

Im Mai 2018 hat das Bundeskartellamt die Übernahme des General-Anzeigers aus Bonn durch die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft genehmigt (Hein, 2018; meedia.de, 2018a; DJV NRW Journal, 2018). Die Verbreitungsgebiete der Rheinischen Post sowie des General-Anzeigers überschneiden sich laut Bundeskartellamt nicht, weshalb beide Titel nicht um Leser konkurrierten. Auch auf den Anzeigen- und Hörfunkmärkten werde durch die Übernahme der Wettbewerb nicht behindert. Mit der Entscheidung des Bundeskartellamts konnte die

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG) ihr Vorhaben umsetzen, sämtliche Anteile an der H. Neusser Besitz- und Verwaltungs-GmbH & Co. KG (Neusser KG) zu erwerben. Zu den Zeitungen der RBVG gehört unter anderem die Rheinische Post mit den Erscheinungsgebieten Düsseldorf, Niederrhein und Bergisches Land. Die Neusser KG verlegt unter anderem den General-Anzeiger mit den Kernverbreitungsgebieten Bonn und Rhein-Sieg-Kreis. Die RBVG ist die Holdinggesellschaft der Rheinische Post Mediengruppe, die auch bei Tageszeitungen, Anzeigenblättern, im Hörfunk und bei Onlineportalen aktiv ist. Die Neusser KG ist an diversen Medienunternehmen im Print-, Hörfunk- und Online-Bereich in Deutschland beteiligt. Neben der in neun Teilausgaben erscheinenden Tageszeitung „General-Anzeiger“ vertreibt die Neusser KG diverse Anzeigenblätter im Rheinland (Evangelischer Pressedienst, 2018a).

Anfang Mai 2018 haben die „Aachener Zeitung“ und die „Aachener Nachrichten“ (beide Zeitungsverlag Aachen mit Beteiligung der Rheinischen Post) bekannt gegeben, dass sie nun auch ihre Stadredaktionen zusammenlegen wollten. Bei den Lokalredaktionen war das schon 2003 geschehen (meedia, 2018b; DJV NRW Journal, 2018).

2018 wurde außerdem mitgeteilt, dass die Rheinische Post, die Solinger Morgenpost und die in Remscheid erscheinende Bergische Morgenpost seit Jahresbeginn in der gemeinsamen Ausgabe Solinger Bergische Morgenpost erscheinen. Beide Teile erschienen weiterhin als eigene Bücher im Blatt, sodass es „noch mehr Nachrichten, Nutzwert, Bewegendes und Unterhaltendes aus den Nachbarstädten Remscheid und Solingen, die sowieso viele Bezüge hätten,“ gebe. Grund sei, dass „Familie, Freundschaften, Arbeitsverhältnisse, Einkaufs- und Freizeitverhalten [...] nicht an Stadtgrenzen halt[machen]“ (DJV NRW Journal, 2019b, S. 25).

2019

Die „Rheinische Post“ und das „Bocholter-Borkener Volksblatt“ arbeiten seit dem 1. Januar 2019 im redaktionellen und technischen Bereich sowie im überregionalen Anzeigengeschäft zusammen. Die beiden Verlage blieben dabei selbstständig, teilte die Rheinische Post Mediengruppe bereits am 20. Juni 2017 mit (Evangelischer Pressedienst, 2017b).

Für das „Bocholter-Borkener Volksblatt“ endet damit die Kooperation mit dem Verlag Aschendorff („Westfälische Nachrichten“) in Münster (vgl. auch Hinse, 2017; DJV NRW Journal, 2019a), von dem das Blatt seit 2009 den Mantel bezogen hat. Das „Bocholter-Borkener Volksblatt“ erscheint mit einer Auflage von 20.731 Exemplaren in den Städten Bocholt, Rhede, Isselburg, Anholt, Hamminkeln und Dingden. Vor 2009 gab es schon einmal eine Zusammenarbeit mit der „Rheinischen Post“. Aktuell liefert die Berliner Parlamentsredaktion der „Rheinischen Post“ schon der „Aachener Zeitung“ Material für den Mantel. Die nordrhein-westfälischen Landeskorrespondentinnen und -korrespondenten stellen der „Aachener Zeitung“ zudem landespolitische Inhalte zur Verfügung (Evangelischer Pressedienst, 2017b).

Die Medienhäuser Neue Westfälische, Lippische Landes-Zeitung und Mindener Tageblatt fusionieren ihre überregionale und regionale Berichterstattung und beliefern so auch das Haller Kreisblatt mit Inhalten. Die neue Gemeinschaftsredaktion ersetzt die bisherige Zentralredaktion der Neuen Westfälischen in Bielefeld (vgl. meedia.de, 2019e; nw.de, 2019; radiobielefeld.de, 2019; wdr.de, 2019a). Die Gemeinschaftsredaktion soll überregionale und regionale Inhalte für die Printausgaben und digitalen Nachrichtenportale liefern. Der DJV befürchtet, dass in Ostwestfalen dadurch die publizistische Vielfalt auf der Strecke bliebe (Evangelischer Pressedienst, 2019g).

Eine Kooperation im Lokalsport kommt hinzu: Die „Neue Westfälische“ und das „Westfalen-Blatt“ gehen eine redaktionelle Kooperation im Lokalsport ein. Vom 1. März 2019 an beliefern sich beide Blätter wechselseitig mit Sportseiten. Das „Westfalen-Blatt“ liefert der „Neuen Westfälischen“ die Sportberichterstattung aus den Kreisen Paderborn, Höxter und dem Altkreis Lübbecke zu, umgekehrt liefert die „Neue Westfälische“ aus Bielefeld, Bad Oeynhausen sowie den Kreisen Gütersloh und Herford mit Ausnahme der Bereiche Vlotho und Altkreis Halle, aus denen das „Westfalen-Blatt“ weiterhin selbst berichtet. Die Unternehmensgruppe Aschendorff ist bereits seit 2011 über die C.W. Busse Holding finanziell am „Westfalen-Blatt“ beteiligt. Beide Häuser arbeiten im Rahmen der Zeitungsgruppe Westfalen auch auf dem Anzeigenmarkt zusammen.

Darüber hinaus haben die Unternehmensgruppe Aschendorff aus Münster (u. a. Westfälische Nachrichten) und Westfalen-Blatt aus Bielefeld im Januar 2019 angekündigt, ihr Mediengeschäft in einer gemeinsamen Holding, der Dachmarke Westfälische Medien Holding AG, zusammenzufassen, um Kräfte zu bündeln – die bestehenden Strukturen blieben davon jedoch unberührt (Hein, 2019a; meedia.de, 2019a; westfalen-blatt.de, 2019). Ab Dezember 2019 soll darüber hinaus eine Fusionierung der Lokalausgaben Münster, Greven und Steinfurt der Münsterschen Zeitung mit den Westfälischen Nachrichten vollzogen werden⁵⁸. Grund hierfür seien schlechte wirtschaftliche Entwicklungen der genannten Ausgaben (medienmoral-nrw.de, o. D. b). Des Weiteren werden ab Dezember 2019 Teile des Mantels des Westfalen-Blatts von Aschendorff Medien Münster bezogen, wodurch zehn Vollzeitstellen verloren gehen (Horbelt, 2019; Schlichter, 2019) und die Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen, insbesondere in Ostwestfalen, weiter abnimmt.

Ende Juli 2019 wurde das Westfalen-Blatt in die Gesellschaft WBVZ GmbH & Co. KG überführt, ist aber auch anschließend in der Tarifbindung geblieben. Im Weiteren wird die GmbH in die Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH & Co. KG umfirmiert. Bei den Westfälischen Nachrichten werden laut DJV NRW die meisten Redakteurinnen und Redakteure schon seit 2015 nicht mehr nach Tarif bezahlt (journal-nrw.de, 2019).

Die IVZ Medien (Ibbenbürener Volkszeitung) plant zum 1. Januar 2020 die Lokalausgabe für die Orte Westerkappeln, Lotte und Wersen der Westfälischen Nachrichten (und zwei Anzeigenblätter⁵⁹) vom Verlagshaus Aschendorff zu übernehmen – das Bundeskartellamt hat dies bereits genehmigt, sodass nun nur noch die IVZ-Gesellschafterversammlung zustimmen muss. Die überregionalen Inhalte werden jedoch nach wie vor von Aschendorff Medien geliefert (Rakel, 2019; new-business.de, 2019b)

Der Bergische Volksbote, eine lokale Tageszeitung aus der zwischen Leverkusen und Remscheid liegenden Kleinstadt Burscheid, erscheint seit Anfang Juli bei dem zur Boll Mediengruppe gehörenden Remscheider Medienhaus.

⁵⁸ Die Münstersche Zeitung wurde im Jahr 2014 von den Westfälischen Nachrichten übernommen (vgl. Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22; u.a. Müller, 2014). Seitdem verfügt sie über keine eigene Redaktion: Die lokale Berichterstattung wird von den Westfälischen Nachrichten geliefert, der Mantel wurde lange Zeit von den Ruhr Nachrichten bezogen, ehe diese auch keine eigene Mantelredaktion mehr beschäftigten. Seitdem erhalten sie die überregionale Berichterstattung vom RNW (Redaktionsnetz Westfalen) (vgl. djv-nrw.de, 2018).

⁵⁹ Hierbei handelt es sich um die Anzeigenblätter „Wir in ... Ibbenbüren“ und „Westerkappeler Wochenblatt“.

Der Bergische Volksbote war bisher eine Unterausgabe der Westdeutschen Zeitung. Seit Juli 2019 ist sie nun mit der Lokalausgabe Wermelskirchen des Remscheider General-Anzeigers fusioniert (new-business, 2019a; Boll, 2019; wz.de, 2019).

Bei den Zeitungstiteln der Funke Mediengruppe sollen weitere Inhalte von Zentralredaktionen produziert werden. Es gebe Überlegungen, den Lokalsport nicht mehr in den einzelnen Redaktionen der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ) zu produzieren, sondern in einer zentralen Lokalsportredaktion in Essen, bestätigte die Funke Mediengruppe einen vorausgegangenen Medienbericht am 1. April 2019 (Evangelischer Pressedienst, 2019c). Einen solchen Desk gebe es bereits bei dem Funke-Blatt „Neue Rhein/Neue Ruhr Zeitung“ (NRZ) für die Ausgaben Moers/Rheinberg/Xanten, Wesel, Dinslaken und Oberhausen (Evangelischer Pressedienst, 2019c).

Zudem soll in allen Ausgaben der Funke-Titel im Ruhrgebiet eine Seite im Lokalteil gestrichen und durch eine zentral produzierte Ruhrgebietsseite ersetzt werden. Die Lokalbücher der Funke-Zeitungen bestehen aus acht oder 16 Seiten. Auch die Leserbriefe sollen an einer zentralen Stelle bearbeitet werden (Evangelischer Pressedienst, 2019c).

Überregionale Inhalte der Funke-Zeitungen kommen bereits seit 2015 aus einer Zentralredaktion in Berlin. Die Mediengruppe hatte Anfang 2019 den Abbau von mehr als 100 Stellen und weitere Umstrukturierungen angekündigt. So sollen unter anderem in der Berliner Zentralredaktion rund 20 Arbeitsplätze wegfallen, in Essen soll eine Druckerei geschlossen und im Bereich Vermarktung ebenfalls gespart werden (Evangelischer Pressedienst, 2019c).

Aktuell hat das Westfalen-Blatt mitgeteilt, ab März 2020 die Lokalredaktion in Gütersloh zu schließen und die lokalen Inhalte vom Konkurrenten Die Glocke zu übernehmen. Grund dafür seien sinkende Auflagen. Seit dem 1. Dezember 2019 bezieht das Westfalen-Blatt bereits einen Teil seines Mantels von den Westfälischen Nachrichten von der Aschendorff Medien GmbH & Co. KG. (wdr.de, 2019b)

18. *Wo und in welchem Umfang existieren lokale Redaktionskooperationen, bei denen eine Redaktion federführend Inhalte für zwei Lokalteile liefert?*

Die aktuellsten, umfassenden Angaben zu lokalen Redaktionskooperationen stammen aus dem Medienkonzentrationsbericht 2016/2017 (Formatt Institut, 2017). Der aktuell veröffentlichte Medienvielfaltsbericht (Landesanstalt für Medien NRW, 2019) thematisiert keine Redaktionskooperationen.

Im Vergleich zur Vorjahreserhebung zeigt der Medienkonzentrationsbericht eine Zunahme an redaktionellen Kooperationen in der Lokalberichterstattung (vgl. Formatt Institut, 2017). Gab es früher zunächst innerhalb von Verlagsgruppen den Austausch von Zeitungsmanteln, werden diese Übernahmen auch außerhalb von Verlagsgruppen nun immer häufiger, Anpassungen erfolgen in unterschiedlicher Intensität (vgl. ebd.). Sobald die eigenständige Arbeit zu gering wird, verliert die übernehmende Zeitung den Stellenwert als vollwertiger Titel, eine genaue Definition der Grenze existiert jedoch nicht (Genauerer s. Frage 43).

Die Neue Westfälische, Lippische Landes-Zeitung und das Mindener Tageblatt haben im Sommer 2019 angekündigt, eine Gemeinschafts-Mantel-Redaktion zu gründen. Die drei Titel erhalten hierdurch in Zukunft, ebenso wie das Haller-Kreisblatt, die Inhalte von der „Gemeinschaftsredaktion der ostwestfälisch-lippischen Verlage“ (ver.di Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju), 2019). Die dju kritisiert dies als „weiteren Schritt zum Abbau der Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen“ (ebd.). Auch in der Vergangenheit hat die Neue Westfälische bereits für die Lippische Landes-Zeitung, das

Mindener Tageblatt sowie Haller Kreisblatt zugeliefert, bevor die Entscheidung der Gründung einer gemeinsamen Firma getätigt wurde.

Funke publiziert für seine Zeitungen bereits seit vielen Jahren einen gemeinsamen Mantel. In einzelnen Teilbereichen von Nordrhein-Westfalen gab es bisher noch verschiedene Mäntel, doch auch hier finden immer mehr Kooperationen in der Mantel- aber auch Lokalberichterstattung statt (ebd.).

Stichpunktartig seien im Folgenden die Kooperationen aufgeführt, die im vorigen Medienkonzentrationsbericht und somit der Beantwortung der letzten Großen Anfrage noch nicht aktuell waren (vgl. Formatt Institut, 2017).

- Seit November 2016 besteht eine Kooperation der Rheinischen Post mit dem Solinger Tageblatt/Remscheider General-Anzeiger
- Die Rheinische Post ist an diversen Kooperationen beteiligt:
- Kooperationen der Lokalredaktionen der RP mit denen der Neuen Rhein Zeitung in Wesel und im nördlichen Kreis Kleve; die Lokalredaktionen mit der höheren Auflage stellen die liefernde Redaktion dar;
- In Duisburg und Düsseldorf kooperiert die NRZ mit der WAZ. In Duisburg führt dies durch eine weitere Kooperation von RP und NRZ dazu, dass Beiträge, die von der NRZ für die WAZ erstellt wurden, in die RP gelangen, obwohl dort keine direkte Kooperation besteht.
- In Mettmann liefert die RP Lokalteile für die Westdeutsche Zeitung, diese Kooperation besteht auch in Teilen des Kreises Viersen.
- Die RP übernimmt in Solingen lokale Berichte vom Solinger Tageblatt.
- Der Remscheider Generalanzeiger bezieht außerhalb des Regierungsbezirks in Hückeswagen, Radevormwald und Wermelskirchen Material der RP-Redaktionen.
- Die WAZ-Redaktion liefert in Essen, Mülheim und Oberhausen an die Redaktionen der NRZ:
- In Duisburg wird vor allem in der Stadtteilberichterstattung zusammengearbeitet.
- In Teilen des Kreises Wesel wird der Lokalteil der NRZ komplett für die WAZ übernommen.
- In Köln sind (fast) alle Redaktionen von Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnischer Rundschau räumlich zusammengelegt worden und erstellen nur noch in Teilen unterschiedliche Lokalteile.

Komplette Übernahmen von Lokalteilen existieren außerdem bei folgenden Titeln (vgl. Formatt Institut, 2017):

- Die WR übernimmt in Hagen, in den Kreisen Olpe, Siegen-Wittgenstein, Soest (Warstein), im Hochsauerlandkreis und im Ennepe-Ruhr-Kreis Lokalteile der Westfalenpost, außerdem den des Iserlohner Kreisanzeigers. In Dortmund wird die Lokalausgabe der Ruhr Nachrichten beigelegt.
- Die WR Unna erhält ihre Lokalteile für Unna und Kamen vom Hellweger Anzeiger.
- Die Münstersche Zeitung erhält die Lokalteile für ihre Ausgaben von den Westfälischen Nachrichten.
- Die WAZ übernimmt für Castrop-Rauxel und Dortmund die Lokalteile der Ruhr Nachrichten und in Wesel die der NRZ.

Tabelle 18.1 listet detailliert die Übernahmen von Lokalteilen auf.

Tab. 18.1 Übergaben und Übernahmen von Lokalteilen

Liefernde Lokalredaktion	Übernehmende Lokalredaktion	Vollständig	Verbreitungsgebiet
Regierungsbezirk Düsseldorf			
Rheinische Post Kleve	Neue Rhein Zeitung Kleve	nein	Kr. Kleve, außer Emmerich, Rees sowie Weeze, Kevelaer, Geldern, Kerken, Straelen, Wachtendonk
Neue Rhein Zeitung Emmerich	Rheinische Post Emmerich	nein	Kr. Kleve: Emmerich, Rees
Neue Rhein Zeitung Wesel	Rheinische Post Wesel	nein	Kr. Wesel: Wesel, Hamminkeln
Neue Rhein Zeitung Dinslaken	Rheinische Post Dinslaken	nein	Kr. Wesel: Dinslaken, Hünxe, Schermbeck, Voerde
Neue Rhein Zeitung Moers	Westdeutsche Allgemeine Moers	ja	Kr. Wesel: Moers, Kamp-Lintfort, Neukirchen-Vluyn
	Rheinische Post, Moers	nein	
Rheinische Post Xanten	Neue Rhein Zeitung Rheinberg	nein	Kr. Wesel: Xanten, Sonsbeck, Alpen, Rheinberg
Neue Rhein Zeitung Rheinberg	Westdeutsche Allgemeine Rheinberg	ja	Kr. Wesel: Xanten, Sonsbeck, Alpen, Rheinberg
WAZ Duisburg	Neue Ruhr Zeitung Duisburg	nein	Duisburg
	Rheinische Post Duisburg	nein	Duisburg
WAZ Oberhausen	Neue Ruhr Zeitung Oberhausen	nein	Oberhausen
WAZ Mülheim	Neue Ruhr Zeitung Mülheim	nein	Mülheim a.d.R.
WAZ Essen	Neue Ruhr Zeitung Essen	nein	Essen
Rheinische Post Neuss	Westdeutsche Zeitung Neuss	ja	Rhein-Kreis Neuss

Liefernde Lokalredaktion	Übernehmende Lokalredaktion	Vollständig	Verbreitungsgebiet
Rheinische Post Mettmann	Westdeutsche Zeitung Mettmann	ja	Kr. Mettmann: Mettmann, Erkrath, Haan, Hilden
Rheinische Post Ratingen	Westdeutsche Zeitung Mettmann	ja	Kr. Mettmann: Ratingen
Rheinische Post Langenfeld	Westdeutsche Zeitung Mettmann	ja	Kr. Mettmann: Langenfeld, Monheim
Rheinische Post Viersen	Westdeutsche Zeitung Kempen	nein	Kr. Viersen: Grefrath, Kempen, Nettetal, Tönisvorst, Willich
Solinger Tageblatt	Rheinische Post Solingen	nein	Solingen (Leichlingen)
Remscheider Generalanzeiger, Remscheid	Rheinische Post Remscheid	nein	Remscheid
Regierungsbezirk Köln			
Rheinische Post Radevormwald	Remscheider Generalanzeiger Radevormwald	nein	Oberbergischer Kreis: Radevormwald
Rheinische Post Hückeswagen	Remscheider Generalanzeiger Hückeswagen	nein	Oberbergischer Kreis: Hückeswagen
Rheinische Post Wermelskirchen	Remscheider Generalanzeiger Wermelskirchen	nein	Rheinisch-Bergischer-Kreis: Wermelskirchen
Kölnische Rundschau Gummersbach	Kölner Stadt-Anzeiger Gummersbach	(nein)	Oberbergischer Kreis, außer Hückeswagen, Radevormwald
Kölner Stadt-Anzeiger Bergisch-Gladbach	Kölnische Rundschau Bergisch-Gladbach	G	Rhein-Bergischer Kreis, außer: Burscheid, Leichlingen, Wermelskirchen
Kölner Stadt-Anzeiger Siegburg	Kölnische Rundschau Siegburg	G	Rhein-Sieg-Kreis rechtsrheinisch

Liefernde Lokalredaktion	Übernehmende Lokalredaktion	Voll- stän- dig	Verbreitungsgebiet
Kölner Stadt-Anzeiger Bergheim	Kölnische Rundschau Bergheim	G	Rhein-Erft-Kreis: Bergheim, Bedburg, Elsdorf, Kerpen
Kölner Stadt-Anzeiger Frechen	Kölnische Rundschau Frechen	G	Rhein-Erft-Kreis: Frechen, Pulheim
Kölner Stadt-Anzeiger Frechen	Kölnische Rundschau Frechen	G	Rhein-Erft-Kreis: Hürth, Brühl, Erfstadt
Kölner Stadt-Anzeiger Euskirchen, Schleiden	Kölnische Rundschau Euskirchen, Schleiden	G	Kr. Euskirchen
Aachener Zeitung Aachen-Süd	Aachener Nachrichten Aachen-Süd	G	Städteregion Aachen: Roetgen, Simmerath, Monschau
Aachener Zeitung Eschweiler	Aachener Nachrichten Eschweiler	G	Städteregion Aachen: Eschweiler
Aachener Zeitung Stolberg	Aachener Nachrichten Stolberg	G	Städteregion Aachen: Stolberg
Aachener Zeitung Alsdorf	Aachener Nachrichten Alsdorf	G	Städteregion Aachen: Alsdorf, Baesweiler, Herzogenrath
Aachener Zeitung Geilenkirchen	Aachener Nachrichten Geilenkirchen	G	Kr. Heinsberg: Geilenkirchen, Übach-Palenberg
Aachener Zeitung Heinsberg	Aachener Nachrichten Heinsberg	G	Kr. Heinsberg: Heinsberg, Gangelt, Selfkant, Waldfeucht
Aachener Zeitung Erkelenz	Aachener Nachrichten Erkelenz	G	Kr. Heinsberg: Erkelenz, Hückelhoven, Wassenberg, Wegberg
Regierungsbezirk Münster			

Liefernde Lokalredaktion	Übernehmende Lokalredaktion	Vollständig	Verbreitungsgebiet
Westfäl. Nachrichten Münster	Münstersche Zeitung Münster	ja	Münster
Westfäl. Nachrichten Greven	Münstersche Zeitung Greven	ja	Kr. Steinfurt: Greven, Saerbeck
Westfäl. Nachrichten Steinfurt	Münstersche Zeitung Steinfurt	ja	Kr. Steinfurt: Steinfurt, Laer, Horstmar, Altenberge, Nordwalde
Ruhr Nachrichten Castrop-Rauxel	WAZ Castrop-Rauxel	ja	Kr. Recklinghausen: Castrop-Rauxel
Regierungsbezirk Detmold			
Keine Lokalteil-Lieferungen			
Regierungsbezirk Arnsberg			
	WAZ Dortmund	ja	Dortmund
Ruhr Nachrichten Dortmund	Westfäl. Rundschau Dortmund	ja	Dortmund
Hellweger Anzeiger Kamen	WR Kamen	ja	Kr. Unna: Kamen, Bergkamen
Hellweger Anzeiger Unna	WR Unna	ja	Kr. Unna: Unna, Holzwickede
Westfalenpost Warstein	Westfäl. Rundschau Warstein	ja	Kr. Soest: Warstein, Rüthen
Westfalenpost Arnsberg	Westfäl. Rundschau Arnsberg	ja	Hochsauerlandkreis: Arnsberg, Sundern
Westfalenpost Meschede	Westfäl. Rundschau Meschede	ja	Hochsauerlandkreis: Meschede, Bestwig, Eslohe, Schmallenberg
Westfalenpost Bad Berleburg	Westfäl. Rundschau Bad Berleburg	ja	Kr. Siegen-Wittgenstein: Bad Berleburg, Erndtebrück, Laasphe
Westfalenpost Siegen	Westfäl. Rundschau Siegen	ja	Kr. Siegen-Wittgenstein, außer: Bad Berleburg, Erndtebrück, Laasphe
Westfalenpost Olpe	Westfäl. Rundschau Olpe	ja	Kr. Olpe

Liefernde Lokalredaktion	Übernehmende Lokalredaktion	Vollständig	Verbreitungsgebiet
Westfalenpost Hagen	Westfäl. Rundschau Hagen	ja	Hagen; Ennepe-Ruhr Kr.: Breckerfeld
Westfalenpost Schwelm	Westfäl. Rundschau Schwelm	ja	Ennepe-Ruhr-Kreis: Schwelm, Ennepetal, Gevelsberg
Westfalenpost Wetter	Westfäl. Rundschau Wetter	ja	Ennepe-Ruhr-Kreis: Wetter, Herdecke
Iserlohner Kreisanzeiger	Westfäl. Rundschau Iserlohn	ja	Märkischer Kreis: Iserlohn und Hemer

G = gemeinsame Lokalredaktion
 Quelle: Formatt Institut (2017)

Zu ergänzen sind außerdem weitere – sowohl neue als auch bereits länger bestehende – lokale Kooperationen von Verlagen, die durch die durchgeführte Befragung erhoben wurden (aserto, 2019a):

Tab. 18.2 Lokale Kooperationen der Verlage

Verlag	ja/nein	kooperierende Redaktionen
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Ja	Münstersche Zeitung
B. Boll des Solinger Tagesblattes GmbH & Co. KG	Ja	Lokale Content-Kooperation mit Rheinischer Post nach Agenturprinzip, d. h. der Contentbeliefer (hier Rheinische Post) unterhält weiter eine eigene Redaktion vor Ort, kann aber auf die lokalen Inhalte des Contentlieferanten (hier Solinger Tageblatt) zugreifen. Profilbildende Inhalte (z. B. exklusive Recherchen und Kommentare) sind von der Kooperation ausgeschlossen. Für den Mantelteil besteht seit 1949 eine Kooperation mit der Westdeutschen Zeitung und dem Remscheider General-Anzeiger.
Bruns Verlags-GmbH & Co. KG	Nein	
E. Holterdorf GmbH & Co. KG	Nein	
General-Anzeiger Bonn GmbH	Nein	
Haller Kreisblatt Verlags GmbH	Nein	
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	Nein	
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Nein	
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Ja	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG - Kooperation in der lokalen Berichterstattung für Randgebiete, in denen es Überschneidungen gibt - Lokalredaktion Schloß-Holte Stukenbrock der NW liefert Inhalte aus Oerlinghausen für die Lokalredaktion der LZ - Lokalredaktion der LZ liefert Inhalte aus Leopoldshöhe für die Lokalredaktion der NW

Verlag	ja/nein	kooperierende Redaktionen
Medienhaus DuMont Rheinland GmbH & Co. KG	Ja	Heinen Verlag / DuMont - im Wesentlichen alle Lokalredaktionen
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Ja	Lokale Content-Kooperation mit Rheinischer Post nach Agenturprinzip, d. h. der Contentbeliefer unterhält weiter eine eigene Redaktion vor Ort, kann aber auf die lokalen Inhalte des Contentlieferanten zugreifen. Profilbildende Inhalte (z. B. exklusive Recherchen und Kommentare) sind von der Kooperation ausgeschlossen. Für die Ausgabe Remscheid ist der Remscheider General-Anzeiger der Contentlieferant, für die Umland-Ausgaben werden zum Teil lokale Inhalte der Rheinischen Post bezogen. Für den Mantelteil besteht seit 1949 eine Kooperation mit der Westdeutschen Zeitung und dem Solinger Tageblatt.
Rheinische Post Mediengruppe GmbH	Ja	Funke Medien, B.Boll Verlag,
Temming Verlag KG	Nein	
Verlag J. Bauer KG	Nein	
Verlag J. Fleißig GmbH & Co. KG	Nein	
Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	Ja	Kooperation mit der Funke Mediengruppe bei den Lokalausgaben Dortmund und Castrop-Rauxel. Die Lokalinhalte werden durch Lensing Media (Ruhr Nachrichten-Redaktionen) erstellt und auch durch die Funke Mediengruppe in Westfälischer Rundschau und WAZ in deren Layout genutzt.
Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG	Nein	
Zeitungsverlag Aachen GmbH	Ja	Die Lokalteile von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten sind identisch und werden an allen Standorten aus einer Redaktion heraus bestückt.
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	Ja	Mantelseiten vom Westfälischen Anzeiger gegenseitiger Austausch einzelner Lokalseiten mit dem Soester Anzeiger
Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ), Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG	Ja	
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Ja	Ruhr Nachrichten

Quelle: aserto (2019a); Verlage, die nicht aufgeführt sind, haben nicht an der Befragung teilgenommen.

19. Wie ist der aktuelle Stand des Outsourcings von Redaktionen- bzw. Redaktionsleistungen im Vergleich zu 2016? Welche aktuellen Fälle sind der Landesregierung bekannt?

Der Landesregierung liegt, wie bereits 2016, kein umfassender Überblick über Outsourcing-Maßnahmen vor.

Viele kleinere Zeitungen fühlen sich immer schlechter vom BDZV vertreten, da die Tarifverträge, die der BDZV abschließt, nicht für kleine lokale Zeitungen geeignet sind,

weswegen versucht wird, eigene Lösungen zu finden (Kommunikation mit dem Deutscher Journalisten-Verband Landesverband NRW e. V., Oktober 2019). Beispielsweise ist das Westfalen-Blatt tarifgebunden und in Familienbesitz und wurde vom Aschendorff-Verlag in Münster übernommen, der nicht im Tarif ist. Fraglich ist, wie sich die Organisation in Zukunft gestaltet. Sicher ist, dass der Mantel des Westfalen-Blattes künftig aus Münster geliefert wird und dass daher in Bielefeld maximal eine Restredaktion bestehen bleibt (ebd.).

Auch die Lippische Landes-Zeitung hat im Jahr 2018 Umstrukturierungen genutzt, um aus dem Tarif auszusteigen: Die Zeitung verfolgte ein ähnliches Modell wie DuMont, Rheinische Post und der Zeitungsverlag Aachen. Dies bedeutet, dass der Verlag im Tarif bleibt, neue Mitarbeitende aber nur noch über eine tariflose Tochtergesellschaft eingestellt werden (Krämer & Blümel, 2018).

Der Deutsche Journalisten Verband hat eine (ggf. nicht vollständige) Übersicht erstellt, die die wesentlichen Outsourcing-Bewegungen skizziert, deren Auszug für Nordrhein-Westfalen hier aufgelistet wird (Tab. 19.1).

Tab. 19.1 Outsourcing-Bewegungen der Verlage in Nordrhein-Westfalen

Titel	Details
Outsourcing	
DuMont Redaktionsgemeinschaft GmbH	Reporterpool für 25 Redakteurinnen und Redakteure. Berichterstattung der DuMont-Titel in Köln (Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau, Express), Halle (Mitteldeutsche Zeitung) und Berlin (Berliner Zeitung) wurde zentralisiert; gilt für die Ressorts Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Ausweitung der Berichterstattung für alle Titel ab 2015. Haustarif wurde vergeblich gefordert. Auch die Lokalredaktionen von Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnischer Rundschau werden inzwischen von einer weiteren tariflosen Firma, der Rheinischen Redaktions-gemeinschaft, erbracht.
Lippische Landes-Zeitung	LLZ, Mindener Tageblatt und Neue Westfälische (Bielefeld) haben im Juli 2019 ihre Mantelredaktionen in eine gemeinsame, tariflose Firma namens Gemeinschaftsredaktion der Ostwestfälisch-Lippischen Verlage GmbH & Co. KG ausgelagert.
Mindener Tageblatt	siehe Lippische Landes-Zeitung
Neue Westfälische (Bielefeld)	siehe Lippische Landes-Zeitung
Ruhr Nachrichten	2006 wurden alle Redaktionen ausgelagert. Fotografinnen und Fotografen wurden in die Freiberuflichkeit gedrängt. Die zur Zeitungsgruppe gehörende Münstersche Zeitung kündigte im Januar 2007 17 Lokalredakteurinnen und -redakteuren. Die Arbeit wurde von einer neuen Firma mit neuen Redakteurinnen und Redakteuren zu untertariflichen Konditionen übernommen.

Titel	Details
Westdeutsche Zeitung	Die Redakteurinnen und Redakteure werden seit Ende 2014 bei der tariflosen WZ Content GmbH beschäftigt.
Westfälischer Anzeiger	Eigenständige Redaktions-GmbH. Bei Neueinstellungen wird untertariflich bezahlt.
Leiharbeit	
Aachener Zeitung, Aachener Nachrichten	Leiharbeit ab Februar 2010; 20 % unter Tarif bei sechs Redakteurinnen bzw. Redakteuren.
Rheinische Post	Alle Redakteure und Redakteurinnen sollen mittelfristig bei RP Media arbeiten (Stand 4/15).
Westfälische Nachrichten	Leiharbeit seit Herbst 2007 von Redakteurinnen und Redakteuren und Volontärinnen und Volontären über die 100%-Tochter WN Content und Marketing GmbH; untertarifliche Bezahlung.
OT-Mitgliedschaften	
Lippische Landes-Zeitung	OT seit 6/18; neue Mitarbeitende werden in tarifloser Tochterfirma angestellt.
Lüdenscheider Nachrichten	Aus dem BDZV ausgetreten. Es wird nicht nach Tarif gezahlt.
Ruhr-Nachrichten und Münstersche Zeitung	Die Blätter sind seit 2006 OT-Mitglieder.
Westfälische Nachrichten	Tarifbindung wurde zum 01.01.2015 aufgegeben.
Anstellung von Volontärinnen und Volontären bei Journalistenschulen zu untertariflichen Bedingungen	
Rheinische Post	Journalistenschule nahm zum 01.10.2014 Tätigkeit auf; 30 Monate Volo-Zeit.
WAZ-Gruppe NRW, Braunschweiger Zeitung, Ostthüringer Zeitung, Thüringer Allgemeine, Thüringische Landeszeitung	Die Volontärinnen und Volontäre des gesamten WAZ-Konzerns sind Schülerinnen und Schüler der Journalistenschule Ruhr und werden untertariflich bezahlt. Die Volontärinnen und Volontäre bei der Thüringer Allgemeine und Ostthüringer Zeitung sind inzwischen bei der ZGT Zeitungsvertriebsgesellschaft mbH angestellt. Die Bezahlung entspricht nicht dem Gehaltstarifvertrag.
Westfälische Nachrichten	Volontärinnen und Volontäre werden als Leiharbeitnehmer und -arbeitnehmerinnen über das Tochterunternehmen WN Content und Marketing GmbH beschäftigt und untertariflich bezahlt.
Sonstige Formen von Tarifumgehung	
Funke	2015 wurde in Berlin eine Funke Zentralredaktion für die zehn Regio-Zeitungen gegründet. Diese Firma ist tariflos. Die Redakteurinnen und Redakteure der Funke-NRW-Titel werden seit Mitte 2015 bei tariflosen

Titel	Details
	Firmen beschäftigt, wie z. B. Funke Sport NRW, Funke Online NRW. Digital.
Recklinghäuser Zeitung	Das Blatt ist 2015 aus dem BDZV ausgetreten. 2017 wurde die Redaktion in die tariflose MPG Vest GmbH & Co. KG ausgegliedert.
Rheinische Post	Die Rheinische Post beschäftigt Mitarbeitende seit 01.06.2014 zu untertariflichen Bedingungen über RP Media GmbH. Die Stammebelegschaft wird seit Mai 2015 zum Wechsel in diese Firma gedrängt.
Westfälischer Anzeiger, Hamm / Ippen	Der Verlag wurde in mehrere Firmen zerteilt. Bei Neueinstellungen zahlt die Redaktionsfirma untertariflich.

Quelle: djv.de (o. D. c)

20. Liegen der Landesregierung Informationen zu internen und externen Weiterbildungsangeboten von Zeitungen und Verlagen und deren Nutzung durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insbesondere hinsichtlich crossmedialer Kompetenzen vor?

Weiterbildung

„[B]erufliche Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten [ist] in Deutschland überwiegend von unkoordinierten Einzelinitiativen geprägt“ (Kaiser, o. D. b). In Tabelle 20.1 sind zunächst Bildungsstätten in Nordrhein-Westfalen aufgelistet, die entweder Weiterbildungen für Journalistinnen und Journalisten, journalistische Ausbildungen oder beides anbieten. Das Journalismus Lab der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) fördert Fortbildungsangebote für Journalistinnen und Journalisten in Nordrhein-Westfalen.

Die Einordnung in Weiterbildung und Ausbildung ist in manchen Fällen nicht ganz trennscharf. Als Weiterbildungen sind hier Angebote zu verstehen, deren Zielgruppe bereits länger als Journalistinnen bzw. Journalisten arbeitet, und die häufig nur wenige Tage dauern. Volontärinnen und Volontäre, die sich formal noch in Ausbildung befinden, sind aber nie explizit von diesen Angeboten ausgeschlossen.

Ausbildung

Ausbildungsformate, wie sie hier verstanden werden, sind häufig direkt an Volontärinnen und Volontäre gerichtet und werden dann als „Volontärskurse“ betitelt. Mit diesen Angeboten haben Volontärinnen und Volontäre die Möglichkeit, ihren tariflich festgelegten Anspruch auf mindestens vier Wochen „überbetriebliche Fortbildung“ wahrzunehmen. Oftmals werden hier journalistische Grundlagen vermittelt. Die Lehrinhalte sind aber nicht nur darauf begrenzt. Bildungsstätten, die als Journalistenschulen zu kategorisieren sind, bilden ihre eigenen Volontärinnen und Volontäre aus, die ständig von ihnen betreut werden und länger als vier Wochen (theoretisch) unterrichtet werden.

Der Deutsche Journalisten-Verband NRW betreibt den „Fachausschuss Junge Journalisten“. Hier können Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten Beratungsangebote zur eigenen Aus- und Weiterbildung in Anspruch nehmen (djv-nrw.de, o. D.).

Tab. 20.1 Schulen/Akademien

Bildungsstätte: Schulen/Akademien	Standort	Weiterbildungs- format	Ausbildungs- format
Journalisten-Zentrum Haus Busch ⁶⁰	Hagen	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	überbetriebliche Volontärskurse
Akademie für Journalistenausbildung	Hamm	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	überbetriebliche Volontärskurse
Konrad Adenauer Stiftung JournalistenAkademie	Sankt Augustin, Berlin	/	studienbegleitend es Stipendium mit Seminaren in den Semesterferien
Friedrich-Ebert-Stiftung JournalistenAkademie	Bonn, Berlin Bonn (Veranstal- tungen landesweit)	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare und „interne Weiterbildungs- angebote“	mehrtägige Seminare für (Nachwuchs-) Journalistinnen und Journalisten, mehrwöchiges Hospitanz- programm
Georg von Holtzbrinck Schule	Düsseldorf	/	Vollzeit Volontariat
ProContent, vormalis Medien- Akademie Ruhr (Fusion aus ev. Medienakademie in Düsseldorf und Journalistenschule Ruhr in Essen)	Essen	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	überbetriebliche Volontärskurse
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 NRW- weit)	überbetriebliche, eintägige Weiterbildungskurse	/

⁶⁰ Mitte November 2019 hat das Hagener Journalistenzentrum Haus Busch bekanntgegeben, Ende Dezember 2019 seinen Geschäftsbetrieb einzustellen.

Bildungsstätte: Schulen/Akademien	Standort	Weiterbildungs- format	Ausbildungs- format
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
DJV-NRW	NRW-weit und Webinare	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	/
DW-Akademie	Bonn	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	Vollzeit Volontariat
Business Academy Ruhr	Dortmund	überbetriebliche, mehrtägige Weiterbildungs- seminare	

Quelle: Webseiten der Anbieter

Tab. 20.2 Hochschulen mit direktem Journalismusbezug

Bildungsstätte: Hochschulen (mit direktem Journalismus-bezug)	Standort	Weiterbildungs- format	Ausbildungsformat
AMD Akademie Mode & Design	Düsseldorf		Fashion Journalism and Communication (B. A.)
Fachhochschule des Mittelstands (FHM)	Bielefeld, Köln		berufsbegleitend zwölftrimestriger 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 - Institut für Journalistik	Dortmund		Journalistik, Wirtschaftspolitischer Journalismus, 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

Betrachtet man verlagsspezifisch die einzelnen angebotenen, externen und internen Weiterbildungsangebote, zeigt sich ein breites Portfolio an Möglichkeiten, das den Mitarbeitenden geboten wird (aserto, 2019a). Auffällig ist, dass nahezu alle Weiterbildungen (auch) auf die Verbesserung crossmedialer Kompetenzen fokussieren (s. u. a. auch Frage 22 und 28). Exemplarisch seien hier Weiterbildungen im Bereich der Nutzung digitaler Medien oder auch verlagsinterne Weiterbildungsakademien zu den Themen Digitalisierung, Kommunikation und Selbstmanagement genannt. So werden außerdem im Rahmen von Inhouse-Seminaren Mobile-Reporting und Videoproduktion mit dem Smartphone thematisiert.

Darüber hinaus werden Führungskräftetrainings, Volontariatskurse und auch Einzelmaßnahmen nach Bedarf offeriert. Einzelne Verlage geben an, regelmäßige Veranstaltungen über das gesamte Jahr verteilt anzubieten.

Die folgende Tabelle schlüsselt die einzelnen angebotenen, externen und internen Weiterbildungsangebote der Verlage separat auf:

Tab. 20.3 externe und interne Weiterbildungsangebote (aserto, 2019a)

Verlag	Extern	Intern
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Branchenspezifische Weiterbildungen durch ZV Akademie/BDZV, div. fachbezogene Schulungen (z. B. IT-Systeme), Verkaufsschulungen Lesermarkt/Werbemarkt, Arbeitsrecht, IT-Sicherheit	Führungskräftetrainings, Projektmanagementschulungen, Geschäftsprozessmanagement, Sozialversicherung
B. Boll des Solinger Tagesblattes GmbH & Co. KG	Alle Mitarbeitenden haben regelmäßig die Möglichkeit, an externen Schulungen je nach Bedarf teilzunehmen	verlagsinterne Weiterbildungsakademie mit Schwerpunkt auf Themen wie Digitalisierung, Kommunikation und Selbstmanagement; regelmäßige Führungskräfteentwicklungsworkshops und Verkaufs- sowie Redaktionsseminare und -workshops
Bruns Verlags-GmbH & Co. KG	Keine festen Anbieter; Suche nach Bedarf / Themen	„Bruns Aktiv“; (MS-Office etc.)
E. Holterdorf GmbH & Co. KG	Die tariflich vorgesehene Volontärsausbildung findet statt an der Akademie für Journalistenausbildung in Hamm (Schloss Oberwerries)	Ergänzend dazu gibt es Tagesseminare in Kooperation mit dem Westfälischen Anzeiger in Hamm (Inhouse-Schulungen beim WA, ca. 4 – 6 pro Jahr); Mobile-Reporting und Videoproduktion mit dem Smartphone für 30 Redaktionsmitglieder im Rahmen von Inhouse-Seminaren
General-Anzeiger Bonn GmbH	Derzeit einzelfallbezogene, individuelle Lösungsansätze, - Standard-Anwendungen des Programms „Lernzeit“ der Rheinische Post Mediengruppe mit noch nicht verifizierter Erfolgsquote	Führungskräftetrainings
Haller Kreisblatt Verlags GmbH	Schulungen, Seminare - gelegentlich	Schulungen, Seminare - gelegentlich
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	Diverse Angebote zu den Themen Anzeigenaufendienst, Redaktion, soziale Medien werden angeboten und genutzt;	keine

Verlag	Extern	Intern
	Softwareschulungen der im Verlag genutzten Anbieter	
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Akademie der bayerischen Presse / Akademie für Publizistik, Hamburg / DJV Bildungswerk / Verlagsakademie / Haufe Akademie / DRK Ersthelfer / Nutzung individuell und mitarbeiterspezifisch	keine
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Online Marketing Manager (IHK); Seminare ZMG; Bundeszentrale für politische Bildung (Journalistenprogramm) Netzstrategen (Online Weiterbildung)	„Digitale Kaffeepause“; Schulungen zu speziellen, digitalen Themen
Medienhaus DuMont Rheinland GmbH & Co. KG	Umfangreiche Weiterbildungsangebote mit dem Haufe-Verlag in allen Bereichen	Salestraining; SEO; individuelle Weiterbildung; Wissen@dumont (Wissens-Plattform); führen@dumont etc.
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Alle Mitarbeitenden können je nach persönlichem Bedarf Weiterbildungsangebote regelmäßig wahrnehmen.	Verlagsinterne Weiterbildungsakademie mit Schwerpunkt auf Themen wie Digitalisierung, Kommunikation und Selbstmanagement; regelmäßige Führungskräfteentwicklungsworkshops und Verkaufs- sowie Redaktionsseminare und -workshops
Rheinische Post Mediengruppe GmbH	Diverse Fach- und Persönlichkeitstraining	Umfassendes Weiterbildungsprogramm zu allen relevanten Themen
Temming Verlag KG	Seminare für Redakteurinnen und Redakteure, Weiterbildung im Logistikbereich	Weiterbildung im Bereich der Nutzung digitaler Medien
Verlag J. Bauer KG	Crossmediale Kompetenzverbesserungen, Marketingmaßnahmen online/print, Weiterentwicklung Logistikportfolio, Leserblattbindung	k. A.
Verlag J. Fleißig GmbH & Co. KG	k. A.	k. A.
Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	Nur als Auszug: Akademie für Journalistenausbildung (Hamm, für Volontäre) Externe Referentinnen und Referenten, Agenturen (hier z. B.: media consulting team) ProContent bzw. Medienakademie Ruhr (Essen) Die Nutzung findet intensiv statt	Lensing Akademie (ein hausweites Schulungsprogramm, das 2-mal jährlich aktualisiert wird und sowohl fachspezifische Skills (z. B. Verkaufstraining) als auch übergreifende Fähigkeiten (z. B. Rhetorik, Zeitmanagement) vermittelt.
Vorländer & Rothmaler GmbH & Co. KG	Volokurse	Onlineweiterbildung
Zeitungsverlag Aachen GmbH	WAN-IFRA, INMA, BDZV, IHK	Ca. 40 Veranstaltungen pro Jahr

Verlag	Extern	Intern
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	Einzelmaßnahmen je nach Bedarf, regelmäßige (in der Regel jährliche) Schulungen für einzelne Gruppen (z. B.: Verkaufstraining, Umgang mit Kunden etc.); Volontärsschulung beim Mantelpartner und 4 Wochen Blockschulung im Schloss Oberwerries in Hamm	Gruppenschulungen für alle Mitarbeitenden (z. B.: Datensicherheit) oder für einzelne Gruppen (z. B.: Einführung in neue Programme); monatliche Volontärsschulung
Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ), Wichelhoven Verlags-GmbH & Co. KG	Pro Content Consulting Themen: Neue Medien, Visionen, neue Produktangebote	k. A.
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Ganz unterschiedliche Anbieter	Sehr regelmäßig durch interne Experten

aserto (2019a)

Die Angaben beruhen auf der Verlags-Befragung per Online-Fragebogen. Nicht aufgeführte Verlage haben nicht an der Befragung teilgenommen bzw. die dargestellte Frage nicht beantwortet: „Welche externen und internen Weiterbildungsangebote werden bei Ihnen angeboten und wie werden diese durch die Mitarbeitenden genutzt?“

Extern (also bei Anbietern, die nicht zu Ihrem Verlag gehören)
Intern (also verlagsinterne Schulungsangebote)“

21. Liegen der Landesregierung aktuelle Erkenntnisse vor, wie viele Redakteurinnen und Redakteure einen Migrationshintergrund haben und wie sich diese auf die einzelnen Zeitungen und Tätigkeiten verteilen?

Eine Beantwortung der Frage ist nur über Annäherungen möglich:

Eine erste Annäherung wird über die Anzahl der in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund vorgenommen: Im Jahr 2018 lebten in Deutschland 20,8 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund (von insgesamt 81,6 Millionen Einwohnern), dies entspricht einem Anteil von 25,5 %⁶¹. Von diesen 25,5 % sind ca. 2/3 selbst Migrantinnen bzw. Migranten in erster Generation (Bundeszentrale für politische Bildung, 2019).

Die letzte repräsentative ARD/ZDF-Studie zum Thema Migranten und Medien datiert aus dem Jahr 2011, aktuellere Daten liegen nicht vor. Schätzungen zufolge beträgt der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund unter den Journalistinnen und Journalisten ca. 2 bis 3 % (neuemedienmacher.de, o. D. a), im Jahr 2009 waren deutsche Journalistinnen und Journalisten in 84% aller Redaktionen der Tageszeitungen ganz unter sich, hatten

⁶¹ Nach Definition des Statistischen Bundesamtes hat eine Person einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt: Zugewanderte und nicht zugewanderte Ausländer, zugewanderte und nicht zugewanderte Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedler, Personen, die die deutsche Staatsangehörigkeit durch Adoption durch einen deutschen Elternteil erhalten haben sowie die mit deutscher Staatsangehörigkeit geborenen Kinder der vier zuvor genannten Gruppen (Bundeszentrale für politische Bildung, 2019).

also keine Kolleginnen oder Kollegen mit Migrationshintergrund. Auch in den Ausbildungsgängen zum Journalismus sind Menschen mit Migrationshintergrund unterrepräsentiert (ebd.).

Eine Annäherung, die auf der Selbstauskunft der Verlage beruht (aserto, 2019a), ergibt, dass in den Verlagen zwischen 0 und 15 % der Redakteurinnen und Redakteure einen Migrationshintergrund⁶² haben, im Durchschnitt sind es 3 %.

Zur Beschäftigung von Migrantinnen und Migranten in journalistischen Berufen gibt es derzeit keine fundierte Erhebung. Im Jahr 2013 analysierte Pöttker:

„Die Steigerung des Anteils von Einwanderern und ihren Nachkommen in den Redaktionen deutscher Medien ist aber auch ein Ziel, für das eine lösungsorientierte *Forschung* nötig ist. Während der Mangel an kultureller Diversität im Journalismus von Politik und Wissenschaft unter Hinweis auf die mögliche Integrationsfunktion der Medien zurecht beklagt wird, sind Untersuchungsergebnisse zu den *Gründen* dieses Mangels sowie dazu, wie er sich beheben lässt, rar und wenig belastbar.“ (Pöttker, 2013)

Dass sich an dieser Aufteilung etwas ändern soll, dafür setzen sich die Neuen deutschen Medienmacher verstärkt ein:

„Durch ihre Sprachkenntnisse und ein teilweise ganz anderes soziales Umfeld als die Mehrheit der autochthonen, deutschen Journalist*innen können sie den Weg ebnen für bisher unentdeckte Geschichten und neue Themen in die Redaktionen einbringen. Davon können alle profitieren. Neues kulturelles Wissen bereichert jede Medienproduktion, neue Zugänge und Sprachen sind für jede Redaktion nützlich. Interkulturelle Kompetenz ist also nicht mehr und nicht weniger als ein Mittel um differenzierter und vielfältiger zu berichten. Eine Qualifikation im professionellen Journalismus, die übrigens zum großen Teil erlernbar ist. Eine Migrationsgeschichte mag den Blick für diversere Geschichten und Sichtweisen schärfen, sie ist aber keine Voraussetzung dafür. Genauso sinnvoll wie mehr vielfältiges Medienpersonal sind mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, um interkulturelle Kompetenzen als Teil des journalistischen Handwerkszeugs zu vermitteln. Die besten Interviewtechniken nutzen nicht viel, wenn ein*e Journalist*in nie gelernt hat, einen Perspektivwechsel vorzunehmen. Diversity-Skills sollten ein relevanter Teil der Journalismus-Ausbildung werden: Weiterbildungsangebote müssen entsprechend ausgebaut werden.“ (Neue deutsche Medienmacher e. V., 2016)

Seit einigen Jahren gibt es verschiedene Programme oder Stipendien, die das Ziel haben, Migrantinnen und Migranten in den Journalismus zu führen. So bietet die Heinrich Böll Stiftung seit 2008 das Studienstipendienprogramm „Medienvielfalt, anders! Junge Migrantinnen und Migranten in den Journalismus“ an, an dem inzwischen rund 70 Studierende teilgenommen haben (Heinrich Böll Stiftung, o. D.). Darüber hinaus besteht in Berlin seit 2009 ein Weiterbildungsangebot der Bildungswerk in Kreuzberg GmbH, das unter dem Titel „Crossmedialer Journalismus für Migrantinnen und Migranten“ Personen mit Migrationshintergrund in einer 15-monatigen Fortbildung die Techniken und Theorien des Print-, Online-, Radio- und Fernsehjournalismus vermittelt (vgl. bwk-journalismus.de, o. D.). Es besteht eine enge Zusammenarbeit mit den Neuen deutschen Medienmachern, die ein

⁶² Migrationshintergrund bedeutet in diesem Zusammenhang, dass entweder die Person selbst, oder ihre Eltern nicht in Deutschland geboren wurden.

Traineeprogramm für Journalistinnen und Journalisten mit Einwanderungsgeschichte anbieten, in dem sie von erfahrenen Mentorinnen und Mentoren betreut werden (ebd.).

22. Wie ist es aktuell um die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses in Nordrhein-Westfalen bestellt? (Bitte differenzieren nach der Ausbildungssituation in verlagseigenen Schulen und weiteren Ausbildungsstätten und nach Geschlecht.)

Die drei wichtigsten, institutionalisierten Ausbildungswege, die in den Journalismus führen, sind das Volontariat, Hochschulen und Journalistenschulen (vgl. Hooffacker & Meier, 2017).

Volontariat

2017 waren in Deutschland 907 Volontärinnen und Volontäre beschäftigt. Davon waren 45,9 % männlich und 54,1 % weiblich. 2018 wurden 901 Volontärinnen und Volontäre gezählt, von denen 46,6 % männlich und 53,4 % weiblich waren (Keller & Eggert, 2018, S. 116). Zahlen ausschließlich für Nordrhein-Westfalen liegen nicht vor. Obwohl sich in den letzten drei Jahren die Volontärszahlen relativ konstant knapp über 900 bewegt haben, schätzen Hooffacker & Meier die Entwicklung der Volontärs- und Praktikantenzahlen positiver ein: „Insgesamt nimmt die Zahl derjenigen, die ein Volontariat oder ein Praktikum absolvieren, kontinuierlich zu“ (Hooffacker & Meier 2017, S. 204).

Hochschulen

Hochschulen stellen ein zentrales Standbein der journalistischen Bildungsarbeit dar. Der Blick auf die in Tabelle 20.2 dargestellten Hochschulen deutet auf ein großes Angebot an Möglichkeiten der akademischen, journalistischen Ausbildung hin. Die hier dargestellten Studiengänge wurden auf Basis einer relativ engen Definition von Journalismusausbildung ausgewählt. Eine für Journalismus relevante, akademische Bildung muss aber nicht zwangsläufig so eng auf die journalistische Arbeit zugeschnitten sein. Gerade die Vielzahl von „Medienstudiengängen“ könnten für die Arbeit als Journalistin bzw. Journalist relevant sein. Aber auch „fachfremde“ Studiengänge können durch das dort erlangte spezifische Wissen für eine journalistische Karriere qualifizieren. Dies spiegelt sich auch in dem sehr hohen Anteil von Volontärinnen und Volontären wider, die ein abgeschlossenes Studium haben (vgl. Hooffacker & Meier, 2017, S. 203).

Journalistenschulen

Die **crossmediale Ausbildung** von Journalistinnen und Journalisten ist inzwischen in den meisten Schulen angekommen. Keine Schule lehrt nur noch ein Medium oder bietet Weiterbildungen zu ausschließlich einem Medium an. Der Lehrplan der Journalistenschulen, die Vollzeitausbildungen/Volontariate anbieten, beginnt meist mit journalistischen Grundlagen und deckt mehrere Medien ab. Ob oder welche Schwerpunkte auf welches Medium gelegt werden, variiert zwischen den Schulen. Die RTL Journalistenschule fokussiert sich z. B. auf TV, Video und Online. Hörfunk spielt bei der RTL Journalistenschule dagegen keine Rolle. Insbesondere die unternehmens-internen Schulen richten sich also offensichtlich nach den Bedarfen bzw. Ausrichtungen der betreibenden Unternehmen.

Weitere Herausforderungen

Neben den vielseitigen crossmedialen Kompetenzen, die im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung von Journalistinnen und Journalisten erwartet werden, kommen **weitere**

Anforderungen an den journalistischen Nachwuchs hinzu, die über das traditionelle journalistische Handwerk hinausgehen (Gossel, 2019, S. 9; Deutscher Journalisten-Verband e. V., 2015). Diese neuen gewünschten Kompetenzen werden nicht immer ausreichend vermittelt (Gossel, 2019, S. 37, 45):

Technikkompetenzen: Überschneidet sich teilweise mit den „crossmedialen Kompetenzen“ (Videobearbeitung, Fotografie, Bildbearbeitung, etc.). Hierzu gehören aber auch Datenanalyse, Medieninformatik, Webdesign, Programmierung, Webprogrammierung, Wissen über mobile Technologien und Endgeräte.

Managementkompetenzen: Meint vor allem Aspekte wie Kosten-, Zeit- und Personalmanagement bzw. Mitarbeitendenführung (Gossel, 2019, S. 45)

Unternehmerische Kompetenzen: Im Zuge der Freiberuflichkeit. Gemeint ist das „Entdecken, Bewerten und Ausschöpfen unternehmerischer Gelegenheiten durch Journalisten bzw. im Kontext des Journalismus“ (Gossel, 2019, S. 59). Ein Großteil der im Rahmen der „Quo Vadis“ befragten Journalistinnen (51 %) sieht im unternehmerischen Handeln jedoch ein Risiko für die gesellschaftliche Funktion des Journalismus‘ (Gossel, 2019, S. 62).

Diese vielseitigen und umfangreichen Anforderungen, die an Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten gestellt werden, stellen die Bildungsstätten vor große Herausforderungen. Die Integration all dieser Lehrinhalte gelingt oftmals nur lückenhaft (vgl. Gossel & Konyen, 2019, S. 1; Gossel, 2019, S. 37, 45), was angesichts des Umfangs verständlich ist. Darunter leidet teilweise auch die Vermittlung des klassischen journalistischen Handwerks (Gossel & Konyen, 2019, S. 1).

23. *Wie ist es aktuell um die Ausbildungs- und Weiterbildungsträger des journalistischen Nachwuchses in Nordrhein-Westfalen bestellt und wie bewertet die Landesregierung deren Entwicklung? (Mit der Bitte um Auflistung der Ausbildungs- und Weiterbildungsträger in Nordrhein-Westfalen)*

Seit der Beantwortung der letzten Großen Anfrage 22 zum Zeitungsmarkt Nordrhein-Westfalen in 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) sind folgende Veränderungen auf dem Aus- und Weiterbildungsmarkt in Nordrhein-Westfalen bekannt:

- Das Evangelische Tageszentrum Haus Nordhelle in Meinerzhagen hat seine Weiterbildungsangebote für Journalistinnen und Journalisten eingestellt.
- Ebenso hat das Film Funk Fernseh Zentrum (FFFZ) der Evangelischen Kirche im Rheinland in Düsseldorf Ende 2018 sein Weiterbildungsangebot eingestellt.
- Im November 2019 hat das Hagener Journalistenzentrum Haus Busch mit Pressemitteilung vom 15. November 2019 angekündigt, seinen Geschäftsbetrieb zum 31. Dezember 2019 einzustellen.
- Für die Medienakademie Ruhr, die seit Oktober 2019 unter dem Namen ProContent firmiert, ist bekannt, dass deren größter Kunde, die Funke Gruppe, für 2019 keine Volontärinnen und Volontäre dort ausbilden lässt (meedia.de, 2019b). Obwohl die Funke Gruppe der größte Kunde ist (war), gibt es keine Informationen über ein dadurch kleiner werdendes Bildungsangebot.
- Der DJV-NRW hat sein Bildungsangebot ausgeweitet.
- 2019 hat sich der Verein „Neue Gesellschaft für publizistische Bildungsarbeit e. V.“ gegründet, mit dem Ziel ein neues Journalisten-Zentrum in Herne zu etablieren.

Insbesondere die Einstellung des Geschäftsbetriebs des traditionsreichen Journalistenzentrums Haus Busch stellt eine erhebliche Veränderung dar. Wie sich dies auf die journalistische Aus- und Weiterbildung in Nordrhein-Westfalen mittel- bis langfristig auswirken wird, lässt sich indes heute noch nicht abschätzen.

In der Summe können so über den Zustand des Aus- und Weiterbildungsmarktes in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu 2016 nur sehr begrenzt Aussagen getroffen werden.

Wenn man die Anzahl der Einrichtungen betrachtet, verfügt Nordrhein-Westfalen über 13 Journalistenschulen/Akademien und 12 akademische Ausbildungswege an Hochschulen. Das ist eine erhebliche Bandbreite.

Allerdings liegen keine genauen Erkenntnisse darüber vor, wie sich der Bildungsmarkt für Journalistinnen und Journalisten in anderen Bundesländern entwickelt hat. Insbesondere für die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten stellt sich zusätzlich die Frage, welche Rolle Bundeslandgrenzen hier wirklich spielen. Die Vermutung besteht, dass gerade Journalistinnen und Journalisten, die oftmals eine hohe intrinsische Motivation besitzen, schnell mobil werden, wenn sie einen Ausbildungsplatz z. B. bei einer Journalistenschule außerhalb des eigenen Bundeslands erhalten. Das Gleiche gilt für Bildungsinstitutionen, die überbetriebliche Volontärskurse anbieten. In der Regel muss für die dortige Teilnahme ohnehin mehrtägig innerhalb der Bundesrepublik verreist werden. Außerdem haben z. B. die Konrad-Adenauer-Stiftung und die Friedrich-Ebert-Stiftung zwar ihre Geschäftsstellen in Nordrhein-Westfalen (und Berlin), die von ihnen angebotenen Bildungsveranstaltungen sind aber nicht nur auf Nordrhein-Westfalen begrenzt, sondern finden bundesweit in unterschiedlichen Städten statt. Wie sinnvoll eine Betrachtung des Ausbildungsmarktes für Journalistinnen und Journalisten auf Bundeslandebene tatsächlich ist, ist daher diskutabel. (Eumann & Vogt, 2017, S. 60)

Fundierte Vorhersagen über die Entwicklung des Aus- und Weiterbildungsmarktes sind aufgrund der Komplexität der Thematik und der begrenzten Datenlage kaum verlässlich möglich. Trotzdem sollen hier einige relevante Zusammenhänge erwähnt werden.

Zunächst ist die Entwicklung des Arbeitsmarktes für Journalistinnen und Journalisten insgesamt zu nennen. Darunter fallen die Abnahme an festen Arbeitsplätzen für Journalistinnen und Journalisten bei Lokalzeitungen und die immer unattraktiveren Arbeitsbedingungen, unter denen Journalistinnen und Journalisten arbeiten (Gossel, 2019; Borchardt, Lück, Kieslich, Schultz & Simon, 2019, S. 9-13). Demnach könnte der Bedarf an Aus- und Weiterbildungsplätzen auch in Zukunft weiter abnehmen. Demgegenüber steht die zunehmende Überalterung der Redaktionen, welche durch die wenigen Neueinstellungen verstärkt wird. Sobald die verhältnismäßig große Anzahl an Redakteurinnen bzw. Redakteuren im Rentenalter in Pension geht, könnte mit einer erhöhten Nachfrage von jungen Journalistinnen und Journalisten gerechnet werden. Diese erhöhte Nachfrage könnte dann auf den Ausbildungsmarkt durchschlagen. Allerdings bleibt hier abzuwarten, ob so frei werdende Stellen nicht durch die Übernahme von (nebenberuflich arbeitenden) freien Journalistinnen und Journalisten, die häufig schon gut ausgebildet sind, kompensiert wird.

Vorhersagen bezüglich des Aus- und Weiterbildungsangebots müssen in Betracht ziehen, dass von Journalistinnen und Journalisten neben der traditionell journalistischen Arbeit zunehmend weitere Kompetenzen gefordert werden. Aufgrund der Veränderungen in der gesamten Branche sind unter anderem unternehmerische Fähigkeiten und tiefer gehende IT-Kenntnisse inzwischen sehr gefragt (Ramon, 2019). Folglich sollte eine Zunahme an Weiterbildungsangeboten zu solchen Themen in Zukunft zu beobachten sein. Vorstellbar ist allerdings, dass dadurch rein journalistische Weiterbildungsangebote gekürzt werden. Bei der

Journalistenausbildung ist dieses Phänomen bereits zu erkennen. Es wird versucht, immer mehr Inhalte in der gleichbleibenden Ausbildungszeit zu unterrichten (vgl. Gossel 2019, S. 9). So lassen sich nur wenige Beispiele finden, bei denen die Gesamtbildungszeit erhöht wurde.⁶³

Ein weiteres Argument für den Anstieg von Weiterbildungsangeboten findet sich in dem Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen. Hier wurde im Januar 2018 festgehalten, dass der Aufstieg in eine höhere Gehaltsstufe mit Qualifizierungsmaßnahmen verbunden ist, deren Kosten vom Verlag getragen werden müssen und die während der Arbeitszeit stattfinden müssen. Die Teilnahme an Weiterbildungen könnte dadurch für Redakteurinnen und Redakteure attraktiver werden.

In der Gesamtschau ist es nach Auffassung der Landesregierung im ureigenen Interesse der Zeitungsverlage bzw. Medienhäuser, kontinuierlich in Aus- und Weiterbildung zu investieren und damit die Basis für hochwertigen Journalismus in Nordrhein-Westfalen zu erhalten. Dabei verändert der digitale Wandel grundlegend die Anforderungen an den journalistischen Beruf. Nur gemeinsam werden die Zeitungsverleger bzw. Medienhäuser auf der einen Seite und die Anbieterinnen und Anbieter von zukunftsweisenden und marktfähigen Qualifizierungsmaßnahmen auf der anderen Seite in der Lage sein, ihre Attraktivität zu erhalten.

24. Mit welchem Ausbildungsstand bzw. welcher Qualifikation treten die Volontärinnen und Volontäre ihre Ausbildung in den verschiedenen Ausbildungsstätten an? (Bitte differenziert nach Geschlecht sowie Alter beantworten.)

Volontärinnen und Volontäre zeichnen sich durch einen hohen Bildungsstand aus, da das Abitur eine Mindestvoraussetzung für die Einstellung darstellt (vgl. djv.de, o. D. a). Alternativ kann in seltenen Fällen auch Berufspraxis ausreichend sein. Die letzte umfassende Erhebung zum Ausbildungsstand bzw. zu den Qualifikationen zum Start in das Volontariat datiert aus dem Jahr 2016 (IQ Initiative Qualität im Journalismus, 2016) und wurde bereits in der letzten Beantwortung der Großen Anfrage (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) vorgestellt, sodass an dieser Stelle auf eine erneute tiefgehende Analyse verzichtet wird.

Hooffacker und Meier (2017) beschreiben, dass inzwischen fast alle (96 %), die in ein Volontariat starten, vorher studiert haben, 90 % haben das Studium auch abgeschlossen. Über 40 % der Volontärinnen und Volontäre haben zuvor eine Geisteswissenschaft studiert, ca. 37 % ein Studium im Bereich „Medien“ absolviert. Darüber hinaus haben viele bereits Berufserfahrung als freie Journalistinnen bzw. Journalisten gesammelt (60 %). Zumindest auf dem Papier wird für das Volontariat bei Zeitungen und Zeitschriften über das Abitur hinaus keine Mindest-Vorbildung gefordert, viele erwarten jedoch einen Studienabschluss. Das Alter liegt daher vermehrt bei über 22 Jahren (Hooffacker & Meier, 2017, S. 204).

Am 23.11.2019 fand der DJV-Journalistentag 2019 statt, bei dem auch das Thema auf der Agenda stand, wie Interessierte für den Beruf gewonnen werden können. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, Diversität nicht nur im Sinne von Migration zu forcieren, sondern auch im Hinblick auf Bildung und die Frage, wo Redakteurinnen und Redakteure und Journalistinnen und Journalisten mit Blick auf ihren gesellschaftlichen Status herkommen (Kommunikation mit

⁶³ Z. B. haben einige Volontärinnen und Volontäre bei ARD und ZDF ihre Volontariate von 18 auf 24 Monate verlängert (Ramon, 2019, S. 164). Die Henri-Nannen-Schule hat Anfang 2019 ihre Ausbildung von 18 auf 24 Monate erhöht, um alle neuen Inhalte unterzubringen (journalistenschule.de, o. D.).

dem Deutscher Journalisten-Verband Landesverband NRW e. V., Oktober 2019). Unter dem Hashtag #jnrw19 finden sich bereits viele Eindrücke des Journalistentages, in denen sich zeigt, dass insbesondere das Thema Vielfalt in den Redaktionen viel Aufmerksamkeit erzeugt hat (twitter.com, o. D.)

Exemplarisch seien im Folgenden die Voraussetzungen einiger Verlage in Nordrhein-Westfalen skizziert. Nicht alle Verlage beschreiben auf ihren Webseiten konkret, welche Voraussetzungen gewünscht sind, teilweise werden direkt die Ausbildungsschwerpunkte beschrieben, der Detailgrad der Ausschreibungen variiert stark.

Tab. 24.1 Voraussetzungen zum Start eines Volontariats

Verlag	Voraussetzungen
Funke	<p>„Abgeschlossenes Hochschulstudium oder abgeschlossene Berufsausbildung</p> <p>Affinität zu digitalen Medien und Erfahrung im Umgang mit sozialen Medien</p> <p>Journalistische Erfahrungen aus Praktika oder freier Mitarbeit</p> <p>Gutes Gefühl für die grafische und visuelle Aufbereitung von Themen in Medien</p> <p>Ausgeprägtes Interesse an politischen, wirtschaftlichen, sozialen und lokalen Themen</p> <p>Sie müssen bereit sein, an verschiedenen Orten zu arbeiten. Führerschein und Auto sind dazu Voraussetzung“ (funkemedien.de, o. D)</p>
DuMont	<p>„Du hast bereits erste journalistische Erfahrungen durch Praktika und/oder freie Mitarbeit sammeln können</p> <p>Du beherrschst die deutsche Sprache absolut sicher und bist kommunikativ stark</p> <p>Du begegnest neuen Herausforderungen offen und zugewandt und kannst dich selbstständig organisieren</p> <p>Du besitzt eine Leidenschaft für Themen, die Menschen bewegen und kannst dich gut in andere hineinversetzen</p> <p>Du hast Lust auf kanalübergreifendes und reichweitenorientiertes Arbeiten in kreativen Redaktionsteams“ (dumont.de, o. D.)</p>
Mediengruppe Westfälischer Anzeiger	<p>„Abgeschlossenes Hochschulstudium“ (aachener-zeitung.de, o. D.)</p>
BBV Mediengruppe	<p>„Sie haben bereits als freie/r Mitarbeiter/in einer Lokalredaktion gearbeitet und haben die allgemeine Hochschulreife? Sie sind neugierig, aufgeschlossen, ideenreich, zuverlässig und teamfähig? Sie interessieren sich für die Menschen und Themen der Region? Sie sind sicher in der Rechtschreibung und haben Spaß zu schreiben und zu formulieren? Kurzum: Ihr größter Wunsch ist es, Journalist zu werden?“ (bbv-mediengruppe.de, o. D.)</p>

25. *Wie viele der Volontärinnen und Volontäre und mit welchem Abschluss werden in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen?*

Laut DJV absolvieren rund 80 % aller journalistischen Berufseinsteiger und Berufseinsteigerinnen ein Volontariat bei Presse, Rundfunk oder Agenturen (vgl. djv.de, o. D. a). Frauen sind mit 57 % in der Mehrheit, außerdem werden die meisten Volontariatsplätze bei Tageszeitungen angeboten (ebd.), auch wenn das klassische Volontariat im Bereich Tageszeitungen etwas an Bedeutung verliert (Hooffacker & Meier, 2017, S. 204):

Tab. 25.1 Anzahl Volontariatsplätze

Medium	Anzahl
Tageszeitungen	1.200
Zeitschriften	800
Regionale/lokale private Hörfunkstationen	> 500
Große Rundfunkanstalten	300
Anzeigenblätter	150
Nachrichtenagenturen	zweistelliger Bereich
Onlinemedien	unbekannt

Quelle: Hooffacker & Meier (2017)

Übernommen wird höchstens ein Drittel der Volontärinnen und Volontäre, die Mehrheit muss sich anderweitig bewerben oder freie Tätigkeiten ausüben (vgl. djv.de, o. D. a): „Nach der praktischen Ausbildung übernommen zu werden wird immer unwahrscheinlicher“, sagt auch Eva Werner (2014, zitiert nach Klose, 2014), stellvertretende Pressesprecherin beim Deutschen Journalistenverband (DJV). Auch wird festgestellt, dass sich „[a]nscheinend [...] an den Hochschulen herumgesprachen [hat], dass es gar nicht so leicht ist, ein Volontariat in einem Verlag zu bekommen. Die schlechten Verdienstmöglichkeiten und Übernahmechancen in der Branche tun ihr Übriges“ (Dörrich, 2013 zitiert nach Bruns, 2013).

Spätestens drei Monate vor Ende der Volontariatsausbildung ist der Verlag verpflichtet, den Volontärinnen und Volontären mitzuteilen, ob sie übernommen werden (Hooffacker & Meier, 2017, S. 206).

Genauere Daten zur Übernahme von Volontärinnen und Volontären in ein festes Arbeitsverhältnis liegen der Landesregierung mit Blick auf Nordrhein-Westfalen nicht vor.

26. *Welche Verlage in Nordrhein-Westfalen bezahlen freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach den vereinbarten „Vergütungsregeln“ der Tarifparteien?*

Im Jahr 2014 gaben 10 % der freien Mitarbeitenden an, nach Tarif bezahlt zu werden, 22 % können es nicht einschätzen und 68 verneinen es klar (Deutscher Journalistenverband e. V., 2014, S. 8).

Ende Februar 2017 kündigte der BDZV die im Jahr 2010 abgeschlossenen „Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen“ (Blümel, 2017b). Durch die Novellierung des Urhebervertragsrechts, das am 1.3.2017 in Kraft trat, sollte die Einhaltung der Vergütungsregeln für Journalistinnen und

Journalisten verbessert werden (ver.di Deutsche Journalistinnen- und Journalistenunion, 2017).

ver.di kritisierte die Kündigung durch den BDZV:

„Die Kündigung mit der Novelle des Urhebervertragsrechts zu begründen, ist in höchstem Maße entblößend. Der BDZV weigert sich schlichtweg, soziale Verantwortung zu übernehmen. Wir verhandeln seit Jahren über die längst fällige Erhöhung der vereinbarten Honorare. Doch statt die Arbeit der Freien zu würdigen, die eine wichtige Säule für guten Journalismus und erfolgreiche Zeitungen ist, will der BDZV die Bedingungen offensichtlich noch weiter verschlechtern“ (Werneke, 2017, zitiert nach ver.di Deutsche Journalistinnen- und Journalistenunion, 2017). Die dju Geschäftsführung wies daraufhin darauf hin, „dass die Aufforderung des Gesetzgebers, gemeinsam eine angemessene Vergütung in Vergütungsregeln oder Tarifverträgen festzulegen, auch nach der Kündigung von Seiten des BDZV nach wie vor gilt.“ (dju.verdi.de, o. D.)

Zu Beginn des Jahres 2019 wollten Verlegerverbände aufgrund rechtlicher Bedenken keine neuen Verhandlungen über Vergütungsregeln führen und warten auf eine rechtliche Prüfung durch das Bundeskartellamt (Hirschler, 2019).

Seit Juni 2019 besteht durch die neue Richtlinie der Europäischen Union eine neue Rechtssicherheit für die Verhandlung und Vereinbarung von Vergütungsregeln im Urheberrecht:

„Vergütungsregeln der Urheberverbände mit den Verlagen bzw. Medienhäusern können nach dem Urheberrechtsgesetz in juristisch wirksamer Weise festlegen, wann eine Vergütung als angemessen anzusehen ist. Die Verlegerverbände der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche hatten zuletzt einen Neuabschluss von Vergütungsregeln mit dem Argument abgelehnt, dass die Festlegung von Honoraren gegen das europäische Wettbewerbs- bzw. Kartellrecht verstoße. Diese Position ist durch die neue EU-Urheberrechtsrichtlinie jetzt allerdings nicht mehr haltbar. Daher haben die Verlegerverbände kein glaubhaftes Argument mehr für eine weitere Verweigerung von Verhandlungen mit den Vertretern der Urheber/innen.“ (Hirschler, 2019)

Auch während des Bestehens der Gemeinsamen Vergütungsregeln wurden diese vielfach nicht umgesetzt, sodass Freie nur durch Einzelverfahren eine angemessene Vergütung einklagen konnten (ebd.).

Die letzte große Umfrage des DJV mit freien Journalistinnen und Journalisten zu deren Einkommen datiert aus dem Jahr 2014 und wurde bereits im Rahmen der Beantwortung der vorigen Großen Anfrage (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) ausführlich dargelegt. Inwiefern sich die Bezahlung seitdem – auch durch die Kündigung der Gemeinsamen Vergütungsregeln – verändert hat, bleibt daher offen.

27. *Wie gestaltet sich die gängige Praxis bei der Vergütung im Rahmen von Mehrfachnutzungen insbesondere bei lokalen Kooperationen?*

Auch zu dieser Frage liegen keine aktuelleren statistischen Erhebungen im Vergleich zur Antwort auf die vorherige Große Anfrage (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) vor. Es heißt, dass Mehrfachnutzungen auch mehrfach vergütet werden müssen, die gängige Praxis sieht jedoch anders aus:

Als Referenz werden die Werte aus der DJV-Befragung 2014 herangezogen, in der nur 9 % der befragten freien Journalistinnen und Journalisten angaben, dass Zweit- und weitere Verwertungen extra vergütet werden, 29 % dies teilweise bestätigten und 72 % keine gesonderte Vergütung erhalten (Deutscher Journalisten-Verband e. V., 2014, S. 8). Im Bereich der Onlinenutzung gaben nur 4 % der Redakteurinnen und Redakteure an, extra vergütet zu werden und 12 % bestätigten dies teilweise (ebd.).

Der Verlag Axel Springer SE hat hierfür folgenden Paragraphen in den Honorarregelungen integriert:

Eine Mehrfachnutzung der Beiträge, auch als Vorlage für andere Nutzungsarten und außerhalb der genannten Mediengattungen, ist zulässig. Der Journalist erteilt dem Verlag die Zustimmung, die ihm eingeräumten Rechte ganz oder teilweise auf Dritte zu übertragen oder diesen Nutzungsrechte einzuräumen, einschließlich des Rechts zur Weiterübertragung, sowie die Befugnis, die eingeräumten Rechte gemeinsam mit Dritten zu nutzen. (welt.de, 2018)

Diese weitere Nutzung ist weit verbreitet: Den freien Redakteurinnen und Redakteuren wird in diesem Zusammenhang mitgeteilt, dass ihr Beitrag im Rahmen (lokaler) Kooperationen weiterverwendet und mehrfach genutzt wird, die Verträge würden dementsprechend angepasst, eine weitere Vergütung kommt jedoch nicht zustande (Kommunikation mit dem Deutscher Journalisten-Verband Landesverband NRW e. V., Oktober 2019).

Auch der DJV argumentiert im Jahr 2016, dass das digitale Zeitalter, das zu Mehrfachnutzungen führt, höhere Honorare hätte mit sich bringen müssen – für die Urheberinnen und Urheber hat sich dies jedoch nicht ausgezahlt und eine angemessene Vergütung erfolgt nur selten (Dockhorn, 2016).

III. Wirtschaftliche Entwicklung

28. Wie haben sich seit 2016 die relevanten Marktdaten (Auflagen, Erlöse, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen usw.) für Zeitungsverlage entwickelt?

Frage 2 und 3 dieser Untersuchung beschäftigen sich bereits mit den Auflagen-entwicklungen der Zeitungen, sodass diese hier nicht weiter vertieft werden. Hier wird zunächst der Umsatz von Zeitungsverlagen aufgezeigt. Dieser wird in regelmäßigen Abständen vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger erhoben. Die aktuellen Daten in der 32. Ausgabe des Jahrbuchs Zeitungen 2018/19 stammen aus dem Jahr 2017. Die Teilnahme der Verlage an der Umsatzerhebung des BDZV ist ungebrochen hoch, was zu einer Repräsentanz von 82,5 % für überregionale Zeitungen und bis zu 100 % für Zeitungen mit einer Auflage >200.000 Exemplaren führt (vgl. Keller & Eggert, 2018, S. 80-83).

Die Verlage von Abonnementzeitungen sind bzgl. der Kostenstruktur wie folgt aufgestellt:

Tab. 28.1 Kostenstruktur der Abo-Zeitungen in Westdeutschland

Kostenstelle	2017 Angaben in %	2015 Angaben in %	2012 Angaben in %
Technische Herstellung	15	18,6	19,3
Papier	5,1	5,2	6,6

Redaktion	25,5	24,7	23,6
Anzeigen	14,6	14,6	15,1
Vertrieb	29,4	27,8	25,7
Unternehmensleitung/ Verwaltung	10,5	9,2	9,9
Gesamtkosten	100,1	100,1	100,2

Quellen: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2013, S. 94; 2016, S. 129; 2018, S. 114)

Tab. 28.2 Umsatz von Zeitungen nach Zeitungstyp in Tsd. €

	2017			2015		
	Anzeigen Beilagen	Vertrieb	gesamt	Anzeigen Beilagen	Vertrieb	gesamt
Regionale Abo- zeitungen	2.049.305	3.938.154	5.987.459	2.234.396	3.839.871	6.074.267
Über- regionale	155.135	384.277	539.412	199.803	386.138	585.941
Kauf- zeitungen	181.751	367.141	548.892	217.178	407.701	624.879
Sonntags- zeitungen	79.438	114.577	194.015	92.250	120.079	212.329
Wochen- zeitungen	58.272	85.721	143.994	62.289	85.991	148.280
	2.523.901	4.889.870	7.413.772	2.806.000	4.840.000	7.646.000

Quellen: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 80-81; 2016, S. 98-99; 2013, S. 62-63)

Tab. 28.3 Umsatz von regionalen Abo-Zeitungen in Westdeutschland in Tsd. €

Auflagen- gruppe	2017			2015		
	Anzeigen Beilagen	Vertrieb	gesamt	Anzeigen Beilagen	Vertrieb	gesamt
bis 25.000	259.537	451.354	740.891	276.288	431.980	708.269
bis 50.000	239.648	409.641	649.289	214.311	333.825	548.136
bis 125.000	593.467	1.035.956	1.629.423	548.399	860.672	1.409.071
bis 200.000	394.761	747.206	1.141.967	553.148	942.014	1.495.162
über 200.000	322.274	635.220	957.494	367.350	620.850	988.199
gesamt	1.810.327	3.277.643	5.087.970	1.959.782	3.186.887	5.146.669

Quellen: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 82-83; 2016, S. 100-101; 2013, S. 62-63)

Anschließend an die Ergebnisse aus der Beantwortung der Großen Anfrage im Jahr 2017 weist die Zeitungsbranche in Deutschland weiterhin sinkende Umsätze auf. Waren im Jahr 2015 noch 7,6 Mrd. € zu verzeichnen, sind es im Jahr 2017 noch 7,4 Mrd. € (Keller & Eggert, 2018, S. 78). Dieser Rückgang ist vergleichbar mit dem Rückgang von 2012-2015.

Der Rückgang basiert zum größten Teil auf den sinkenden Werbeumsätzen, die sich von 2015 bis 2017 um ca. 300 Mio. € (und damit 10 %) verringerten. Um dies wenigstens teilweise zu kompensieren, werden die Erlöse im Vertrieb z. B. durch Preiserhöhungen gesteigert.

Tabelle 28.2 zeigt außerdem, dass in Deutschland nach wie vor regionale Abonnementzeitungen ökonomisch bedeutsam sind und rund 81 % des Gesamtumsatzes ausmachen. Unterteilt nach Auflagengrößen zeigt sich, dass die meisten Erlöse von Zeitungen in der Auflagengröße 50.000-200.000 erzielt werden (54 % der Gesamterlöse, s. Tabelle 28.3).

Detaillierte Angaben zur Umsatzentwicklung in Nordrhein-Westfalen liegen nach wie vor nicht vor. Bezogen auf die Entwicklung regionaler Abonnementzeitungen in Westdeutschland zeigt sich ein Rückgang von 2015 zu 2017 in den Umsätzen um 1 %, der sich durch leicht steigende Vertriebs Erlöse und etwas stärker sinkende Werbeerlöse ergibt.

Betrachtet man die Erlöse pro Monatsstück (Tabelle 28.4), zeigt sich, dass die Verlage in Ostdeutschland – wie bereits in der Entwicklung von 2012 zu 2015 – ihre Erlöse stärker steigern konnten, insgesamt aber nach wie vor hinter den Erlösen in Westdeutschland zurückliegen. Derzeit stehen hier Erlöse von 46,13 € pro Monatsstück in Westdeutschland 36,55 € pro Monatsstück in Ostdeutschland gegenüber. Sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland konnten steigende Vertriebs Erlöse erzielt werden.

Betrachtet man die Werte, die exakt für Nordrhein-Westfalen ermittelt wurden, zeigt sich, dass diese in etwa auf dem Niveau der Werte für Westdeutschland liegen: So können durch den Vertrieb 29,97 € und insgesamt 45,08 € pro Monatsstück erzielt werden, was im Vergleich zu 2015 einen Anstieg der Erlöse um 9,1 % bedeutet. Dieser Anstieg ist höher als der in Westdeutschland insgesamt (7,9 %). Einzig die Werbeerlöse liegen mit 15,1 € (im Vergleich zu 16,37 € in Westdeutschland) unter dem Durchschnitt.

Im Vergleich der Länder liegt weiterhin Baden-Württemberg mit einem Erlös von 51,93 € pro Monatsstück vorne, was eine Steigerung zum Vorjahr von 4,8 % bedeutet (vgl. Keller & Eggert, 2018, S. 113).

Tab. 28.4 Erlöse pro Monatsstück nach Zeitungstyp in €

	2017			Ände- rung 2017 zu 2015	2015		
	Anzeigen Beilagen	Ver- trieb	gesamt		Anzeigen Beilagen	Ver- trieb	gesamt
Regionale Abo- Zeitungen	15,21	29,23	44,44	8,5 %	15,07	25,89	40,96
-West- deutshl.	16,37	29,76	46,13	7,9 %	16,25	26,49	42,74
-Ostdeutshl.	9,71	26,84	36,55	10,3 %	9,81	23,33	33,14
Reg. Abo- Zeitungen in	15,1	29,97	45,08	9,1 %	15,06	26,27	41,33

	2017			Ände- rung 2017 zu 2015	2015		
	Anzeigen Beilagen	Ver- trieb	gesamt		Anzeigen Beilagen	Ver- trieb	gesamt
Nordrhein- Westfalen							
Überregionale	15,84	39,24	55,08	7,3 %	17,5	33,82	51,32
Kauf-zeitungen	6,67	13,48	20,16	9,4 %	6,4	12,02	18,43
Sonntags- zeitungen	4,41	6,36	10,77	43,4 %	3,26	4,25	7,51
Wochen- zeitungen	7,66	11,27	18,94	7,1 %	7,43	10,26	17,69

Quellen: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 80-83, 113; 2016, S. 98 -101; 2013, S. 62-65)

Lohnsummen und Umsatzrenditen

Im Folgenden soll anhand ausgewählter Verlage in Nordrhein-Westfalen – angelehnt an die Vorgängeruntersuchung – exemplarisch dargestellt werden, wie sich die Umsätze in den letzten Jahren entwickelt haben. Nach wie vor wird versucht, den Umsatzrückgang mit Einsparungen bei den Personalkosten entgegenzuwirken.

**Tab. 28.5 Umsätze und Konzernüberschüsse in Mio. €
DvH Medien GmbH (zuvor: Dieter von Holtzbrinck GmbH (inkl. Verlagsgr. Handelsblatt))**

	2017	2014	2013
Umsatz	484,0	413,6	421,0
- davon Verlagsgr. Handelsblatt		185,2	195,6
Konzernüberschuss	-1,7	1,4	- 19,8

Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG

	2017	2015	2014	2010	2009
Umsatz	614,6	546,2	538,0	711,3	706,8
- davon in Köln				230,4	
Jahresüberschuss	6,5	7,1	15,3	13,5	0,5

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Rheinische Post)

	2018	2014	2013	2010	2009
Umsatz	683,4	683,6	753,5	442,5	454,4
Konzern-überschuss	-0,2	28,0	56,0	16,7	-6,2

Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH

	2017	2014	2013	2009	2008
Rohergebnis	15,0	25,0	26,1	27,0	30,2
Jahresüberschuss	0,6	1,2	-0,6	1,2	3,4

Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH

	2017	2014	2013	2009	2008
Umsatz	148,8	95,4	93,9	100,3	108,1
Jahresüberschuss	0,2	1,7	0,4	4,8	10,8

J.C.C. Bruns GmbH & Co. KG (u.a. Mindener Tageblatt)

	2017	2014	2013
Umsatz	44,7	40,5	40,1
Jahresüberschuss	0,005	- 0,9	- 1,1

Quellen: Bundesanzeiger (2019); Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22 (2017)

29. Gibt es in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu den vorherigen Erhebungen Besonderheiten im Gegensatz zum Bundesgebiet?

Der BDZV veröffentlicht in seinem Jahrbuch eine Übersicht über die Verkaufszahlen von regionalen und lokalen Abonnementzeitungen, unterteilt nach Abonnements, Einzelverkäufen, sonstigem Verkauf und Bordexemplaren, die auf den IVW-Auflagen beruht. So lässt sich zumindest der Trend der Entwicklung von Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen skizzieren:

Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt zeigt sich hier, dass Nordrhein-Westfalen mit einem Rückgang von 3,6 % im Vergleich II/2018 zu II/2017 über dem Bundesdurchschnitt von 3,2 % liegt. Sowohl in den Abonnements (-4,1 % in Nordrhein-Westfalen, -3,5 % im Bundesdurchschnitt), bei den Einzelverkäufen (-9 % in Nordrhein-Westfalen, -7,3 % im Bundeschnitt) als auch bei den Bordexemplaren (-22 % in Nordrhein-Westfalen, +10,2 % im Bundeschnitt) ist der Rückgang überdurchschnittlich hoch ausgeprägt, wobei der Anteil der Bordexemplare an der Gesamtauflage vergleichsweise gering ist. Einzig im Bereich sonstiger Verkauf (+9,1 % in Nordrhein-Westfalen, +4,0 % im Bundesdurchschnitt) steht Nordrhein-Westfalen besser da (s. dreiteilige Tabelle 29.1, vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V., 2018, S. 88-89).⁶⁴

Tab. 29.1.1 IVW-geprüfte Auflage der jeweils größten Belegungseinheit von lokalen und regionalen Abonnementzeitungen nach Nielsengebieten im II. Quartal 2018:2017

Nielsengebiet	Verkauf II/18	Verkauf II/17	Differenz Exemplare	Differenz in %
Bremen	187.368	194.999	-7.631	-3,9 %
Hamburg	169.971	176.081	-6.110	-3,5 %
Niedersachsen	1.218.916	1.257.930	-39.014	-3,1 %
Schleswig-Holstein	364.667	376.253	-11.586	-3,1 %
Nielsen I	1.940.922	2.005.263	-64.341	-3,2 %
Nordrhein-Westfalen				
Nielsen II	2.257.076	2.340.737	-83.661	-3,6 %
Hessen	690.253	718.554	-28.301	-3,9 %
Rheinland-Pfalz Saarland	u. 745.671	764.943	-19.272	-2,5 %
Nielsen IIIa	1.435.924	1.483.497	-47.573	-3,2 %
Baden-Württemberg				
Nielsen IIIb	1.715.739	1.763.796	-48.057	-2,7 %
Bayern				
Nielsen IV	1.729.225	1.771.566	-42.341	-2,4 %
Berlin				
Nielsen V	283.647	288.657	-5.010	-1,7 %
Brandenburg	255.438	268.431	-12.993	-4,8 %
Mecklenburg-Vorpommern	270.150	279.070	-8.920	-3,2 %
Sachsen-Anhalt	320.247	334.008	-13.761	-4,1 %
Nielsen VI	845.835	881.509	-35.674	-4,0 %

⁶⁴ Für genauere Hinweise zum sonstigen Verkauf verweisen wir an dieser Stelle auf die Antworten zu den Fragen 2 und 4.

Nielsengebiet	Verkauf II/18	Verkauf II/17	Differenz Exemplare	Differenz in %
Sachsen	591.293	615.627	-24.334	-4,0 %
Thüringen	294.777	307.090	-12.313	-4,0 %
Nielsen VII	886.070	922.717	-36.647	-4,0 %
Gesamt	11.094.438	11.457.742	-363.304	-3,2 %

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 88-89) (bearbeitet)

Tab. 29.1.2 IVW-geprüfte Auflage der jeweils größten Belegungseinheit von lokalen und regionalen Abonnementzeitungen nach Nielsengebieten im II. Quartal 2018:2017

Nielsengebiet	Abo II/18	Abo II/17	Differenz in %	EV II/18	EV II/17	Differenz in %
Bremen	164.794	171.941	-4,2 %	4.779	5.428	-12,0 %
Hamburg	124.512	129.918	-4,2 %	25.507	27.212	-6,3 %
Niedersachsen	1.085.276	1.118.925	-3,0 %	54.707	58.545	-6,6 %
Schleswig-Holstein	304.987	313.369	-2,7 %	23.731	25.244	-6,0 %
Nielsen I	1.679.569	1.734.153	-3,1 %	108.724	116.429	-6,6 %
Nordrhein-Westfalen						
Nielsen II	2.024.361	2.111.471	-4,1 %	85.821	94.284	-9,0 %
Hessen	631.981	658.958	-4,1 %	29.587	31.520	-6,1 %
Rheinland-Pfalz u. Saarland	664.811	688.503	-3,4 %	21.241	22.874	-7,1 %
Nielsen IIIa	1.296.792	1.347.461	-3,8 %	50.828	54.394	-6,6 %
Baden-Württemberg						
Nielsen IIIb	1.539.306	1.589.625	-3,2 %	42.564	45.820	-7,1 %
Bayern						
Nielsen IV	1.553.501	1.594.864	-2,6 %	66.690	71.731	-7,0 %
Berlin						
Nielsen V	197.106	203.050	-2,9 %	26.271	28.526	-7,9 %
Brandenburg	233.567	246.346	-5,2 %	12.146	13.318	-8,8 %
Mecklenburg-Vorpommern	233.659	243.107	-3,9 %	17.628	18.472	-4,6 %
Sachsen-Anhalt	295.052	308.512	-4,4 %	11.650	12.528	-7,0 %
Nielsen VI	762.278	797.965	-4,5 %	41.424	44.318	-6,5 %
Sachsen	546.837	570.005	-4,1 %	18.759	20.467	-8,3 %
Thüringen	275.628	286.615	-3,8 %	10.999	11.703	-6,0 %
Nielsen VII	822.465	856.620	-4,0 %	29.758	32.170	-7,5 %
Gesamt	9.875.378	10.235.209	-3,5 %	452.080	487.672	-7,3 %

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 88-89, bearbeitet)

Tab. 29.1.3 IVW-geprüfte Auflage der jeweils größten Belegungseinheit von lokalen und regionalen Abonnementzeitungen nach Nielsengebieten im II. Quartal 2018:2017

Nielsengebiet	SV II/18	SV II/17	Differenz in %	Bordex. II/18	Bordex. II/17	Differenz in %
Bremen	16.722	16.561	1,0 %	1.073	1.069	0,4 %
Hamburg	15.561	14.262	9,1 %	4.391	4.689	-6,4 %
Niedersachsen	77.835	79.077	-1,6 %	1.098	1.383	-20,6 %
Schleswig-Holstein	35.065	36.756	-4,6 %	884	884	0,0 %
Nielsen I	145.183	146.656	-1,0 %	7.446	8.025	-7,2 %
Nordrhein-Westfalen						
Nielsen II	146.066	133.920	9,1 %	828	1.062	-22,0 %
Hessen	21.377	20.402	4,8 %	7.308	7.674	-4,8 %
Rheinland-Pfalz u. Saarland	59.405	53.415	11,2 %	214	151	41,7 %
Nielsen IIIa	80.782	73.817	9,4 %	7.522	7.825	-3,9 %
Baden-Württemberg						
Nielsen IIIb	126.277	120.661	4,7 %	7.592	7.690	-1,3 %
Bayern						
Nielsen IV	102.497	99.180	3,3 %	6.537	5.791	12,9%
Berlin						
Nielsen V	48.647	50.174	-3,0 %	11.623	6.907	68,3 %
Brandenburg	9.701	8.743	11,0 %	24	24	0,0 %
Mecklenburg-Vorpommern	17.954	16.769	7,1 %	909	722	25,9 %
Sachsen-Anhalt	12.136	11.559	5,0 %	1.409	1.409	0,0 %
Nielsen VI	39.791	37.071	7,3 %	2.342	2.155	8,7 %
Sachsen	19.611	19.241	1,9 %	6.086	5.914	2,9 %
Thüringen	8.150	8.772	-7,1 %	0	0	-
Nielsen VII	27.761	28.013	-0,9 %	6.086	5.914	2,9 %
Gesamt	717.004	689.492	4,0 %	49.976	45.369	10,2 %

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 88-89, bearbeitet)

30. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung hinsichtlich der Verteilung der Einnahmen von Zeitungen bzw. Verlagen im Hinblick auf Zeitungs-Abos, Direktverkäufe, weitere Distributionskanäle, Werbung und sonstige Geschäftsfelder vor?

Die Datenlage zur Beantwortung dieser Fragestellung ist nach wie vor sehr unbefriedigend. Einzig eine durch den BDZV herausgegebene Aufstellung zum Thema Erlösstruktur liegt vor und weist in der Entwicklung geringere Werbeerlöse und höhere Erlöse durch den Vertrieb aus. Innerhalb der letzten fünf Jahre lässt sich somit ein Rückgang der Werbeerlöse um acht Prozentpunkte verzeichnen, sodass fast 2/3 der Erlöse inzwischen aus dem Vertrieb generiert werden. Innerhalb der Werbeerlöse ist jedoch der Anteil der Anzeigenerlöse um knapp drei Prozentpunkte gestiegen.

Da auch an anderen Stellen keine gravierenden Abweichungen Nordrhein-Westfalens vom Bundesschnitt erkennbar waren, wird auch hier von einer Vergleichbarkeit ausgegangen, die herangezogen wird, da keine separaten Daten für Nordrhein-Westfalen vorliegen.

Tab. 30.1 Erlösstruktur von Abo-Zeitungen in Westdeutschland in %

Erlöse	2017	2015	2012
Werbung	36,5	38,7	44,5
- Anzeigen	- 87	- 84,7	- 84,1
- Beilagen	- 13	- 15,3	- 15,9
Vertrieb	63,5	61,3	55,5
	100	100	100

Quellen: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018, S. 114; 2016, S. 129; 2013, S. 9, 94)

Eine verlässliche Abschätzung der E-Paper-Erlöse kann nicht vorgenommen werden. Zwar liegt der E-Paper-Anteil an der Verkaufsaufgabe vor (siehe Antwort auf Frage 4). Zudem könnten auch Endverbraucherpreise für E-Paper recherchiert werden. Unbekannt ist jedoch, welche genauen E-Paper-Formen von den Befragten in Anspruch genommen werden. So gibt es neben rein digitalen E-Paper-Abonnements auch sogenannte Kombi-Abos, bei denen sowohl ein gedrucktes Exemplar ausgeliefert wird als auch ein digitales E-Paper abrufbar ist. Daneben gibt es auch E-Paper-Firmenabos, bei denen mehrere Mitarbeitende auf E-Paper zugreifen. Genaue Informationen, welche Angebote zu welchen Kosten in Anspruch genommen werden, liegen jedoch nicht vor. Zudem ist nicht bekannt, welche Endpreise die Verlage beim digitalen Vertrieb über externe Anbieterplattformen wie E-Kioske erzielen. Daher sind keine genauen Auskünfte über die erzielten E-Paper-Erlöse möglich. Der insgesamt eher niedrige E-Paper-Abonnement-Anteil in der verkauften Auflage lässt allenfalls vermuten, dass E-Paper einen tendenziell eher geringen Anteil der Erlösstrukturen von Verlagen ausmachen.

Der Umsatz des gesamten digitalen Geschäfts der Verlage kann ebenfalls nicht beurteilt werden. Die Verlage weisen nicht separat aus, welche Umsätze aus digitalen Geschäften resultieren. Vielfach sind Umsätze aus Beteiligungsunternehmen oder aus Anzeigenmärkten kombiniert, sodass keine Rückschlüsse auf Digitalumsätze möglich sind.

31. Wie ist das Verhältnis der wirtschaftlichen Erlöse von Print zu Online/Digital bei nordrhein-westfälischen Verlagen verteilt, und wie bewertet die Landesregierung diese Zahlen?

Wie bereits erörtert, sinken die Erlöse von Tageszeitungen im Bundesgebiet kontinuierlich. Eine gesonderte Auswertung für die Erlösstruktur in Nordrhein-Westfalen liegt nicht vor. Allerdings ist davon auszugehen, dass sich die Titel aus Nordrhein-Westfalen in den Bundestrend einfügen. Dafür spricht die Auflagenentwicklung wie in Frage 1 dargestellt.

Für die nächsten Jahre sind weitere Verluste im Bereich der Printwerbe- und Printvertriebserlöse zu erwarten, weshalb den Erlösen durch E-Paper eine besondere Rolle zukommt. Doch selbst bei wachsenden Reichweiten im Bereich E-Paper werden die Verluste im Printbereich vermutlich nicht zu kompensieren sein. Im zweiten Quartal 2019 ist die Zahl der E-Paper im Bundesgebiet um 17,7 % auf 1,66 Mio. Exemplare gestiegen (davon über die Hälfte aller E-Paper-Verkäufe im Abo). Der Einzelverkauf spielt im Bereich der E-Paper nur eine sehr geringe Rolle und ist im zweiten Quartal 2019 sogar rückläufig. Laut einer Untersuchung von PWC (o. D.) liegt der Anteil der Vertriebserlöse der E-Paper (hier allerdings inklusive Wochenzeitungen ausgewiesen) bei knapp 8 %. Selbst wenn die Vertriebserlöse (wie von PWC prognostiziert) für E-Paper jährlich um 10 % steigen werden (PWC, o. D.), können sie die insgesamt sinkenden Erlöse nicht kompensieren und 2020 im günstigsten Fall 8,5 % der Gesamterlöse beisteuern.

Mit Blick auf Nordrhein-Westfalen dürfte es auch hier zu keinen fundamental anderen Befunden kommen, weshalb die Verlage auch aus Sicht der Landesregierung weiter vor der Herausforderung stehen, bei Leserinnen und Lesern der digitalen Angebote die Zahlungsbereitschaft zu erhöhen und den Mehrwert von Paid-Content deutlich zu machen.

32. Welche Verlage haben institutionelle Investoren bzw. welche haben ebensolche aufgenommen, und wie sieht die wirtschaftliche und auflagentechnische Entwicklung dieser Verlage im Gegensatz zu inhabergeführten Verlagen aus?

Nach Auswertung der Handelsregistereinträge zu allen Zeitungsverlagen in Nordrhein-Westfalen und laut den Angaben in der Mediendatenbank der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) ist festzuhalten, dass institutionelle Investoren im klassischen Sinne (also z. B. Investmentfonds oder -gesellschaften) auf dem Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen bislang keine Rolle spielen. Nahezu alle Verlage befinden sich in Familienbesitz bzw. lassen sich deren Eigentümer auf natürliche Personen zurückführen. Lediglich bei drei Verlagen bestehen – von diesem Bild abweichend – Besonderheiten bei den Eigentümerstrukturen:

- a) Der Verlag der „Neuen Westfälischen“ in Bielefeld ist seit dem Jahr 2016 vollständig (statt zuvor zu 57,5 %) im Besitz der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg). Bei der ddvg handelt es sich um die Medienbeteiligungsgesellschaft der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands, die noch weitere Beteiligungen an zahlreichen Zeitungen außerhalb von Nordrhein-Westfalen hält (u. a. „Sächsische Zeitung“ und „Morgenpost Sachsen“/Dresden, „Hannoversche Allgemeine“ und „Neue Presse“/Hannover, „Leipziger Volkszeitung“/Leipzig, „Dresdner Neueste Nachrichten“/Dresden, „Märkische Allgemeine“/Potsdam, „Ostsee-Zeitung“/Rostock, „Kieler Nachrichten“/Kiel, „Lübecker Nachrichten“ /Lübeck, „Cuxhavener Nachrichten“ und „Niederelbe Zeitung“/Cuxhaven, „Frankenpost“/Hof, „Neue Presse“/Coburg, „Nordbayerischer Kurier“ /Bayreuth, „Freies Wort“ und „Südthüringer Zeitung“/Suhl). Besonderheiten in der Entwicklung bei der „Neuen Westfälischen“, die mit der ddvg-

Eigentümerschaft in Verbindung gebracht werden könnten, lassen sich nicht erkennen. Die größte Auffälligkeit beim Bielefelder Verlag besteht darin, dass er als einziger größerer nordrhein-westfälischer Zeitungsverlag nach wie vor weder unmittelbar noch mittelbar auf dem Markt der Anzeigenblätter aktiv ist, wie bereits in der Antwort auf Frage 55 erwähnt wurde. Es gibt aber keinerlei Hinweise darauf, dass diese konsequente Anzeigenblatt-Abstinenz des Verlags der „Neuen Westfälischen“ eine unmittelbare Folge der besonderen Eigentümerstruktur sein könnte, zumal die anderen, außerhalb von Nordrhein-Westfalen ansässigen Verlage mit ddvg-Beteiligungen durchaus im Markt der Anzeigenblätter (teilweise in großem Stil) aktiv sind.

- b) Am Verlag des „Iserlohner Kreisanzeigers und Zeitung“ ist – neben der Funke Mediengruppe mit 24,8 % – die Medien Förderstiftung Ruhr (MFR) über eine Tochtergesellschaft mehrheitlich beteiligt.
- c) Eine weitere Stiftungsbeteiligung – hier in Form einer Minderheitsbeteiligung in Höhe von 10,6 % seitens der Stiftung Presse-Haus NRZ, die ebenfalls per Tochtergesellschaft gehalten wird – gibt es beim Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. Essen KG, der als herausgebender Verlag der „Neuen Ruhr- / Neuen Rhein-Zeitung“ der Funke Mediengruppe firmiert.

Auch bei diesen beiden Verlagen mit Stiftungsbeteiligung lassen sich keine Besonderheiten ausmachen, die sich erkennbar auf diese spezifischen Eigentümerstrukturen zurückführen ließen.

33. *Wie gestaltet sich das Verhältnis von redaktionellen Anteilen zum Anteil der Anzeigen bei Tageszeitungen?*

Die Beantwortung dieser Frage erfolgt auf Grundlage einer Zeitungsstichtagssammlung (aserto, 2019b). Im Rahmen der Erhebung wurden alle 38 Hauptausgaben⁶⁵ lokaler Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen vom 29.10.2019 in Hinblick auf das Verhältnis des redaktionellen Anteils zum Anteil der Anzeigen untersucht. Auch zur Beantwortung der Frage 52 wird die Stichtagssammlung herangezogen.

Es sei angemerkt, dass ein Stichtag nicht genügt, um exakte Werte bis auf die Dezimalstelle zu ermitteln, er reicht jedoch aus, um einen Richtwert für alle Zeitungen zu ermitteln.

Die Stichtagssammlung (aserto, 2019b) zeigt, dass der durchschnittliche Umfang aller Tageszeitungen 30 Seiten umfasst. Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2016 ist dies eine Verringerung um durchschnittlich 2 Seiten. Die umfangreichste Tageszeitung umfasste zum Stichtag 40, die dünnsten Zeitungen 24 Seiten.

Der Umfang der Anzeigen liegt durchschnittlich bei 4,2 Seiten und variiert zwischen 0,8 und 7,8 Seiten. Im Jahr 2016 wurden für Anzeigen durchschnittlich Werte von 5,4 und 6,6 Seiten gemessen, sodass ein Rückgang im Anzeigenaufkommen zu verzeichnen ist.⁶⁶

⁶⁵ Zur Vergleichbarkeit mit der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) wurde für die Recklinghäuser Zeitung ebenfalls wieder die Ausgabe aus Recklinghausen und nicht aus dem Verlagsort Marl herangezogen. Für die Münstersche Zeitung / Grevener Zeitung sowie das Tageblatt für den Kreis Steinfurt wurden die Ausgaben vom 12.11.2019 (also zwei Wochen später) betrachtet, da dies aus logistischen Gründen nicht anders zu realisieren war.

⁶⁶ Hier wurden als Stichtage ein Mittwoch und Donnerstag im November gewählt.

Der redaktionelle Anteil liegt zwischen 19,5 und 34,7 Seiten und umfasst durchschnittlich 26 Seiten, was in etwa vergleichbar zu den Werten aus dem Jahr 2016 ist und nur einen geringen, statistisch kaum interpretierbaren, Rückgang beschreibt (hier: 26,3 & 26,4 Seiten). Prozentual bedeutet dies für das Jahr 2019 einen Anteil von 86,1 % am gesamten Umfang der Tageszeitung. Es lässt sich somit ein prozentualer Rückgang der Anzeigen und ein prozentualer Anstieg des redaktionellen Teils verzeichnen. Und auch absolut betrachtet ist der redaktionelle Anteil durch die geringere Anzeigenbelegung nicht gravierend zurückgegangen.

Betrachtet man den überregionalen und den Lokalteil separat, zeigt sich, dass der überregionale Teil im Durchschnitt knapp 3 Seiten mehr umfasst. Einem Umfang von durchschnittlich 14,4 Seiten überregionalem Teil stehen 11,6 Seiten Lokalteil gegenüber.⁶⁷ Am Gesamtumfang der Zeitung macht der überregionale Teil somit durchschnittlich 47,7 % aus, der Lokalteil 38,4 % und Anzeigen 13,9 %.

Betrachtet man das Verhältnis des überregionalen Teils und des Lokalteils auch im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2016 zueinander, lässt sich feststellen, dass es zu einer leichten Verschiebung gekommen ist: Während der überregionale Teil in etwa eine Seite an Inhalt eingebüßt hat (15,4 zu 14,4 Seiten), ist die Berichterstattung im Lokalteil (11 zu 11,6 Seiten) leicht angestiegen.

Tab. 33.1 Durchschnittliche Umfänge von lokalen/regionalen Abo-Zeitungen in Seiten

	29.10.2019	24.11.2016	23.11.2016
Umfang gesamt	30,2	32,9	31,8
in %	100	100	100
Anzeigen gesamt	4,2	6,6	5,5
in %	13,9	20,0	17,1
Redaktion gesamt	26,0	26,3	26,4
in %	86,1	80,0	83,0
Hauptteil	14,4	15,0	15,8
in %	47,7	45,6	49,6
Lokalteil	11,6	11,3	10,6
in %	38,4	34,4	33,3

Quelle: aserto (2019b)

34. In welcher Form werden in Verlagen und Redaktionen Benchmarking-Systeme zur Messung redaktioneller Leistung eingesetzt?

Die Debatte um Qualität von journalistischen Produkten wird in der Journalismusforschung bereits lange geführt. Neuer hingegen ist die Frage nach der Qualität von Organisationen, Strukturen und Arbeitsabläufen. Zentrale Hinweise dazu liefert Wyss (2016), der allerdings auch darauf verweist, dass systematisches Qualitätsmanagement in Redaktionen eher die Ausnahme als die Regel sein dürfte. Das deckt sich mit den Hinweisen aus unserer Befragung der Verlage in Nordrhein-Westfalen (aserto, 2019a):

⁶⁷ Die Anzeigen wurden in dieser Erhebung separat ausgewiesen und nicht mit dem überregionalen oder lokalen Teil verrechnet, sodass sich hier die tatsächlichen Werte der beiden Teile für den redaktionellen Umfang gegenüberstellen.

Der Einsatz von Benchmarking-Systemen variiert innerhalb der Verlage und Redaktionen in Nordrhein-Westfalen (aserto, 2019a). Während einige der Verlage ganz auf Methoden zur Messung redaktioneller Leistung verzichten, nutzen andere gleich mehrere. Von den Verlagen namentlich genannt werden die Systeme/Möglichkeiten Linkpulse, Google Analytics, Lesewert, Adobe Analytics, Snowplow Analytics, MWM und Engaged Readers. Außerdem wird auf die Möglichkeiten weiterer quantitativer Messungen und qualitativer Marktforschung sowie Leserbefragungen verwiesen.

Drei erwähnte Systeme, die in diesem Kontext von den Verlagen genannt wurden (Linkpulse, Google Analytics und Snowplow Analytics; aserto, 2019a), werden im Folgenden exemplarisch kurz skizziert – jedoch nicht klassifiziert oder bewertet. Je nach Verwendungszweck muss stets ein geeignetes Tool gesucht werden:

Linkpulse: „Linkpulse ermöglicht präzise Content-Analyse von News-Webseiten in Echtzeit mit Fokus auf Traffic- und Frontpage-Optimierung“ (plista.com, o. D.). Gegründet im Jahr 2012 fokussiert sich Linkpulse auf Skandinavien und die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz), bietet Real-Time-Analytics und wird inzwischen von über 120 Publishern in Europa genutzt (ebd.).

Google Analytics: „Mit Google Analytics können Sie die Daten Ihres Unternehmens mit kostenlosen Tools an einem Ort analysieren und so mehr über Ihre Kunden erfahren“ (Google Marketing Plattform, o. D.). Google Analytics bietet Einblicke in die Verwendung der Websites und Apps durch Nutzerinnen und Nutzer und wird in zwei verschiedenen Varianten angeboten – je nach Unternehmensgröße und Verwendungszweck (Google Marketing Plattform, o. D.).

Snowplow Analytics: „For companies who demand high-quality, real-time event data, delivered by a cloud-native data pipeline they fully control.“ (snowplowanalytics.com, o. D.). Snowplow richtet sich mit seiner Technologie an Unternehmen, die ihre Daten auf allen Kanälen in Echtzeit verwalten möchten und ist je nach Größe und Verwendungszweck skalierbar (ebd.).

35. Welche Rolle spielen Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter bei nordrhein-westfälischen Verlagen im Print- und Onlinebereich?

„Bürgerreporter sind Menschen wie Du und ich, die mit Digitalkamera oder Handy Fotos machen. Oft bevor die professionellen Medienvertreter vor Ort sind, sie haben oft recht gute Ideen und setzen sie um“ (Wirbitzky, 2017). Es zeigt sich, dass neben den professionellen Akteuren vermehrt neue Kommunikatorinnen und Kommunikatoren in den lokalen Raum treten und sich auch neue lokale Kommunikationsformen etablieren (vgl. auch Frage 68). Das Ziel dieser privaten Akteurinnen und Akteure ist ein ähnliches wie das der professionellen: Sie wollen informieren und unterhalten, ihre eigene Meinung verbunden mit Zielen und Gefühlen veröffentlichen, um soziale Anerkennung und Impression Management zu betreiben (vgl. Fröhlich et al.; Kopp & Schönhagen, zitiert nach Möhring, 2015). Dies gilt gleichermaßen für Bürgerreporter und Bürgerreporterinnen, Leserbrief-Schreiber und -Schreiberinnen und auch Akteurinnen und Akteure, die sich auf Blogs äußern (vgl. Möhring, 2015).

Schon im Jahr 2010 hat die WAZ-Gruppe verkündet, künftig im Bereich ihrer Anzeigenblätter vor allem online auf lokalkompass.de auf Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter zu setzen (Voregger, 2010): „Gerade der Lokaljournalismus steht vor der Herausforderung, Tradition und Innovation, Professionalität und Bürgerpartizipation miteinander in Beziehung zu setzen und zu verbinden“ (Möhring, 2013). Bereits im Jahr 2015 waren auf dem zum Funke-Kosmos gehörenden Angebot mehr als 70.000 *BürgerReporter* registriert, verfassten Beiträge und tauschten sich untereinander sowie mit den professionellen Redakteurinnen und Redakteuren

der Anzeigenblätter aus (www-anzeigenblaetter.de, o. D.). Im Jahr 2018 wurde der 100.000 *BürgerReporter* in acht Jahren gezählt (funkemediasalesnrw.de, 2018), womit lokalkompass.de als nordrhein-westfälisches Angebot die größte *BürgerReporter*-Community in Deutschland darstellt (funkemediennrw.de, o. D.). Auf lokalkompass.de werden Bürgerreporterinnen und -reporter des Monats präsentiert, was den Stellenwert erneut unterstreicht (vgl. u. a. Schaffeld, 2019).

Auch [regiotv Rhein Erft](http://regiotv.rhein-erft.de) setzt auf Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter und wirbt um Personen, die Interesse haben, Inhalte mitzugestalten, Reportagen einzureichen oder Ereignisse mit der Kamera einzufangen ([regiotv.nrw](http://regiotv.nrw.de), o. D.).

Darüber, wie die Einbindung von Bürgerreporterinnen und -reportern in den Verlagen in Nordrhein-Westfalen gestaltet ist, gibt es keine systematischen Erhebungen. Der Selbstauskunft der Verlage zufolge sind Bürgerreporter und Bürgerreporterinnen jedoch bisher kaum involviert. Lediglich einer der befragten Verlage gab an, Bürgerreporter und Bürgerreporterinnen einzubinden, indem deren Fotos Verwendung finden (aserto, 2019a). Verlage in Nordrhein-Westfalen setzen vermehrt auf andere Optionen zur Leserbindung (vgl. Frage 38).

IV. Maßnahmen zur Leser-Blatt-Bindung

36. Welche Rolle spielen Tageszeitungen in den verschiedenen Schulformen?

Mit Blick auf die Lehrpläne in Nordrhein-Westfalen zeigt sich, dass eine Beschäftigung mit Tageszeitungen nicht erst in der Sekundarstufe I beginnt. In dieser Phase ist die Auseinandersetzung mit Zeitungen in allen Schulformen vorgesehen, die Ausmaße variieren jedoch.

Der zurzeit in der Überarbeitung befindliche Lehrplan für die Grundschule sieht eine Beschäftigung mit Zeitungen zum Abschluss der vierten Klasse vor: „Die Schülerinnen und Schüler nutzen Angebote in Zeitungen und Zeitschriften, in Hörfunk und Fernsehen, auf Ton- und Bildträgern sowie im Internet und wählen sie begründet aus.“ (Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen, 2008).

Explizit wird die Beschäftigung mit Zeitungen in der Hauptschule in drei Unterrichtsfächern aufgegriffen: Gesellschaftslehre (Erdkunde, Geschichte/Politik), Arbeitslehre (Hauswirtschaft, Technik, Wirtschaft) und Deutsch. In den ebenfalls zurzeit in der Überarbeitung befindlichen Kernlehrplänen Politik (Realschule) und Gesellschaftslehre (Gesamtschule) finden sich explizite Inhaltsfelder, die die „Betrachtung der Medien als Informations- und Kommunikationsmittel, wobei auch deren Wirkungen auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in den Blick genommen werden“ vorsehen. U.a. der Kernlehrplan Wirtschaft-Politik für die Sekundarstufe I am Gymnasium hat zum Ziel, „ein grundlegendes Verständnis der Vielfalt von Medien und deren Auswirkungen zunehmender Digitalisierung im Alltag sowie eine kritische Auseinandersetzung mit Medienangeboten“ (vgl. schulentwicklung.nrw.de, o. D. a).

Zeitungen (digital und als Printmedien) gehören in ihren verschiedenen Ausformungen zu den Sachtexten und Medien und sind somit in diesem Zusammenhang Bestandteil der Kernlehrpläne aller Schulformen. Sie sind beispielsweise durch die in den Kernlehrplänen für das Fach Deutsch für die Schulformen Gesamtschule und Realschule beschriebenen Aufgaben festgelegt:

„Es ist eine wichtige Aufgabe des Deutschunterrichts, den Schülerinnen und Schülern den Zugang zur Welt der Sach- und Gebrauchstexte, der Medien und der Literatur zu eröffnen. Texte zu verstehen, ihnen Informationen zu entnehmen, die Wirkungsweisen von Medien zu kennen und einzuschätzen, d. h. Lesekompetenz zu entwickeln, ist für die Fortsetzung der Schullaufbahn oder für eine berufliche Ausbildung von großer Bedeutung.“

In der Hauptschule wird die Aufgabe ähnlich gefasst: „Er [Der Deutschunterricht] hat besonders die Entwicklung von Kompetenzen in den Bereichen Sprechen, Schreiben, Lesen und Zuhören zum Ziel, um über die Auseinandersetzung mit Sprache, Texten, Kommunikation und Medien zur eigenverantwortlichen Bewältigung der Anforderungen von Ausbildung, Arbeitswelt und gesellschaftlichem Alltag zu befähigen.“

Der neue Kernlehrplan Deutsch für die Sekundarstufe I am Gymnasium weist als übergreifende fachliche Kompetenz die „rezeptive und produktive Text- und Gesprächskompetenz“ aus, die „ein Bewusstsein für die persönliche und gesellschaftliche Bedeutung von Sprache, Texten, Kommunikation und Medien (...) als Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe“ schafft. Ziel des Faches Deutsch ist ferner u.a. die „Entwicklung eines kritisch-reflektierten Umgangs mit Informationsdarbietung und Wirklichkeitsvermittlung durch Medien“.

(Die Kernlehrpläne Deutsch für die o.g. Schulformen sind abrufbar über die Seiten des Lehrplannavigators: <https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/>)

In den weiterführenden Schulformen des Landes NRW werden im Fach Deutsch in den jeweiligen Kernlehrplänen ab dem 5. Jahrgang immer wieder Kompetenzen hinsichtlich Kommunikation, Rezeption, Reflexion und Produktion anhand von Zeitungen und Zeitschriften erworben. Der Unterschied zwischen den einzelnen Schulformen besteht in dem jeweiligen Anforderungsniveau, welches den Kompetenzbegriff ausschärft. Zeitschriften und Zeitungen werden in diesem Rahmen sowohl als Printmedien wie auch online genutzt.

Über alle Schulformen hinweg werden Zeitschriften und Zeitungen schwerpunktmäßig in der Mittelstufe im Unterricht thematisiert. Hierbei geht es im Wesentlichen um Recherche – Gewinnung von Informationen, Textverständnis, Adressatenbezug, Intentionen erkennen (Sprachverwendung, Sprachwirkung, Aufbau etc.), Argumentation erkennen und verstehen, eigene Argumente entwickeln und darstellen, Strukturen erkennen und anwenden, Texte schreiben.

In der Sekundarstufe II des Gymnasiums und der Gesamtschule steht als Kompetenz die Analyse von Zeitungstexten (digital und als Printmedien) im Vordergrund. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der nachvollziehbaren Darstellung der zentralen Aussagen eines Textes in der Verknüpfung von beschreibenden und deutenden Elementen unter Einbezug von Fachwissen.

Auch in den Pflichtfächern Wirtschaft-Politik, Politik und Gesellschaftslehre sowie in den Wahlpflichtfächern – beispielsweise Sozialwissenschaften – in der Sekundarstufe I der allgemeinbildenden Schulformen und im Fach Sozialwissenschaften in der Sekundarstufe II an Gymnasien und Gesamtschulen greifen Lehrkräfte regelmäßig auf Tageszeitungen, insbesondere auf aktuelle Artikel und Kommentare, zurück, um dem fachdidaktischen Gebot bzw. Prinzip der Aktualität gerecht zu werden und die in den Kernlehrplänen postulierten Kompetenzerwartungen exemplarisch anhand von aktuellen Themen bzw. Gegenständen im Unterricht zu realisieren.

Angesichts der fachdidaktischen Prinzipien der Multiperspektivität und der Kontroversität stellt der Zeitungskommentar eine für den Unterricht unverzichtbare Textform dar, denn neben eigenen Kommentaren bieten Tageszeitungen verschiedenen Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft eine Plattform, um ihr Meinung zu aktuell diskutierten Themen darzulegen. Im Unterricht sollte sich dann gemäß dem Beutelsbacher Konsens die Meinungspluralität widerspiegeln, um die Schülerinnen und Schüler in ihrer Meinungsbildung nicht zu „überwältigen“, sondern sie orientiert an dem Ziel der Mündigkeit zu einer eigenen Positionierung/zum eigenen politischen Urteil zu befähigen.

Über das Einbinden von Tageszeitungen in den Unterricht, ob in gedruckter oder digitaler Form, erlernen die Schülerinnen und Schüler die in den Kernlehrplänen verankerten Kompetenzen zum kritischen Umgang mit Medien sowie zur Beurteilung von Chancen und Gefahren der Digitalisierung.

In den Bildungsgängen des Berufskollegs erwerben Schülerinnen und Schüler Kompetenzen in der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Textformen, darunter auch Artikel aus Tageszeitungen und Zeitschriften (digital oder als Printmedien). Je nach Ziel des Bildungsganges erfolgt der Kompetenzerwerb auf unterschiedlichen Anforderungsniveaus.

Bei der Arbeit mit Texten stehen in allen Bildungsgängen neben dem Erkennen und Verstehen der textartspezifischen Besonderheiten immer auch das Gewinnen von Informationen und die kritische Beurteilung der Intention der Autorin/des Autors im Fokus des Kompetenzerwerbs (siehe zum Beispiel für die Berufsfachschule, Anlage B APO-BK, Fachbereich Ernährungs- und Versorgungsmanagement, Bildungsplan Deutsch/Kommunikation, Anforderungssituation 4, Zielformulierung 4, S.30 - http://www.berufsbildung.nrw.de/cms/upload/_lehrplaene/b/ernaehrung_vm/bfs_B_ern-vm_deutsch.pdf und Berufliches Gymnasium, Anlage D APO-BK, Fachbereich Technik, Bildungsplan Deutsch Grundkurs, S. 8 - http://www.berufsbildung.nrw.de/cms/upload/_lehrplaene/d/technik/teil3/lp_deutsch_grundkurs.pdf).

Zusammenfassend lässt sich für die Bildungsgänge des Berufskollegs feststellen, dass die Bildungspläne die kritisch-reflektierte Nutzung von Medien befördern. Der Einsatz von Tageszeitungen ist in unterschiedlichen Kontexten und Anforderungsniveaus an verschiedenen Stellen der Curricula verankert.

Viele Lehrkräfte nutzen kostenlose Angebote der Tages- oder Wochenzeitungen für den Einsatz im Unterricht an Schulen (z. B. „Handelsblatt macht Schule“, „Zeit für die Schule“ oder FazSchule). Daneben gibt es unterschiedliche Projekte und Initiativen, die Lehrkräfte bei der Arbeit unterstützen (Übersicht der Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalismus/151155/zeitung-in-der-schule?p=all>). Es obliegt der Fachlehrkraft, das Angebot zu prüfen und Lehrplankonform in den Unterricht einzubinden.

Tabelle 36.1 gibt einen Überblick über die verschiedenen Projekte, die Verlage für diesen Zweck entwickelt haben. Gemeinsam haben die meisten Projekte, dass sie bestimmte Klassenstufen ansprechen, mehrere Wochen dauern und Schülerinnen und Schüler selbst Artikel schreiben können, die auch veröffentlicht werden. In den meisten Fällen werden zusätzliche Lehrmaterialien geliefert. In manchen Fällen erhalten die Projekte außerdem redaktionelle Betreuung.

Tab. 36.1 Zeitungsschulprojekte

Zeitung	Projekt-Name	Konzept
Aachener Nachrichten / Aachener Zeitung	Texthelden	3.-10. Schuljahr: Lehrmaterial, 4 Wochen (für Grundschulen) bis 6 Wochen (für weiterführende Schulen) kostenlose Zeitungen, Artikel der Schülerinnen und Schüler werden online veröffentlicht
Rheinische Post / Westdeutsche Zeitung		
Bocholter-Borkener Volksblatt	Blattlaus	
General-Anzeiger (Bonn)	KLASSE!	
Glocke, Die	Zeitung in der Grundschule (Zisch)	
Kölner Stadt-Anzeiger	Zeitung in der Schule (ZISCH)	3.-12. Schuljahr: Lehrmaterial, 1 Jahr kostenlose Zeitungen (8-20 Exemplare pro Klasse), Artikel der Schülerinnen und Schüler werden online veröffentlicht
Kölnische Rundschau		
Neue Westfälische	KLASSE!	
Allgemeine Zeitung (Coesfeld)		
Mindener Tageblatt		3. und 4. Schuljahr, Lehrmaterialien, 4 Wochen kostenlose Zeitung, Besuche von Redakteurinnen und Redakteuren, Besuche im Druckzentrum

Zeitung	Projekt-Name	Konzept
Der Patriot und Geseker Zeitung	Zeitung in der Grundschule (ZiGSch)	4. Schuljahr: Lehrmaterial, 4 Wochen kostenlose Zeitungen, Artikel von Schülerinnen und Schülern werden online und in Zeitung veröffentlicht
Rhein-Zeitung	RZ-Klasse	2 oder 4 Wochen kostenlose Zeitung plus E-Paper
Ruhr Nachrichten	Schulticker	3.-11. Schuljahr: Lehrmaterial, 1 Jahr kostenlose Zeitungen (3 Exemplare pro Klasse plus Klassensatz für max. 8 Wochen), Newsletter, Artikel von Schülerinnen und Schülern werden online und in Zeitung veröffentlicht
Siegener Zeitung	Zeitung in der Grundschule (ZiGSch)	
Solinger Tageblatt	ZiSch	
	MiniZiSch	
Remscheider General-Anzeiger	Zeitungstreff	8.-10. Schuljahr: Lehrmaterial, Artikel von Schülerinnen und Schülern werden veröffentlicht, redaktionelle Betreuung
Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfälische Rundschau, Westfalenpost, Neue Ruhr / Rhein Zeitung, Iserlohner Kreisanzeiger	MediaCampus	
Westfälische Nachrichten	KLASSE!	

Quelle: Projektseiten der Zeitungstitel. Bei den grau hinterlegten Feldern konnten die Projektdetails nicht überprüft werden und wurden deswegen aus der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) übernommen.

37. Mit welchen Initiativen versuchen Tages- und Wochenzeitungen Jugendliche innerhalb und außerhalb der Schule für die Zeitungslektüre zu gewinnen?

Neben den Projekten, die in der Antwort auf Frage 36 beschrieben wurden, versuchen Tages- und Wochenzeitungen mit den folgenden Initiativen Jugendliche für die Zeitungslektüre zu gewinnen. Zu nennen sind hier journalistische Online-Angebote für Kinder und Jugendliche (Tab. 37.1), Kinder- und Jugendseiten in den regulären Ausgaben (Tab. 37.2 & 37.3) sowie komplette Kinderzeitungen (Tab. 37.4).

Tab. 37.1 journalistische Online-Angebote für Kinder und Jugendliche

Zeitung	Online-Angebot
Aachener Nachrichten/Zeitung	aachener-zeitung.de/dossier/wir-hier
Kölner Stadt-Anzeiger	duda.news/
Lüdenscheider Nachrichten	come-on.de/yourzz/
Neue Rhein / Neue Ruhr Zeitung	nrz.de/kids/
Recklinghäuser Zeitung	pandaundogi.de
	medienhaus-bauer.de/scenario.php
Rheinische Post	rp-online.de/kruschel/
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	waz.de/kids/
Westfälische Rundschau	wr.de/kids/
Westfalen-Blatt	baeren-blatt.de
Westfalenpost	wp.de/kids/
Funke Gruppe NRW	https://funky.de/
Handelsblatt	https://orange.handelsblatt.com/

Quellen: bdzv.de (o. D. a); bdzv.de (o. D. b)

Nur wenige Zeitungen betreiben eigene Internetseiten, auf denen sie journalistische Inhalte gezielt für Kinder und Jugendliche veröffentlichen. Die noch im letzten Bericht genannte Internetseite der Lüdenscheider Nachrichten, des Soester Anzeigers und des Westfälischen Anzeigers „come-on.de/yourzz/“ scheint nicht mehr weiterbetrieben zu werden. Auf der Internetseite „rga-online.de/xray“ ist ebenfalls kein neuer Inhalt mehr zu finden. Lediglich auf der Facebook-Seite „xray“ des Remscheider General-Anzeigers wurde noch bis Ende 2018 regelmäßig etwas gepostet. Neu hinzugekommen seit dem letzten Bericht sind die Seite <https://funky.de/> der Funke Gruppe und die Seite <https://orange.handelsblatt.com/> vom Handelsblatt. Die Funke Gruppe betreibt im Rahmen dieser Internetseite eine Jugendredaktion, die für die Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Neue Rhein/Ruhr Zeitung, Westfalenpost und Westfälische Rundschau einzelne Varianten erstellt, welche sich kaum voneinander unterscheiden.

Kinder- und Jugendseiten sind entweder Eigenproduktionen der Redaktionen oder kommen von der Mantelzeitung. Die meisten Zeitungen publizieren ihre Kinder- bzw. Jugendseiten wöchentlich, einige wenige täglich oder monatlich.

Tab. 37.2 Kinderseiten

Titel	Kinderseite	Bemerkung
Aachener Zeitung	Karlo clever	Eigenprodukt; Halbseite
Aachener Nachrichten	Karlo clever	Übern. von Aachener Zeitung
Allgemeine Zeitung	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
Bocholter-Borkener Volksblatt	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
Dülmener Zeitung	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
General-Anzeiger Bonn	NEUES VON GARY	
Ibbenbürener Volkszeitung	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
Münsterländische Volkszeitung / Emsdettener Volkszeitung	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
Münstersche Zeitung	Zeitung für Kinder, die mitreden wollen	
Neue Ruhr / Rhein Zeitung	Kunt's Klartext	
Neue Westfälische	Kinder / TV-Programm	
Recklinghäuser Zeitung	Panda & Ogi	
Rheinische Post	Kruschel	
Ruhr Nachrichten (auch: Dorstener Zeitung, Halterner Zeitung, Münsterland Zeitung)	Zeitung für Kinder, die mitreden wollen	
Tageblatt für den Kr. Steinfurt	yango kids	von Westfälischen Nachrichten
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	DEINE SEITE	
Westfalenpost	KINDERPOST	
Westfälische Nachrichten und Zeitungsgruppe	yango kids	Eigenprodukt
Westfälische Rundschau	Kinder Kinder	

Quellen: bdzv.de (o. D. a); aserto (2019b)

Tab. 37.3 Jugendseiten

Titel	Jugendseite	Bemerkung
Aachener Zeitung	wir hier!	Eigenprodukt
Aachener Nachrichten	wir hier!	Übern. von Aachener Zeitung
Allgemeine Zeitung	Junge Szene	
Lüdenscheider Nachrichten / Mindener Tageblatt	Szene	
Mindener Tageblatt	MT CLEVER	
Recklinghäuser Zeitung	Scenario4u	Eigenprodukt
Westfälische Rundschau	MediaCampus	
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	MediaCampus	

Quellen: bdzv.de (o. D. b); aserto (2019b)

Viele der in der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) genannten Kinder- und Jugendseiten sind inzwischen nicht mehr auffindbar. Weder beim BDZV noch durch eigene Internetrecherche konnten die Kinderseiten der Borkener Zeitung, des General-Anzeigers, der Lippischen Landes-Zeitung und des Haller Kreisblatts wiedergefunden werden. Alle weiteren damals genannten Kinderseiten finden sich zwar beim BDZV (manchmal mit anderem Namen), bei der weitergehenden Recherche konnten jedoch keine entsprechenden Kinderseiten gefunden werden. Wahrscheinlich sind die im Verzeichnis des BDZVs aufgelisteten Kinderseiten teilweise veraltet oder eingestellt.

Für die Jugendseiten scheint die aktuelle Lage ähnlich zu sein. Obwohl der BDZV noch mehr Jugendseiten aufzählt, werden diese hier nicht mit aufgeführt, da deren Existenz nicht validiert werden konnte.

Tab. 37.4 Kinderzeitungen

Verlag/Zeitung	Name der Zeitung	Beschreibung
Neue Westfälische	nw-Kinderzeitung	Erscheint monatlich. Für Abonnentinnen und Abonnenten der Tageszeitung 0,90 €. Nicht-Abonnentinnen und -Abonnenten zahlen 1,60 €.
DuMont	Duda – Deine Zeitung	Erscheint wöchentlich. Zielgruppe sind Kinder zwischen 8 und 12 Jahren. Der Einzelpreis beträgt 1,49 €, im Abonnement sind es 7,90 € monatlich.

Verlag/Zeitung	Name der Zeitung	Beschreibung
Funke Medien	Deine WA	Darunter fallen auch die von der Funke Medien Gruppe verlegten Titel <i>Deine WA</i> , <i>Deine WP</i> , <i>Deine WR</i> , <i>Deine NRZ</i> und <i>Dein IKZ</i> . Die Inhalte sind identisch. Sie erscheinen monatlich. Zielgruppe sind Kinder zwischen 8 und 13 Jahren. Das Jahresabonnement kostet 22,80 €.
Rheinische Post	Kruschel Post Düsseldorf für Kinder!	Erscheint wöchentlich. Zielgruppe sind Kinder zwischen 6 und 12 Jahren. Für Abonnenten beträgt der Preis 7,90 € monatlich. Die Mediengruppe <i>Rheinische Post</i> verlegt jährlich die Zeitschrift <i>Düsseldorf für Kinder</i> .
Handelsblatt	Handelsblatt newcomer	Erscheint alle zwei Monate. Thematisiert Wirtschaft, Unternehmen und Finanzen für Jugendliche. Schülerinnen und Schüler können selbst Artikel veröffentlichen. Auch für Unterricht gedacht. Kostenlos.

Quellen: Internetseiten der Verlage bzw. Zeitungen

Bundesweit sind die Auflagen für Kinder-Abo-Zeitungen von 2018 zu 2019 um 5 % gestiegen. Die Auflagestärke beträgt dabei durchschnittlich 2 % der jeweiligen Tageszeitung (bdzv.de, 2019). Zahlen für Nordrhein-Westfalen sind nicht verfügbar.

38. Welche verschiedenen Modelle zur Bindung ihrer Leserschaft verfolgen die Verlage bzw. Zeitungen nach Zielgruppen differenziert, und gibt es hierbei Veränderungen zu den Vorjahren?

In der Antwort der Landeregierung auf die Große Anfrage 22 von 2017 heißt es: „Unter Leser-Bindung oder Leser-Blatt-Bindung wird der Grad der Verbundenheit bzw. Zufriedenheit mit einer gedruckten Publikation verstanden. Um eine enge Subjekt-Objekt-Beziehung zwischen Leserinnen/Lesern und Zeitungen zu erreichen, setzen die Verlage eine Reihe von Marketingmitteln ein. Diese reichen vom redaktionellen Marketing über Kundenbindungsprogramme bis hin zu speziellen Angeboten zur Leserverförderung an Schulen. Immer wichtiger werden in diesem Zusammenhang außerdem Online- und Social-Media-Angebote von Zeitungsverlagen“ (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 93).

Die Methoden, mit denen Verlage versuchen, erfolgreiche Bindungen zwischen Leserinnen und Lesern und ihren Zeitungen aufzubauen, haben sich seit 2016 kaum verändert. Tendenziell fokussieren sich immer mehr Marktteilnehmer auf digitale Möglichkeiten (z. B. Social Media). Altbewährte Methoden (z. B. Rabattkarten) werden deswegen aber nicht zwangsläufig eingestellt.

Die verwendeten Methoden lassen sich grob unter den folgenden Kategorien zusammenfassen: Redaktionelles Marketing, Kundenbindungsprogramme, Leserverförderung an Schulen (siehe Frage 36) sowie Online- und Social-Media-Angebote.

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

Kundenbindungsprogramme sind sehr vielfältig. Darunter zu verstehen sind unter anderem: Ermäßigungen mit Blick auf Bezugspreise für junge Zielgruppen (siehe zu Maßnahmen für jüngere Zielgruppen ausführlich Frage 36 und 37), Vergünstigungen für Veranstaltungen oder Produkte für Abonnenten, exklusive Angebote zu verlagseigenen Produkten, Leser-Prämien für das Vermitteln neuer Abonnentinnen und Abonnenten, Entschuldigungsgeschenke bei zu spät ausgelieferter Zeitung, Veranstaltungen von Events, Leserreisen sowie soziales Engagement.

Online- und Social-Media-Angebote dienen vor dem Hintergrund der Leser-Blatt-Bindung vor allem der Interaktion mit der Leserschaft und sind inzwischen bei vielen Verlagen Standard (dazu ausführlich siehe Frage 41 und die dort ausgeführten Multi-Channel-Strategien der Zeitungen).

Folgende Kundenbindungsprogramme, die in der Beantwortung der Großen Anfrage 22 im Jahr 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) erwähnt wurden, bestehen nach wie vor:

- Abonnentinnen und Abonnenten von Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnischer Rundschau, EXPRESS und Duda erhalten weiterhin fünf Euro Rabatt auf die RheinlandCard. Ab Oktober 2019 bekommen auch Inhaberinnen und Inhaber der Solinger Tageblatt-Karte fünf Euro Rabatt (rheinlandcard.shop, o. D.) .
- AboPlus-Programm der Aachener Nachrichten bietet Vorteilsangebote für Veranstaltungen und Reisen, berechtigt zur Teilnahme an Gewinnspielen und Leserreisen und Exkursionen (service.zeitungsverlag-aachen.de, o. D.).
- Westfälische Nachrichten: Bieten Ratenzahlung für Tablet in Verbindung mit Aboabschluss an (abo.wn.de, o. D.). Bieten einige Leservorteile, hauptsächlich Ticketrabattierungen an (wn.de, o. D.).
- Solinger Tageblatt veranstaltet Events, z. B. Vorlesungen an der Universität (solinger-tageblatt.de, 2019).
- Bei den Ruhr Nachrichten (Dortmund) können Leserinnen und Leser über selbst durchgeführte Veranstaltungen schreiben. An die Redaktion geschickte Bilder und Infos werden regelmäßig veröffentlicht (drehscheibe.org, o. D.).

Die Adressierung jüngerer Leserschichten erfolgt über Schulprojekte (siehe Frage 36) und über Kinder- und Jugendprojekte (Frage 37). Social-Media-Aktivitäten sind nicht mehr unmittelbar jüngeren Zielgruppen zuzuordnen, da z. B. bei den über 50-Jährigen facebook inzwischen der beliebteste Social-Media-Kanal ist. Die Initiative junge Leser (jule) ist nach wie vor aktiv. Hier tauschen sich Verlage über ihre Erfahrungen mit Aktivitäten für junge Leserinnen und Leser aus (bundesweit; facebook.com, o. D. a).

Nach wie vor vergeben wird der 2008 ins Leben gerufene Ferag Leser-Blatt-Bindungs-Preis, der Projekte von Zeitungstiteln mit einer Auflage von bis zu 125.000 Exemplaren prämiiert (siehe dazu auch Tab. 40.1).

Exemplarisch erwähnt sei außerdem das „Projekt Bochum“ (ProBO) der WAZ, die im Sommer 2017 ein zweijähriges Zukunftsprojekt initiiert hat, um die Zeitung noch stärker an den Bedürfnissen der Leserinnen und Lesern auszurichten (waz.de, 2018). Im Rahmen des Projekts haben sich eigene Formate entwickelt (WAZ-Familie, „Mehr als Kohle“ „70 Jahre WAZ – 70 Jahre Bochum“), von denen letzteres im Jahr 2018 vom Journalismuslab NRW in der Kategorie „Innovatives Format im Lokalen“ ausgezeichnet wurde (vgl. Frage 68).

Im Rahmen der zur Beantwortung dieser Großen Anfrage durchgeführten Befragung der nordrhein-westfälischen Verlage (aserto, 2019a) wurden folgende Aspekte genannt, die sich bis auf Angebote für Schülerinnen und Schüler nicht abschließend gruppieren lassen, sich aber (auch aufgrund der Leserschaftsstrukturen) eher an Erwachsene und/oder ältere Leserinnen und Leser richten:

- Leser-Beiräte
- Leser-Foren zu diversen politischen und gesellschaftlichen Themen (z. B. Wahlen, kontrovers diskutierte Großprojekte)
- Beratungsaktionen zu Servicethemen (z. B. Rente, Gesundheit)
- organisierter Dialog im Blatt
- Ausflugsprogramme für Leserinnen und Leser, Leserreisen
- Treueprämien (Geburtstagspostkarte an Leserinnen und Leser, Blumenstrauß für langjährige Leserinnen und Leser), Gewinnspiele
- Uni-Vorträge
- soziales Engagement des Verlags (eigene Hilfswerke, Weihnachtsaktionen)
- Verlagsführungen
- verlagseigene Bühne für lokale Veranstalter
- Mediensponsoring im Kulturbereich vor Ort

39. *Wie beurteilt die Landesregierung deren Wirksamkeit?*

Die empirischen Erkenntnisse zur Wirksamkeit von Leser-Blatt-Bindungen deuten darauf hin, dass sich besonders eine hohe Qualität der Zeitung selbst positiv auf die Loyalität der Leser auswirkt: „Customer retention activities like subscription offers do not influence loyalty. However, if the readers were dissatisfied with the quality of the newspaper they would switch to another brand immediately“ (Gebhardt, Kramer, Pätzmann, 2018, S. 56). Befragte waren hier Leserinnen und Leser der Süddeutschen Zeitung (ebd.). Letztlich dürften die in Frage 38 (und auch 41) aufgeführten Maßnahmen und Kanäle immer nur einen Zusatznutzen für das Kernprodukt darstellen und sind damit als flankierende Maßnahmen zu betrachten. Ob sie den Leserstamm sichern bzw. Leserverluste verlangsamen, ist seriös nicht zu quantifizieren.

40. *Welche Modelle zur Bindung der Leserschaft sind der Landesregierung darüber hinaus aus anderen Bundesländern oder anderen Ländern bekannt, und liegen Erkenntnisse zu deren Wirksamkeit vor?*

Um neue, insbesondere junge Zielgruppen zu gewinnen, initiieren Verlage Projekte für die Schule (vgl. Frage 36), formulieren Initiativen, die speziell an Jugendliche und Kinder gerichtet sind (Kinder- und Jugendseiten, Kinderzeitungen etc., Frage 37) und arbeiten crossmedial, vor allem im Bereich Social Media (Fragen 41 und 78). Solche Maßnahmen existieren selbstverständlich nicht nur, wie hier dargelegt, in Nordrhein-Westfalen, sondern auch im sonstigen Bundesgebiet.

Darüber hinaus besteht seit dem Herbst 2010 *jule*, die Initiative Junge Leser. Sie ist zugleich Netzwerk und Wissensdatenbank zum Thema Kinder- und Jugendengagement der Zeitungen. Bis zum 30. November 2019 lief eine Umfrage zum Engagement der Zeitungen für junge Zielgruppen, deren Ergebnisse in diesem Kontext relevant sein werden (tbm-marketing.net, 2019).

Der Verband Deutscher Lokalzeitungen e. V. zeichnet (unterstützt durch die WRH Global Deutschland GmbH) Verlage seit 2008 (seit 2014 alle zwei Jahre) mit dem Ferag Leser-Blatt-Bindungs-Preis aus (journalistenpreise.de, o. D. a). Der Preis wird für die „innovativsten und effektivsten Aktionen, redaktionellen Beiträge und Strategien [vergeben], die helfen, Leser zu begeistern und an die Zeitung zu binden“ (journalistenpreise.de, o. D. a). Die Auflistung der Gewinner seit 2014 zeigt, dass immer Verlage aus Nordrhein-Westfalen dabei waren, jedoch auch Verlage über die Grenzen des Bundeslandes hinaus effektive und innovative Modelle installiert haben:

Tab. 40.1 Ferag Leser-Blatt-Bindungs-Preis

Jahr	Titel	Beitrag
2019	Cellesche Zeitung	Aktion „Celle blüht auf“
	Deister- und Weserzeitung	Serie „Nichts als die Wahrheit“
	Landeszeitung für die Lüneburger Heide	Extra-Ausgabe „Die Wundertüte“
	Landshuter Zeitung	Freistunde – Deine Zeitung in der Zeitung (Wochenzeitung)
	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	Projekt „WAZ-Familie“
2016	Braunschweiger Zeitung	Alarm 38 (Beschwerdeportal + App)
	Deister- und Weserzeitung	Der Wald (Multimedial-Serie + Veranstaltungen)
	Hersbrucker Zeitung	Franken-HZ – Zeitung auf Fränkisch am Tag der Franken (Dialekt-Ausgabe)
	Süderländer Tageblatt	Wir sind Plettenberg – Wir sind bunt (Fotoaktion)
	Trierischer Volksfreund	Respekt (Portraitserie + Gala)
2014	Deister- und Weserzeitung	1. Preis Redaktion: DeWeZet-test
	Nordbayerischer Kurier	2. Preis Redaktion: Sicher zur Schule
	Mühlhäuser Allgemeine	3. Preis Redaktion: Geschichten einer Straße
	Oberhessische Presse	1. Preis Integriertes Verlagsmarketing: Besser Esser
	Hanauer Anzeiger	2. Preis Integriertes Verlagsmarketing: Hanauer Fitmacher
	Pfälzischer Merkur	3. Preis Integriertes Verlagsmarketing: Betreten der Baustelle erwünscht
	Waldeckische Landeszeitung / Frankenberger Zeitung	1. Preis Veranstaltungen/Aktionen: WLZ-FZ suchen den Superverein

Jahr	Titel	Beitrag
	Mediengruppe Oberfranken	2. Preis Veranstaltungen/Aktionen: Franken suchen das Dorf der Dörfer
	Aachener Zeitung / Aachener Nachrichten	3. Preis Veranstaltungen/Aktionen: Die Foren

Quelle: journalistenpreise.de (o. D. b)

So zeigt sich, dass Verlage deutschlandweit durch verschiedene Initiativen versuchen, Leserinnen und Leser unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Interessen für sich zu gewinnen und an sich zu binden. Klassische Maßnahmen wie Abo-Prämien, Ausflüge und Führungen (s. Frage 38) werden ergänzt um innovative Formen wie Fotostrecken, Multimediaserien, App-Innovationen oder Sonderausgaben.

Zur Erkenntnis der Wirksamkeit sei an dieser Stelle auf Frage 39 verwiesen. Da die tabellarisch aufgeführten Initiativen aufgrund von Effizienz und Innovation vergeben werden, kann davon ausgegangen werden, dass diese auch wirksam waren – der Grad ist jedoch nicht messbar.

41. Welche Verlage verfügen über Kanäle und Konten bei Videoportalen, wie YouTube/Vimeo, und welche Auswirkungen hat dies auf die Leser-Blatt-Bindung?

Für eine Auflistung der Zeitungen, die YouTube-Kanäle betreiben, siehe Frage 78. Es liegen keine Informationen darüber vor, dass Zeitungen neben YouTube auf weiteren Videoportalen Inhalte hochladen.

Die redaktionelle Betreuung der YouTube-Kanäle der Zeitungen ist in einigen Fällen gering. Videos werden in diesen Fällen in nur unregelmäßigen Abständen hochgeladen. Die Abstände der Uploads betragen dabei häufig mehrere Wochen oder Monate (z. B. Remscheider General-Anzeiger, Zeitungsverlag Aachen, Münstersche Zeitung, Kölnische Rundschau, Westdeutsche Zeitung oder Medienhaus Bauer). Im Vergleich zu den regelmäßiger und häufiger hochladenden Zeitungen sind die Abonnentenzahlen dieser Zeitungen entsprechend klein. Abhängig von der Abonnentenzahl variieren auch die Video-Ansichten. Diese bewegen sich im Durchschnitt zwischen 100 und 3000. Beliebte Videos können aber durchaus auch sehr viel häufiger angeschaut werden.

Über die Auswirkungen des Angebots von Videos auf YouTube auf die Leser-Blatt-Bindung kann keine fundierte Aussage getroffen werden.

V. Lokale Vielfalt

42. Das Angebot an konkurrierenden Zeitungen mit lokaler Information in Nordrhein-Westfalen ist seit Jahren rückläufig. Es entstehen örtliche Monopolgebiete im Zeitungsmarkt. Wie hat sich die Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen seit 2016 verändert?

Bereits auf Grundlage des Medienkonzentrationsberichts 2016/17 der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen (LfM) ließ sich erkennen, dass die rasanten Konzentrationsvorgänge der Jahre zuvor, die bis 2015 zu einer markanten Ausdünnung der publizistischen Vielfalt auf lokalen Märkten in Nordrhein-Westfalen geführt hatten, sich in den

Folgejahren deutlich in ihrer Dynamik abgeschwächt haben (vgl. Formatt Institut, 2017, S. 12-21). Dem Bericht zufolge, der im April 2017 abgeschlossen wurde, sind die Anbieterstrukturen gegenüber dem im Medienkonzentrationsbericht 2015 ermittelten Status quo konstant geblieben und es ist nicht zu weiteren Marktaustritten oder Schließungen von Lokalredaktionen gekommen⁶⁸. Auch in der Folgezeit sind nur vereinzelte Veränderungen auf dem Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen bekannt geworden, die mit unmittelbaren Auswirkungen auf das Ausmaß an publizistischer Vielfalt im Lokalbereich einhergehen. Dazu zählen insbesondere:

- die Einstellung der Bonner Ausgabe der Boulevardzeitung „Express“ im Frühsommer 2017⁶⁹
- die Zusammenlegung der bis dato noch getrennt arbeitenden Lokalredaktionen der „Aachener Zeitung“ und der „Aachener Nachrichten“ in der Stadt Aachen im Sommer 2018 und die damit einhergehende Vereinheitlichung des Aachener Lokalteils in beiden Titeln⁷⁰
- die Einstellung der „Westfalenpost“-Lokalausgabe für Warstein und Rütten (Landkreis Soest) Anfang 2019.⁷¹

Auf der anderen Seite darf aber nicht übersehen werden, dass die lokale Vielfalt auf dem Zeitungsmarkt auch durch die gerade in Nordrhein-Westfalen sehr weit verbreiteten redaktionellen Kooperationen tangiert wird. In solche verlags- bzw. verlagsgruppenübergreifenden Kooperationen sind – in unterschiedlicher und höchst vielfältiger Weise und in unterschiedlicher Intensität – zunehmend auch Lokalredaktionen von Zeitungen einbezogen (nach wie vor mit Ausnahme der im Regierungsbezirk Detmold erscheinenden Titel), und sie wurden auch in den Jahren seit 2015/16 auf- oder weiter ausgebaut.⁷²

43. Wie groß ist aktuell die Zeitungsdichte in Nordrhein-Westfalen und den einzelnen Teilräumen im Vergleich zu den vorherigen Erhebungen?

Die enorme Komplexität der gerade in Nordrhein-Westfalen in sehr vielfältiger Weise und Tiefe praktizierten Kooperationsmodelle auch in der Lokalberichterstattung macht es zunehmend schwieriger, lokale Zeitungsvielfalt anhand empirisch gesicherter, belastbarer Kennziffern statistisch abzubilden, zumal es auch keine allgemein anerkannte Definition dafür gibt, ab wann genau die Lokalteile zweier unterschiedlicher Zeitungen als identisch bzw. inhaltsgleich

⁶⁸ Wie bereits in Frage 18 erwähnt, liefert der aktuelle Nachfolger des Medienkonzentrationsberichts, die Medienvielfaltsstudie 2018/2019 (Landesanstalt für Medien NRW, 2019), keine aktuelleren Daten zu Kooperationen und möglichen Veränderungen in der Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen.

⁶⁹ Auf die im Folgenden dokumentierten Werte für die Zeitungsdichte blieb diese Standortschließung allerdings ohne Auswirkungen: Da bei der Ermittlung der zuletzt in LT-Drs. 16/14296 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 103-111) aufgeführten Werte Straßenverkaufszeitungen (auch solche Titel mit lokaler Ausrichtung) grundsätzlich unberücksichtigt geblieben sind und an dieser Systematik zwecks Vergleichbarkeit auch für die aktuellen Zahlen festgehalten wurde, hat sich die Zeitungsdichte in der Stadt Bonn als Folge des Rückzugs des „Bonn Express“ nicht um den Faktor 1 verringert. Der Bonner „Express“ hatte laut der IVW-Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b) in der Stadt Bonn zuletzt noch eine Auflage von 3.600 Exemplaren; im direkt umliegenden Rhein-Sieg-Kreis waren es weitere 6.900 Exemplare.

⁷⁰ Übereinstimmende Lokalteile waren bereits lange zuvor bei den außerhalb der Stadt Aachen erscheinenden Ausgaben beider Titel üblich.

⁷¹ Von dieser Ausgabe wurden zuletzt noch rund 1.800 Exemplare verkauft.

⁷² Vgl. hierzu auch bereits die Ausführungen zu Frage 18.

zu betrachten und statistisch zu erfassen sind und wie hoch der erkennbare Anteil an Unterscheidbarkeit mindestens sein muss, um einen Lokalteil als eigenständig produziert zu werten.

Diese Problematik wird nicht zuletzt daran deutlich, dass im Medienkonzentrationsbericht 2016/17 der LfM (Formatt Institut, 2017) die im Vorgängerbericht 2015 referierten Werte für die Zeitungsdichte, die letztlich auch Eingang in die Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 gefunden haben, für einige Städte und Gemeinden (vor allem aus dem Regierungsbezirk Düsseldorf) wieder nach oben revidiert wurden. Wesentlicher Grund dafür ist, dass es insbesondere bei seinerzeit noch jungen Kooperationen in der Lokalberichterstattung anders als angekündigt bzw. angenommen nicht bzw. zunächst noch nicht zu einer vollständigen Übernahme von Lokalteilen gekommen ist (vgl. Formatt Institut, 2017, S. 27).

Auf der anderen Seite wird die zunehmende Unübersichtlichkeit lokalredaktioneller Kooperationsformen auch daran erkennbar, dass völlig vergleichbare Sachverhalte mitunter statistisch unterschiedlich erfasst werden. Am Beispiel der „Aachener Zeitung“ und „Aachener Nachrichten“ lässt sich dies verdeutlichen. Beide Titel erscheinen in allen außerhalb der Stadt Aachen publizierten Ausgaben mit jeweils identischem Lokalteil; für die Stadtausgabe Aachen erfolgte die Zusammenlegung erst Mitte vergangenen Jahres. Diese völlige Übereinstimmung der jeweiligen Lokalteile in den Regionen außerhalb Aachens besteht schon seit vielen Jahren – mindestens jedoch seit dem Jahr 2012, wie der Zeitungsforscher Walter J. Schütz in der bislang letzten durchgeführten Vollerhebung der deutschen Tagespresse mittels Stichtagssammlung nachgewiesen hat (vgl. Schütz & Stürzebecher, 2017, S. 174; 177). Während in der Städtereion Aachen (außer in der Stadt Aachen selbst) der Wert für die Zeitungsdichte im Medienkonzentrationsbericht 2015 entsprechend mit 1 ausgewiesen ist, wird er im Landkreis Düren hingegen mit 2 angegeben.

Wenn sich also in den nachfolgenden tabellarischen Übersichten mit den aktuell ermittelten Werten für die Zeitungsdichte insbesondere auf Ebene der Regierungsbezirke zum Teil deutliche Veränderungen gegenüber dem Jahr 2015 zeigen, dann bilden diese Veränderungen nur zum Teil tatsächliche Verschiebungen in den Angebotsstrukturen ab. Dass sich also etwa im Regierungsbezirk Düsseldorf die Zahl der Städte und Gemeinden mit nur einer örtlichen Zeitung gegenüber 2015 wieder verringert hat, liegt keineswegs daran, dass sich das lokale Zeitungsangebot durch neu auf den Markt getretene Wettbewerber erhöht hätte. Wesentlicher Grund ist vielmehr die zu rigorose Negierung der Eigenständigkeit und Unterscheidbarkeit von Lokalteilen im Rahmen der Erhebungen zum Medienkonzentrationsbericht 2015 der LfM (Formatt Institut, 2016). Und wenn sich umgekehrt im Regierungsbezirk Köln die Zahl der Gemeinden ohne Zeitungsauswahl deutlich erhöht hat, spiegelt dies nur zum Teil eine tatsächlich auch eingetretene Verengung des Zeitungsangebots (durch Zusammenlegung der Lokalredaktionen in Aachen) wider. Zum anderen Teil geht dies auf eine nunmehr vorgenommene kongruente statistische Auslegung vergleichbarer Sachverhalte zurück.

In einigen Fällen gehen Veränderungen gegenüber 2015 bei der Zeitungsdichte auch auf methodische Ursachen zurück: Um eine Fortschreibung und Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurden – wie in den Vorjahren – sämtliche lokal informierenden Abonnementzeitungen mit einem Marktanteil von 5 % an der Gesamtauflage der lokalen Zeitungen in der jeweiligen Stadt/Gemeinde berücksichtigt und wurden Boulevardzeitungen – auch solche mit lokaler Ausrichtung wie „Express“ (Köln), „Düsseldorf Express“, „Bild Köln“, „Bild Düsseldorf“ – grundsätzlich außer Betracht gelassen. Veränderungen bei der

Zeitungsdichte können daher auch auf ein Unter-, ganz vereinzelt auch auf ein Überschreiten dieser 5 %-Marke zurückzuführen sein.⁷³

Bei landesweiter Betrachtung lässt sich festhalten, dass sich die Zeitungsdichte summa summarum nur unwesentlich gegenüber 2015 verändert hat: 45 % der Einwohnerinnen und Einwohner Nordrhein-Westfalens verfügen über keine Auswahlmöglichkeit, wenn sie sich aus der Tagespresse über das örtliche Geschehen informieren wollen. Das entspricht in etwa dem Niveau des Jahres 2015. 55 % (gegenüber 2015 knapp 54 %) können demgegenüber aus mindestens zwei unterschiedlichen Zeitungsangeboten wählen.

Tab. 43.1 Entwicklung der Zeitungsdichte in Nordrhein-Westfalen seit 1992⁷⁴

Jahr	1 Zeitung			2 Zeitungen			3 (oder mehr) Zeitungen		
	Ge- mein- den	Ein- wohner absolut	in %	Ge- mein- den	Ein- wohner absolut	in %	Ge- mein- den	Ein- wohner absolut	in %
1992	47	1.513.000	9,0	271	11.199.000	66,5	78	4.141.000	24,5
2002	66	2.263.000	12,6	267	11.850.000	65,8	63	3.900.000	21,6
2006	108	4.199.100	23,3	245	10.866.100	60,2	43	2.994.700	16,6
2008	108	4.237.300	23,5	235	10.570.500	58,7	53	3.189.800	17,7
2010	133	4.826.000	26,8	223	10.184.400	56,7	40	2.987.200	16,6
2012	140	5.025.800	28,2	220	10.161.600	56,9	36	2.655.800	14,9
2015	189	8.160.100	46,1	181	7.776.900	43,9	26	1.762.600	10,0
2019	190	7.981.000	45,0	178	7.895.200	44,5	28	1.852.100	10,5

Deutliche regionale Unterschiede in punkto lokale Zeitungsvielfalt zeigen sich – wie auch bereits in den Jahren zuvor – auf Ebene der Regierungsbezirke: Am höchsten ist das Ausmaß an lokalem Zeitungswettbewerb und damit an Auswahlmöglichkeit für die Leser im Regierungsbezirk Detmold. In Arnsberg und Münster ist demgegenüber der Monopolisierungsgrad auf dem Zeitungsmarkt am stärksten ausgeprägt.

Tab. 43.2 Regierungsbezirk Detmold – Städte/Gemeinden und Einwohner nach Zeitungsdichte (2019 und 2015)⁷⁵

ZD	Anzahl		Anteil (in %)		Einwohner absolut		Einwohneranteil	
	Städte/Gemeinden		Städte/Gemeinden		(in Tsd.)		(in %)	
	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015
1	14	15	20,0	21,4	393,9	439,0	19,2	21,8
2	45	44	64,3	62,9	1.342,3	1.282,3	65,6	63,6
3	11	11	15,7	15,7	310,8	294,6	15,2	14,6
4	-	-	-	-	-	-	-	-
ges.	70	70	100,0	100,0	2.047,0	2.015,9	100,0	100,0

⁷³ Grundlage für die Ermittlung der aktuellen Werte für die Zeitungsdichte war die IVW-Verbreitungsanalyse 2018 (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., 2018b), der auch die Angaben zur Zahl der Einwohner entnommen wurden.

⁷⁴ Die Daten für die Jahre 1992 bis 2015 wurden übernommen aus der entsprechenden Übersicht in der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 104). Die dortige Tabelle beinhaltet allerdings einen kleinen Fehler das Jahr 2015 betreffend: Die Werte für die Zeitungsdichte in den einzelnen Regierungsbezirken (S. 105-111) summieren sich auf 190 (statt der angegebenen 189) Städte und Gemeinden mit nur einer örtlichen Zeitung und auf 180 (statt der angegebenen 181) Städte und Gemeinden mit zwei Zeitungen. Entsprechend nicht ganz stimmig sind auch die jeweils zugeordneten Einwohnerzahlen.

⁷⁵ Die Daten für 2015 wurden übernommen aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 110-111).

Tab. 43.3 Regierungsbezirk Münster – Städte/Gemeinden und Einwohner nach Zeitungsdichte (2019 und 2015)⁷⁶

ZD	Anzahl Städte/Gemeinden		Anteil (in %) Städte/Gemeinden		Einwohner absolut (in Tsd.)		Einwohneranteil (in %)	
	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015
1	53	58	68,0	74,4	1.889,3	2.201,7	72,8	85,8
2	22	17	28,2	21,8	669,1	329,6	25,8	12,8
3	3	3	3,8	3,8	35,1	34,6	1,4	1,4
4	-	-	-	-	-	-	-	-
ges.	78	78	100,0	100,0	2.593,5	2.565,9	100,0	100,0

Tab. 43.4 Regierungsbezirk Arnsberg – Städte/Gemeinden und Einwohner nach Zeitungsdichte (2019 und 2015)⁷⁷

ZD	Anzahl Städte/Gemeinden		Anteil (in %) Städte/Gemeinden		Einwohner absolut (in Tsd.)		Einwohneranteil (in %)	
	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015
1	62	59	74,7	71,1	3.053,1	3.075,2	85,8	84,9
2	20	23	24,1	27,7	482,2	523,7	13,5	14,5
3	1	1	1,2	1,2	24,8	25,0	0,7	0,7
4	-	-	-	-	-	-	-	-
ges.	83	83	100,0	100,0	3.560,1	3.623,9	100,0	100,0

Tab. 43.5 Regierungsbezirk Düsseldorf – Städte/Gemeinden und Einwohner nach Zeitungsdichte (2019 und 2015)⁷⁸

ZD	Anzahl Städte/Gemeinden		Anteil (in %) Städte/Gemeinden		Einwohner absolut (in Tsd.)		Einwohneranteil (in %)	
	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015
1	16	24	24,2	36,4	1.080,0	1.390,9	21,1	27,1
2	46	40	69,7	60,6	2.910,1	2.644,2	56,7	51,6
3	4	2	61,1	3,0	1.137,3	1.089,8	22,2	21,3
4	-	-	-	-	-	-	-	-
ges.	66	66	100,0	100,0	5.127,4	5.124,9	100,0	100,0

⁷⁶ Die Daten für 2015 wurden übernommen aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 108-109).

⁷⁷ Die Daten für 2015 wurden übernommen aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 109-110).

⁷⁸ Die Daten für 2015 wurden übernommen aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 106-107).

Tab. 43.6 Regierungsbezirk Köln – Städte/Gemeinden und Einwohner nach Zeitungsdichte (2019 und 2015)⁷⁹

ZD	Anzahl Städte/Gemeinden		Anteil (in %) Städte/Gemeinden		Einwohner absolut (in Tsd.)		Einwohneranteil (in %)	
	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015
	1	45	34	45,5	34,3	1.564,7	1.127,1	35,6
2	45	56	45,5	56,6	2.491,5	2.898,3	56,6	66,3
3	9	7	9,1	7,1	344,1	343,6	7,8	7,8
4	-	2	-	2,0	-	15,1	-	0,1
ges.	99	99	100,0	100,0	4.400,3	4.392,7	100,0	100,0

44. Welche Redaktionsstandorte bzw. Lokalredaktionen sind von welchen Zeitungen seit 2016 aufgegeben worden und was waren die Gründe dafür?

In der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 aus dem Jahr 2017 wurden die Schließungen von Redaktionsstandorten sowie eingestellte Lokalausgaben aufgeführt (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22). Die Einstellung verschiedener Lokalausgaben aus den Jahren 2013-2015 bei der Westfälischen Rundschau wurden ebenso thematisiert wie die Schließung von Redaktionsstandorten, zuletzt beim Kölner Stadt-Anzeiger / Kölnische Rundschau, bei der Westdeutschen Zeitung, den Ruhr Nachrichten und der Münsterschen Zeitung (jeweils 2014).

Im Rahmen des von der Funke Mediengruppe vorgelegten Sparprogramms wurde im Februar 2019 die Schließung der Lokalredaktion der Westfalenpost in Warstein bekannt (vgl. Frage 47), da sich nach Angaben des Verlags das Engagement wirtschaftlich nicht mehr gerechnet hat.

Die Borbecker Nachrichten, die früher die auflagenstärkste lokale Kauf-Wochenzeitung in Deutschland waren, wurden zum 31.8.2018 eingestellt. Seit 1986 war der Funke Konzern an den Borbecker Nachrichten beteiligt und besaß seit 2000 100 % der Anteile (ebd.; djv.de, 2018). Der Rückgang bei Auflage und Anzeigenerlösen habe diesen Schritt nötig gemacht. Damit geht eine 70-jährige Zeitungstradition in Essen zu Ende.

Somit sinkt die Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen weiter, wenngleich auf der Ebene der Schließung von Standorten bzw. eingestellter Lokalausgaben nicht so schnell wie in den Jahren zuvor. Durch Kooperationen von Lokalredaktionen ist gleichwohl von einer weiter steigenden Medienkonzentration in Nordrhein-Westfalen zu sprechen (siehe Frage 17 und Frage 59). Mit Blick auf die Veränderungen bei der Funke Mediengruppe (siehe Frage 47) sowie bei der DuMont Gruppe (siehe Frage 48) ist für die nahe Zukunft die Entwicklung zu beobachten.

45. Wie bewertet die Landesregierung diese Entwicklung?

Die Sicherung von Medienvielfalt gerade auch auf der lokalen Ebene ist ein zentrales Anliegen der Landesregierung. Deshalb wirkt sie kontinuierlich auf bestmögliche Rahmenbedingungen für die in diesem Markt tätigen Unternehmen hin.

⁷⁹ Die Daten für 2015 wurden übernommen aus der Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22, S. 105-106).

Nach wie vor ist die Tageszeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen als vielfältig zu bezeichnen – gerade auch im internationalen Vergleich. Dennoch gilt: Jede Reduktion der lokalen Medienvielfalt durch die Schließung von Standorten oder die Einstellung von Lokalausgaben ist Anlass zu Sorge, weil dies Information, Kommunikation und den demokratischen Diskurs vor Ort schwächt.

Die weiter sinkenden Auflagen und die Rückgänge bei den Werbeerlösen im Bereich der lokalen Abonnement- und Kauf-Zeitungen werden mit großer Wahrscheinlichkeit auch in Zukunft für eine Reduktion an Vielfalt auf dem Zeitungsmarkt sorgen. Es scheint absehbar, dass digitale Geschäftsmodelle für journalistische Angebote insbesondere in regionalen und erst recht in lokalen Räumen bis auf Weiteres nicht den früheren wirtschaftlichen Erfolg der Tageszeitungen erzielen werden. Vermutlich ist die Phase der Kostenkonsolidierung im Bereich der Verlage noch nicht abgeschlossen, genauso wie die der Effizienzsteigerungen durch Kooperationen etc.

46. *Liegen der Landesregierung Erkenntnisse darüber vor, ob mit weiteren Verlusten bei der Zeitungsvielfalt zu rechnen ist und wenn ja, um welche Zeitungen es sich handelt?*

Für die Entwicklung der letzten Jahre sind mehrere Faktoren verantwortlich: Der dramatische Rückgang der Werbeeinnahmen, der zu langsame und späte Umstieg auf bezahlte Online-Angebote und der Rückgang im Lesermarkt. Die große Dynamik auf dem nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt hat sich mit Blick auf den Verlust an Vielfalt zwar verlangsamt, doch deuten die Randbedingungen (weiter sinkende Auflagen, keine Kompensation durch digitale Geschäftsmodelle) eher darauf hin, dass mit weiteren Verlusten an Zeitungsvielfalt zu rechnen ist. In der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 22 im Jahr 2017 wurde bereits darauf hingewiesen, dass insbesondere Zeitungen in Zweit- oder Drittanbieterposition mit niedriger Auflage unter Druck stehen, Kooperationen einzugehen (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22).

47. *Wie bewertet die Landesregierung die im Rahmen des „Zukunftsprogramms Funke 2022“ geplanten Maßnahmen mit Blick auf die Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen?*

Zu Beginn des Jahres 2019 hat die Funke Mediengruppe im Rahmen ihres Zukunftsprogramms einen Stellenabbau in der Berliner Zentralredaktion und bei den nordrhein-westfälischen Titeln angekündigt: So soll die Essener Druckerei, in der 120 Mitarbeitende tätig sind, vollständig geschlossen werden, darüber hinaus stehen Kürzungen um 10 % des Personals in Nordrhein-Westfalen und um 20 Mitarbeitende in der Zentralredaktion in Berlin an. Die Lokalredaktion der Westfalenpost wird ganz geschlossen und die Serviceredaktion an Raufeld Medien ausgelagert (vgl. meedia.de, 2019b). Die Zahl der Volontärinnen und Volontäre wird reduziert. In Summe ist für das Zukunftsprogramm Funke 2022 laut ver.di national mit 350 Stellenstreichungen zu rechnen (Hautsch, 2019a, S. 6).

Von Seiten des DJV wird das Programm scharf kritisiert, es handele sich um „konfusen und völlig überzogenen Aktionismus“ (meedia.de, 2019b). Unbestritten sei, dass auch die Funke Mediengruppe vom Strukturwandel der Medien betroffen sei. „Wer in einer wirtschaftlichen Durststrecke qualifizierte und verdiente Journalisten in die Arbeitslosigkeit entlässt, hat von verlegerischer Verantwortung keine Ahnung“, so der DJV-Vorsitzende Frank Überall (ebd.).

Insgesamt sollen laut Funke künftig mehr Inhalte aus der Zentralredaktion stammen. Es gebe Überlegungen, den Lokalsport nicht mehr in den einzelnen Redaktionen der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ) zu produzieren, sondern in einer zentralen Lokalsportredaktion in Essen. Einen solchen Desk gibt es bereits bei dem Funke-Blatt „Neuen Rhein / Neuen Ruhr Zeitung“ (NRZ) für die Ausgaben Moers/Rheinberg/Xanten, Wesel, Dinslaken und Oberhausen (Evangelischer Pressedienst, 2019a).

Zudem soll in allen Ausgaben der Funke-Titel im Ruhrgebiet eine Seite im Lokalteil gestrichen und durch eine zentral produzierte Ruhrgebietsseite ersetzt werden. Die Lokalbücher der Funke-Zeitungen bestehen aus acht oder 16 Seiten. Auch die Leserbriefe sollen an einer zentralen Stelle bearbeitet werden (Evangelischer Pressedienst, 2019a).

Überregionale Inhalte der Funke-Zeitungen kommen bereits seit 2015 aus einer Zentralredaktion in Berlin. Der Konzern hatte bereits 2008 rund 300 von 900 redaktionellen Stellen in Nordrhein-Westfalen abgebaut, 2013 wurden alle 120 Stellen bei der „Westfälischen Rundschau“ gestrichen. Heute hat das Blatt keine eigene Redaktion mehr (Evangelischer Pressedienst, 2019a).

Horst Röper (2019) konstatiert, dass die Entwicklungen eine Reaktion auf den Druck darstellen, unter dem das Kerngeschäft der Presseverlage (Werbung und Abo-Verkauf) seit Jahren steht. Er betrachtet die Funke Mediengruppe als Beispiel für „strukturelle und hausgemachte Probleme einer Branche im Wandel“ (Röper, 2019, S. 15).

Aus Sicht der Landesregierung unterstreichen die geschilderten Entwicklungen, wie sehr die Zeitungsverlage betriebswirtschaftlich unter Druck stehen und gefordert sind, eine tragfähige Digitalisierungsstrategie zu entwickeln.

48. *Wie bewertet die Landesregierung die Pläne der DuMont Gruppe zum Verkauf ihrer Zeitungstitel?*

Die Landesregierung hat keine Informationen zu den Verkaufsplänen der DuMont Mediengruppe als diejenigen, die schon in der Presse bekannt wurden.

Während die DuMont Mediengruppe die Berliner Zeitung im September 2019 an das Unternehmerpaar Friedrich verkauft hat, ist offenbar entschieden, dass man an den Titeln „Express“ und „Kölner Stadtanzeiger“ am Standort Köln festhalten will (Meedia, 2019f.).

Die Landesregierung begrüßt dies, denn die Entwicklungen im Kölner Zeitungsmarkt sind von sehr hoher Relevanz für die Zeitungslandschaft und Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen.

Die Landesregierung suchte daher nach Bekanntwerden der ursprünglichen Verkaufspläne das Gespräch mit Vertretern des Verlages. Darüber hat die Landesregierung den Landtag Nordrhein-Westfalen mit einem schriftlichen Bericht an den Ausschuss für Kultur und Medien zu seiner Sitzung am 31. Oktober 2019 bereits informiert. So traf sich der Chef der Staatskanzlei, Staatssekretär Nathanael Liminski, im Mai 2019 mit Christian DuMont-Schütte, Herausgeber des Kölner Stadt-Anzeigers, des Kölner und Bonner Express sowie der Mitteldeutschen Zeitung (Halle). Ein weiteres Gespräch in dieser Angelegenheit erfolgte am 11. September 2019 mit Vertretern des Betriebsrats und der Belegschaft. In beiden Gesprächen brachte Herr Staatssekretär Liminski seine Sorge über den zunehmenden ökonomischen Druck auf die Verleger im Allgemeinen zum Ausdruck und die damit verbundene Gefahr einer Verringerung der Medienvielfalt. In beiden Gesprächen wurden die seitens des Verbandes mit Vertretern der Bundesregierung erörterten Vorschläge für

Strukturhilfen zur Sicherung der Zeitungszustellung besonders in ländlichen Regionen diskutiert.

49. *Wie hat sich die Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu jener in anderen Bundesländern entwickelt?*

Die Zeitungsdichte als Indikator für die publizistische Vielfalt auf lokalen Zeitungsmärkten dürfte sich in den vergangenen Jahren auch in den anderen Bundesländern tendenziell verringert haben. Denn es haben sich gerade in jüngster Zeit bundesweit weitere Konzentrationsvorgänge vollzogen, wie sich aus den in zweijährigem Abstand von Horst Röper in der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ veröffentlichten Analysen zur Konzentrationsentwicklung auf dem deutschen Zeitungsmarkt ergibt. Und Eigentümerwechsel bei Verlagen, vor allem aber auch Verlagsfusionen oder andere Transaktionen, die zunächst einmal als zuvorderst wirtschaftliche Konzentrationsprozesse zu betrachten sind, haben erfahrungsgemäß im weiteren Verlauf dann auch publizistische Konzentrationsvorgänge zur Folge – gerade auch auf lokalen Märkten.

Die Datenlage zur Zeitungsdichte auf Bundesebene ist aber – wie bereits im Rahmen der Beantwortung der Großen Anfrage 22 im Jahr 2017 festgestellt werden musste – nach wie vor schwach und nicht zufriedenstellend, da nicht aktuell. Sie basiert allein auf einer Langzeitstudie des (inzwischen verstorbenen) Zeitungsforschers Walter J. Schütz, der den Gesamtmarkt seit 1954 regelmäßig und zuletzt für das Jahr 2012 untersucht hat. Wesentliche Grundlagen für seine Analysen waren Zeitungs-Stichtagssammlungen, also Vollerhebungen sämtlicher Ausgaben und Varianten aller Tageszeitungen in Deutschland und deren inhaltliche Auswertung nach bestimmten Gesichtspunkten. Bei diesen Auswertungen wurden jeweils auch die einzelnen Lokalausgaben von Zeitungen mit ihren genauen jeweiligen örtlichen Verbreitungsgebieten identifiziert und auf dieser Grundlage die Werte für die Zeitungsdichte, also für die Zahl der unterschiedlichen lokal informierenden Zeitungen je Landkreis/kreisfreie Stadt bestimmt. Maßgebend bei dieser landkreisbezogenen Betrachtung waren die jeweils vorherrschenden Verhältnisse – also die Gegebenheiten, die die Mehrheit der Einwohnerinnen und Einwohner in dem betreffenden Landkreis vorfand.

Die bis dato letzten Ergebnisse dieser Untersuchungen zur Zeitungsdichte auf Grundlage einer Zeitungs-Stichtagssammlung für das Jahr 2012 werden hier nochmals dokumentiert (Tab. 49.1). Aus ihnen geht hervor, dass Nordrhein-Westfalen im länderweiten Vergleich über ein hohes Maß an lokaler Zeitungsvielfalt verfügt (oder jedenfalls im Jahr 2012 verfügt hat). Mit knapp 14 % war der Anteil der Einwohnerinnen und Einwohner in Ein-Zeitungs-Kreisen, also in Monopolgebieten ohne jegliche Auswahlmöglichkeit so niedrig wie in keinem anderen Flächenland und lag damit um 30 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Tab. 49.1 Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise 2012

Bundesland	Ein-Zeitungs-Kreise			Mehr-Zeitungs-Kreise		
	Anzahl Kreise	Einwohner absolut	Einwohner in %	Anzahl Kreise	Einwohner absolut	Einwohner in %
Baden-Württemberg	22	4.662.467	43,3	22	6.091.413	56,6
Bayern	59	6.526.882	52,1	37	6.011.814	47,9
Berlin	-	-	-	1	3.460.725	100,0
Brandenburg	14	1.958.352	78,2	4	544.921	21,8
Bremen	1	113.366	17,2	1	547.340	82,8
Hamburg	-	-	-	1	1.786.448	100,0
Hessen	10	1.866.401	30,8	16	4.200.620	69,2
Mecklenburg-Vorp.	7	1.439.592	87,7	1	202.735	12,3
Niedersachsen	36	5.663.330	71,5	10	2.254.963	28,4
Nordrhein-Westfalen	10	2.476.532	13,9	43	15.368.622	86,1
Rheinland-Pfalz	29	3.298.449	82,3	7	705.296	17,6
Saarland	6	1.017.567	100,0	-	-	-
Sachsen	9	2.615.886	63,0	4	1.533.591	37,0
Sachsen-Anhalt	10	1.659.107	71,1	4	675.899	28,9
Schleswig-Holstein	10	1.567.590	55,3	5	1.266.669	44,7
Thüringen	13	1.142.994	51,1	10	1.092.031	48,9
Gesamt 2012	236	36.008.515	44,0	166	45.743.087	56,0
Gesamt 2008	239	34.934,8	42,4	174	47.283,0	57,6
Gesamt 2006	261	35.007,5	42,5	178	47.430,5	57,5
Gesamt 2004	256	34.808,1	42,1	183	47.728,6	57,9
Gesamt 1976	156	20.108,4	32,7	187	61.405,2	67,3

Quelle: Schütz (2012, S. 588-593)

50. Welche Möglichkeiten sieht die Landesregierung unter aktuellen Marktbedingungen, die Lokalredaktionen in Nordrhein-Westfalen zu stärken, um den Markt zu stabilisieren?

Der Grundsatz der Staatsferne im Journalismus bringt es nach Auffassung der Landesregierung mit sich, dass es die Aufgabe der Zeitungsverlage ist, Geschäfts- und Erlösmodelle zu entwickeln, die hochwertigen und vielfältigen Lokaljournalismus im digitalen Wandel ermöglichen. Die Landesregierung beobachtet mit großem Respekt die großen Anstrengungen der Medienunternehmen, den Wandel aktiv zu gestalten und die Bürgerinnen und Bürger auch im Zeitalter der Medienkonvergenz mit hochwertigen journalistischen Inhalten zu versorgen. Das ist für den demokratischen Diskurs in unserem Land unverzichtbar.

Die Landesregierung verfolgt das Ziel, dass die Medienunternehmen für ihre Anstrengungen in unserem Land bestmögliche Rahmenbedingungen vorfinden. In diesem Sinne setzt sich die Landesregierung z. B. für gesetzliche Rahmenbedingungen in den Ländern, im Bund und in Europa ein, die helfen, Medienvielfalt zu sichern. Ein Beispiel ist die Schaffung eines EU-Leistungsschutzrechts. Dies hat die Landesregierung von Anfang an unterstützt.

Das Land hat sich für die Anwendung des reduzierten Mehrwertsteuersatz auch auf Online-Angebote der Presseverlage eingesetzt, die der Bundestag im November 2019 beschlossen hat. Außerdem unterstützt die Landesregierung die Beibehaltung der zweijährigen Abonnementzeit für Zeitungsverlage statt der derzeit geplanten Reduzierung der Abonnementzeiten auf ein Jahr (siehe dazu auch die Antwort auf Frage 64).

Darüber hinaus hat die Landesregierung eine Bundesratsinitiative zur Förderung von gemeinnützigem Journalismus eingebracht (siehe dazu auch die Antwort auf Frage 64). Die Landesregierung ist davon überzeugt, dass gemeinnützige journalistische Initiativen wichtige Beiträge zur Stärkung der Medienvielfalt leisten können. Eine entsprechende Änderung der Abgabenordnung würde nicht nur bessere Rahmenbedingungen für gemeinnützige journalistische Initiativen schaffen, sondern im Ergebnis auch für journalistische Kooperationen zwischen solchen Initiativen und den traditionellen Lokalzeitungen. Solche Kooperationen gibt es bereits, zum Beispiel jene zwischen dem Recherchenetzwerk CORRECTIV und dem Hamburger Abendblatt bei dem mit dem Grimme Online Award 2019 ausgezeichneten Projekt „Wem gehört Hamburg“.

Im November 2019 hat sich das Forum Gemeinnützigler Journalismus gegründet, in dem sich Medienprojekte wie netzpolitik.org, Investigate Europe, KONTEXT:Wochenzeitung, CORRECTIV und Finanztip, Zusammenschlüsse von Journalistinnen und Journalisten wie Netzwerk Recherche und Hostwriter sowie Stiftungen wie die Rudolf Augstein Stiftung, der August Schwingenstein Stiftung oder der GLS-Treuhand e. V. gemeinsam für bessere Rahmenbedingungen für den gemeinnützigen Journalismus in Deutschland einsetzen (forum-gemeinnuetziger-journalismus.de, o. D.). Diese neue Entwicklung gibt der Bundesratsinitiative Nordrhein-Westfalens Rückenwind, insbesondere auch deshalb, weil sich das Forum Gemeinnützigler Journalismus das Ziel gesetzt hat, Kriterien für journalistische Qualität sowie finanzielle und organisatorische Transparenz zu definieren, an denen gemeinnützige journalistische Initiativen gemessen werden können.

Daneben unterstützt die Landesregierung innovative Ideen und Projekte, die geeignet sind, Medienvielfalt und Kommunikation zu stärken. Am 5. November 2019 hat die Landesregierung im Zusammenhang mit der Ruhr-Konferenz fünf Projekte des Themenforums „Das große Wort vor Ort: Starke Medien, starker Zusammenhalt, starke Demokratie“ auf den Weg gebracht, in denen beginnend im Jahr 2020 gemeinsam mit engagierten Partnern aus dem Ruhrgebiet neue Ansätze erprobt und etabliert werden sollen. Die Lokalredaktionen der Medienhäuser sind als unverzichtbare journalistische Akteure in der Region herzlich eingeladen mitzuwirken.

Das Projekt „Ruhr-Reporter“ verfolgt das Ziel, junge Menschen verstärkt für den journalistischen Beruf zu begeistern und sie auf dem Weg in eine reguläre journalistische Ausbildung (Volontariat, akademische journalistische Ausbildung) zu unterstützen. Im Fokus stehen crossmediale Lernangebote mit Unterstützung von Medienunternehmen aus der Region.

In der geplanten „Jugendredaktion Ruhr“ sollen Redakteurinnen und Redakteure und Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter Jugendliche in ihrem Umfeld aufsuchen, mit dem Ziel, sie in Gesprächen und Workshops Schritt für Schritt an journalistische Tätigkeiten heranzuführen, neue Perspektiven zu eröffnen und sich aktiv in die Gesellschaft einzubringen.

Mit dem „Mentor*innenprogramm für mehr Diversität im Lokaljournalismus“ wird das Ziel verfolgt, dass junge Journalistinnen und Journalisten mit Migrationsgeschichte bessere Berufsperspektiven entwickeln können. Gleichzeitig soll das Programm die Diversität in den Lokalredaktionen stärken und ihnen helfen, ihre Leserschaft besser zu erreichen.

Im Projekt „Community Relations Software“ wollen Partnerinnen und Partner aus dem In- und Ausland für journalistische Initiativen und Start-Ups eine bislang nicht existente Software entwickeln lassen, die hilft, das Community-Management im journalistischen Bereich besser zu organisieren und zu professionalisieren.

Im „MediaLab Ruhr“ sollen innovative Ansätze von Journalismus und Medienkompetenzförderung erprobt und etabliert werden, um Medien- und Meinungsvielfalt zu stärken. Medienunternehmen, Anbieter der journalistischen Aus- und Weiterbildung, kommunale Stellen, Hochschulen, Volkshochschulen und Bibliotheken sollen dazu bewegt werden, in einem „Experimentierraum für den Journalismus der Zukunft“ zusammenzuarbeiten, auch in enger Rückkoppelung mit den Bürgerinnen und Bürgern und ihren Informationsbedarfen.

Bereits vor dem Start der Ruhr-Konferenz hat die Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen an der FH Dortmund die Entwicklung eines Konzepts für ein „Kompetenzzentrum für visuellen Journalismus“ gefördert. Im Fokus steht hier der Ansatz, in Kombination aus wissenschaftlicher Forschung und praktischer Aus- und Weiterbildung die visuelle Gestaltung gerade auch von Publikationen im Lokaljournalismus zu stärken. Im digitalen Zeitalter, das immer stärker von Fotografie und Bewegtbild geprägt ist, ist dies ein wichtiger Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit journalistischer Produkte.

Zum 1. Januar 2019 hat die Landesregierung, wie im Koalitionsvertrag angekündigt, per Landesmediengesetz die Stiftung „Vor Ort NRW“ in die LfM reintegriert, um die LfM in der staatsfernen Journalismusförderung zu stärken (siehe dazu auch ausführlich Frage 75).

Mit dem Haushaltsbegleitgesetz 2020 wurden u. a. auch die Regeln für den Vorwegabzug von Rundfunkbeitragsmitteln für die Film- und Medienstiftung NRW und das Grimme-Institut zugunsten der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen geändert. Während der Wegfall der Rundfunkbeitragsmittel bei der Film- und Medienstiftung NRW für Zwecke der Aus- und Weiterbildung und beim Grimme-Institut über den Landeshaushalt kompensiert wird, sollen so die Spielräume der LfM in der Förderung von Medienkompetenz für Bürgerinnen und Bürger und für Medienschaffende erhöht werden, insbesondere auch im Audibereich. Das ist ein wichtiger Baustein in der Gesamtstrategie „Radio in NRW 2022“ der Landesregierung.

Die Zeitungsverlegerinnen und -verleger werben für eine Unterstützung seitens des Bundes für die Zeitungszustellung. Die Landesregierung unterstützt das im Grundsatz (siehe auch Frage 62 und 67).

51. *Wie verhält sich die Redaktionsgröße von Zeitungen im Verhältnis zur Höhe der lokalen Auflage in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern? (Darstellung bitte exemplarisch anhand einer Teilregion.)*

In der Beantwortung der Großen Anfrage 22 im Jahr 2017 (Frage 47) wurde deutlich gemacht, dass das Verhältnis von Redaktionsgröße und Auflagenhöhe ein schwer zu bestimmendes Maß ist, das auch nur eingeschränkt vergleichbar ist.

Die Größe des (historisch gewachsenen) Berichtsgebietes, die Wettbewerbsverhältnisse und das Selbstverständnis der Verlage wurden als relevante Einflussfaktoren benannt. Die personelle Besetzung von Redaktionen wird auch nicht gänzlich durch die Einwohnerzahl eines Berichtsgebiets oder den Werbeumsatz bestimmt. Ebenfalls erörtert wurde, dass die Größe der Gesamtedaktion nicht in Relation zur Auflagenhöhe zu setzen ist, da die Hauptredaktionen in der Regel für mehrere Titel arbeiten. Daher beruht die Darstellung in der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 sowie in der aktuellen Beantwortung der Großen Anfrage 13 von 2019 auf der Größe der Lokalredaktionen und auf der Verkaufsauflage, die sie in ihrem jeweiligen Berichtsgebiet erzielen.

Die Daten zur Größe der Redaktionen wurden den jeweiligen Websites der Zeitungen entnommen und mit den Impressen in den Printausgaben abgeglichen (Stand 26.11.2019). Exemplarisch werden an dieser Stelle die Werte für die Neue Westfälische und Die Glocke aufgeführt.

Im Verbreitungsgebiet der Lokalredaktionen der Neuen Westfälischen ist die Auflage pro Redakteur bzw. Redakteurin insgesamt gesunken, nämlich um fast 500 Exemplare auf gut 1.000 Stück (s. Tab. 51.2). Das ist insbesondere durch sechs zusätzliche Redakteurinnen und Redakteure in Paderborn zu erklären, die bei sinkender Auflage und sinkender Einwohnerzahl nunmehr knapp 850 Exemplare pro Redakteur bzw. Redakteurin verantworten (2006: 2.200; s. Tab. 51.1).

Für die anderen Lokalredaktionen sind die Abweichungen jeweils überschaubar. Damit scheint die Neue Westfälische auf die traditionell intensiven Bemühungen des Westfalen-Blatts in Paderborn zu reagieren. Das ist insbesondere vor dem Hintergrund einer sinkenden Zahl von Einwohnerinnen und Einwohnern (-9 %) und einer sinkenden Verkaufsauflage (-3 %) im Berichtsgebiet Paderborn bemerkenswert.

In Summe steigt die Zahl der Redakteurinnen und Redakteure und es sinkt die Auflage pro Redakteur bzw. Redakteurin sowie die Zahl der Einwohnerinnen und Einwohner pro Redakteur bzw. Redakteurin (von knapp 23.000 im Jahr 2016 auf 16.000 im Jahr 2019). Damit verschlechtert sich die Relation von Aufwand und Ertrag für die Neue Westfälische spürbar.

Einschränkend ist zu erwähnen, dass anhand der Impressen keine Voll- oder Teilzeitstellen zu identifizieren sind. Laut Internetseite kommen für die Neue Westfälische noch 12 freie Mitarbeitende hinzu.

Tab. 51.1 Neue Westfälische 2016

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Herford	64.700	8.700	7	12.000	1.243
Hiddenhausen	19.300				
	84.000				
Enger	20.200	4.300	4	8.700	1.100
Spenge	14.400				
	34.600				
Bünde	44.500	11.500	4	17.500	2.900
Kirchlengern	15.800				
Rödinghausen	9.600				
	69.900				
Löhne	39.100	6.300	3	13.000	2.100
Paderborn	143.700	8.700	4	74.000	2.200
Altenbeken	9.000				
Bad Lippspringe	15.100				
Borchen	13.200				
Delbrück	30.900				

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Hövelhof	15.800				
Büren	21.400				
Salzkotten	24.500				
Bad Wünnenberg	12.100				
Lichtenau	10.500				
	296.200				
Höxter	29.000				
Beverungen	13.200				
Marienmünster	5.100				
Nieheim	6.200	3.300	5	20.100	700
Steinheim	12.600				
Brakel	16.300				
Bad Driburg	18.300				
	100.700				
Warburg	23.000				
Borgentreich	9.300	1.600	3	13.500	500
Willebadessen	8.200				
	40.500				
im Verbreitungsgebiet gesamt	665.000	44.400	30	22.780	1.500

Quelle: Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22

Tab. 51.2 Neue Westfälische 2019

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Herford	58.943				
Hiddenhausen	18.454	7.530	9	8.600	837
	77.397				
Enger	19.258				
Spenge	13.762	3.842	3	11.007	1.281
	33.020				
Bünde	41.652				
Kirchlengern	15.176	10.396	7	9.447	1.485
Rödinghausen	9.302				
	66.130				
Löhne	36.348	5.735	3	12.116	1.912

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Paderborn	131.425				
Altenbeken	8.816				
Bad Lippspringe	13.670				
Borchen	12.709				
Delbrück	29.420				
Hövelhof	15.258	8.442	10	27.690	844
Büren	20.223				
Salzkotten	23.824				
Bad Wünnenberg	11.476				
Lichtenau	10.080				
	276.901				
Höxter	27.893				
Beverungen	12.657				
Mariemünster	4.927				
Nieheim	5.968	2.957	4	24.102	739,25
Steinheim	12.144				
Brakel	15.412				
Bad Driburg	17.406				
	96.407				
Warburg	22.282				
Borgentreich	8.619	1.506	3	12.923	502
Willebadessen	7.869				
	38.770				
im Verbreitungsgebiet gesamt	624.973	40.408	39	16.025	1.036

Quelle: nw.de (o. D.), Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2018b)

Betrachtet man Die Glocke (vgl. Tab. 51.3 und Tab. 51.4; hier exemplarisch die Berichtsgebiete Oelde, Beckum, Ahlen und Warendorf) zeigt sich ein nur zum Teil ähnliches Bild: Die Auflagenzahl sinkt weniger stark (-3 %) im Berichtsgebiet und die Zahl der Einwohner sinkt noch stärker (-10 %). Die Auflage pro Redakteur bzw. Redakteurin geht nur leicht um etwas über 100 Exemplare zurück und liegt 2019 ebenfalls (wie bei der Neuen Westfälischen) bei gut 1.000 Stück. Bis auf das Berichtsgebiet Oelde (+2) ist die Zahl der Redakteurinnen und Redakteure konstant geblieben.

Der spürbare Bevölkerungsschwund und die im Branchenvergleich in den genannten Berichtsgebieten nur leicht rückgängige Auflage, verbunden mit einer leichten Steigerung der Anzahl der Redakteurinnen und Redakteure sorgt auch bei der Glocke für eine sinkende Zahl von Einwohnerinnen und Einwohnern pro Redakteur bzw. Redakteurin von gut 9.000 im Jahr

2016 zu gut 7.500 im Jahr 2019. Die Unterschiede in den einzelnen Verbreitungsgebieten sind allerdings erheblich (Ahlen über 9.000 und Warendorf unter 6.000).

Tab. 51.3 Die Glocke 2016

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Oelde	28.600	6.400			
Ennigerloh	19.400	3.800	5	12.000	2.500
Wadersloh	12.100	2.300			
	60.100				
Beckum	35.900	6.600			
Lippetal	11.800	500	5	9.500	1.400
	47.700	7.100			
Ahlen	51.800	2.200			
Sendenhorst	12.800	100	6	10.800	400
	64.600				
Warendorf	36.700	4.900			
Beelen	6.200	1.100	9	6.300	900
Sassenberg	14.000	1.800			
	56.900	7.800			
im Verbreitungsgebiet gesamt	229.300	29.700	25	9.172	1.188

Quelle: Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22

Tab 51.4 Die Glocke 2019

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
Oelde	25.534	6.142			
Ennigerloh	17.986	3.767	7	7.838	1.737
Wadersloh	11.348	2.250			
	54.868	12.159			
Beckum	32.033	6.242			
Lippetal	11.349	431	5	8.676	1.335
	43.382	6.673			
Ahlen	44.305	2.127			
Sendenhorst	11.953	149	6	9.376	379

Lokalredaktion Berichtsgebiet	Einwohner	Verkaufs- auflage	Anzahl Redakteure	Einwohner pro Redakteur	Auflage pro Redakteur
	56.258	2.276			
Warendorf	34.095	4.786			
Beelen	5.672	1.062	9	5.856	846
Sassenberg	12.939	1.770			
	52.706	7.618			
im Verbreitungsgebiet gesamt	207.214	28.726	27	7.675	1.064

Quelle: die-glocke.de (o. D.), Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2018b)

Die Vergleiche zeigen den unterschiedlichen redaktionellen Aufwand der Zeitungsverlage im lokaljournalistischen Bereich. Allerdings sei hier nochmals betont, dass es sich um keine besonders aussagekräftigen (und auch wissenschaftlich nicht verifizierten) pressestatistischen Kennzahlen handelt, deren aufwändige Erhebung in einem überschaubar guten Verhältnis zum Erkenntnisgewinn stehen. Vermutlich stehen auch deshalb keine systematisch erhobenen Vergleichszahlen aus anderen Bundesländern zur Verfügung.

52. Welche redaktionellen Mindestumfänge besitzen Zeitungen gedruckt und als E-Paper in Nordrhein-Westfalen und wie gestaltet sich hierbei das Verhältnis von Mantelteil zu Lokalteil?

Die Stichtagsuntersuchung (vgl. Frage 33; aserto, 2019b) mit dem Datum 29.10.2019 zeigte starke Unterschiede in den Gesamtumfängen der untersuchten Zeitungen. So variierte der Gesamtseitenumfang zwischen 24 Seiten⁸⁰ für neun Titel und 40 Seiten, die die Westfälische Rundschau an diesem Tag umfasste.

Betrachtet man ausschließlich den redaktionellen Anteil der Zeitungen, ergibt sich ein durchschnittlicher Umfang von 26 Seiten, was vergleichbar mit der Stichtagsuntersuchung im Rahmen der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 ist. Der Wert verteilt sich im Verhältnis 56 % zu 44 % auf den überregionalen und den lokalen Teil. In absoluten Zahlen umfasst der überregionale Teil somit durchschnittlich 14,4 und der Lokalteil 11,6 Seiten.

In Hinblick auf die überregionale Berichterstattung weist die Westdeutsche Allgemeine Zeitung mit 19,8 Seiten den größten redaktionellen Umfang auf, die Glocke mit 9,9 Seiten den geringsten. Weitere Zeitungen, die einen klar überdurchschnittlichen Umfang im überregionalen Teil aufweisen, sind der Kölner Stadt-Anzeiger, die Kölner Rundschau und die Neue Ruhr / Rhein Zeitung (alle mind. 18 Seiten). Deutlich weniger umfangreiche überregionale Teile weisen neben der Glocke das Haller Kreisblatt, die Lippische Landes-Zeitung, der Remscheider General-Anzeiger, das Solinger Tageblatt und die Westdeutsche Zeitung auf (alle max. 11 Seiten).

⁸⁰ Weniger Seiten waren nur für die Boulevardzeitungen Express in Köln/Bonn und Düsseldorf zu verzeichnen. Beide Titel umfassten zum Stichtag 20 Seiten.

Die Umfänge der Lokalberichterstattung variieren zwischen 7,8 Seiten bei der Siegener Zeitung und 23,7 Seiten bei der Lippischen Landes-Zeitung. Es zeigt sich, dass die Zeitungen, die einen starken überregionalen Teil aufweisen, zumeist eine deutlich geringere Lokalberichterstattung aufweisen und umgekehrt. Die Zeitung mit der zweitumfangreichsten Lokalberichterstattung, die Westfälische Rundschau, liegt mit 16,4 Seiten bereits 7,3 Seiten hinter der Lippischen Landes-Zeitung. Weitere Titel mit einer geringen Lokalberichterstattung (max. 9 Seiten) sind die Allgemeine Zeitung Coesfeld, das Bocholter-Borkener Volksblatt, die Borkener Zeitung, die Dülmener Zeitung, die Neue Westfälische, die Siegener Zeitung, die Westfalenpost und das Westfalen-Blatt.

Tab. 52.1 Umfänge lokaler und regionaler Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen

Titel	Über-regional (Mantel)	Regional/ Lokal	Redaktioneller Teil gesamt	Anzeigen	Seiten	Beilagen
Aachener Nachrichten / Aachener Zeitung	14,0	9,2	23,2	0,8	24,0	0,0
Allgemeine Zeitung, Coesfeld	12,4	8,8	21,2	2,8	24,0	0,0
Bocholter-Borkener Volksblatt	14,6	8,8	23,3	4,7	28,0	0,0
Borkener Zeitung	13,4	9,0	22,4	1,6	24,0	2,0
Dülmener Zeitung	13,5	8,3	21,8	2,2	24,0	0,0
General-Anzeiger (Bonn)	17,6	12,7	30,4	1,6	32,0	0,0
Die Glocke, Oelde	9,9	13,6	23,5	4,5	28,0	0,0
Haller Kreisblatt	11,0	10,6	21,6	2,4	24,0	2,0
Hellweger Anzeiger, Unna	17,0	12,3	29,3	2,7	32,0	0,0
Ibbenbürener Volkszeitung	13,3	10,8	24,0	4,0	28,0	3,0
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	15,5	11,5	27,0	5,0	32,0	0,0
Kölner Stadt-Anzeiger	18,8	9,8	28,5	5,5	34,0	2,0
Kölnische Rundschau	19,3	11,3	30,6	7,4	38,0	3,0
Lippische Landes-Zeitung	11,0	23,7	34,7	3,3	38,0	0,0
Lüdenscheider Nachrichten	13,9	14,5	28,4	7,6	36,0	0,0
Mindener Tageblatt	15,3	9,3	24,5	3,5	28,0	0,0
Münsterländische Volkszeitung	14,0	11,4	25,4	2,6	28,0	0,0
Emsdettener Volkszeitung	15,0	13,6	28,5	3,5	32,0	0,0
Münstersche Zeitung	12,9	13,4	26,3	5,7	32,0	0,0

Titel	Über- regional (Mantel)	Regional/ Lokal	Redaktioneller Teil gesamt	Anzeigen	Seiten	Beilagen
Neue Westfälische, Bielefeld	14,0	8,7	22,7	5,3	28,0	3,0
Der Patriot, Lippstadt	13,9	12,4	26,3	5,7	32,0	1,0
Recklinghäuser Zeitung	16,0	9,7	25,7	2,4	28,0	1,0
Remscheider General-Anzeiger	10,5	10,6	21,1	2,9	24,0	1,0
Rheinische Post, Düsseldorf	15,7	10,8	26,5	5,5	32,0	0,0
Ruhr Nachrichten, Dortmund	14,5	14,8	29,3	2,7	32,0	0,0
Siegener Zeitung	11,8	7,8	19,5	4,5	24,0	0,0
Soester Anzeiger	13,9	12,0	25,9	6,1	32,0	0,0
Solinger Tageblatt	10,0	10,7	20,7	3,3	24,0	0,0
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	14,0	10,9	24,8	3,2	28,0	0,0
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	19,8	13,1	32,9	5,1	38,0	0,0
Westfalenpost, Hagen	17,7	8,7	26,3	5,7	32,0	1,0
Westfälische Rundschau	16,8	16,4	33,2	6,8	40,0	0,0
Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung	18,8	13,1	31,9	6,1	38,0	0,0
Westdeutsche Zeitung,	10,3	10,5	20,8	3,2	24,0	0,0
Westfalen-Blatt, Bielefeld	15,0	8,5	23,5	4,5	28,0	0,0
Westfälische Nachrichten	13,0	11,7	24,7	3,4	28,0	0,0
Westfälischer Anzeiger, Hamm	15,0	13,2	28,2	7,8	36,0	0,0
WR, Unna/Fröndenberg/ Holzwickede	15,0	13,3	28,3	3,7	32,0	2,0
WR, Kamen/ Bergkamen						
Abo-Presse gesamt	547,7	439,1	986,8	159,2	1146,0	21,0
Durchschnittswerte	14,4	11,6	26,0	4,2	30,2	0,6
Anteile in %	47,79 %	38,32 %	86,1 %	13,89 %	100,00 %	k. A.
nicht berücksichtigt:						
Express, Düsseldorf	12,9	4,5	17,4	2,6	20,0	0,0
Express, Köln/Bonn	9,9	7,7	17,6	2,4	20,0	0,0

Quelle: aserto (2019b)

53. *Wie beurteilt die Landesregierung diese Sachverhalte und sind Unterschiede zu den Vorjahren erkennbar?*

Methodisch ist anzumerken, dass in der vorliegenden Untersuchung nur ein Stichtag untersucht wurde. Im Rahmen der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 wurden zwei Stichtage im November erhoben (23. und 24.11.2016). In Einzelfällen gab es bei den beiden Stichtagen von 2016 größere Abweichungen in den Anzeigenumfängen der Tage, bei den redaktionellen Umfängen hingegen kaum. Die Durchschnittswerte der Tage lagen jeweils dicht beieinander, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass die vorliegenden Werte auch für den Stichtag von 2019 (29.10.2019) valide sind und auch bei der Erhebung mehrerer Tage kaum anders ausgefallen wären.

Der Umfang der Zeitungen insgesamt ist im Vergleich zur Stichtagssammlung von 2016 im Schnitt um zwei Seiten auf 30 Seiten gesunken. Betrachtet man lediglich den redaktionellen Teil, bleibt der Umfang mit 26 Seiten praktisch auf dem Niveau des Jahres 2016. Der Umfang des Anzeigenteils ist um 1-2 Seiten gesunken, was den Branchentrend mit Blick auf Werbeerlöse ganz konkret in den nordrhein-westfälischen Zeitungen sichtbar werden lässt.

Die Landesregierung wertet es positiv, dass trotz des weiter steigenden wirtschaftlichen Drucks das redaktionelle Angebot nicht spürbar reduziert wurde.

Insbesondere der konstant hohe Teil der Regional-/Lokalberichterstattung (die Daten legen sogar eine leichte Steigerung von 0,5 Seiten im Vergleich zu 2016 nahe; aufgrund der Stichtagserhebung sollte diese Abweichung aber nicht überinterpretiert werden) ist von hoher Bedeutung. Die Lokalberichterstattung wird von keinem anderen Medium so ausdifferenziert geboten wie von Tageszeitungen. Die Bemühungen von Onlineportalen/Onlinezeitungen mit lokalen Informationen stammen ebenfalls vielfach von Zeitungsverlagen und können von anderen Anbieterinnen und Anbietern derzeit kaum wirtschaftlich betrieben werden (vgl. Frage 68 und 73).

54. *Welche „blinden Flecken“ hinsichtlich der thematischen Varianz in der Berichterstattung ergeben sich in Nordrhein-Westfalen durch die Abnahme der Redaktionsdichte?*

Diese Frage lässt sich methodisch nicht seriös beantworten. Der Vergleich der thematischen Vielfalt vor einer geringeren Redaktionsdichte mit einem Vergleich danach wäre hier der empirische Weg der Wahl. Selbst dann könnten aber Aussagen über „blinde Flecken“ belastbar nicht getätigt werden, da die Berichterstattung wiederum mit Medien verglichen werden müsste, die ausdrücklich über keine solche „blinden Flecken“ verfügen. Das ist aufgrund der Konstruktionsleistung von Medien nirgends der Fall.

55. Welche Rolle spielen Anzeigenblätter im Rahmen lokaler Berichterstattung und welche wirtschaftliche Bedeutung haben diese für die Verlage?

„Anzeigenblätter sind ein weit anerkanntes Medium für redaktionelle und werbliche Informationen im Lokalen: für Leser ein Ratgeber im Alltag, für Werbekunden ein Reichweitengarant.“ (S. Schaeffer, in BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2019, S. 3). Anzeigenblätter machen den drittgrößten Werbeträger im Medienmarkt aus: Im Jahr 2018 betrug ihr Umsatz deutschlandweit 1.723 Mio. €, an zweiter Stelle lagen Tageszeitungen mit 2.219 Mio. €, führend ist das Fernsehen mit 4.537 Mio. € (BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2018, S. 13).

Laut einer Befragung des BDVA werden Anzeigenblätter von Leserinnen und Lesern als unverzichtbare Quelle für Lokalinformationen bewertet (vgl. BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2018, S. 13): „Unter der Oberfläche des Digitalen wächst die Sehnsucht nach kleinen Welten – hier liegen die Stärken der Wochenblätter“ (P. Wippermann, in BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., o. D., S. 30). Ihnen wird eine hohe Glaubwürdigkeit sowie Zuverlässigkeit bei Informationen über aktuelle Ereignisse am Ort zugeschrieben (vgl. Anzeigenblatt Qualität BVDA, 2018, S. 5). 67 % der vom BVDA Befragten stimmen außerdem der Aussage zu, dass ihnen ohne die Anzeigen und Beilagen im Anzeigenblatt nützliche Infos fehlen würden (vgl. ebd., S. 5). Anzeigenblätter haben darüber hinaus eine hohe Leser-Blatt-Bindung generiert: So würden 68 % der Befragten die Anzeigenblätter stark oder sehr stark vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe (vgl. Anzeigenblatt Qualität BVDA, 2018, S. 7), was zeigt, dass das Lesen dieser Blätter für einen Großteil zu einem Ritual geworden ist.

Aus Sicht der Werbekundinnen und -kunden ist das Medium aufgrund des hohen Interesses an lokalen Angeboten und einer starken Leser-Blatt-Bindung hoch interessant. Überdies ist die Zustellqualität hoch (vgl. Anzeigenblatt Qualität BVDA, 2018, S. 9). Leserinnen und Leser von Anzeigenblättern lassen sich im Vergleich zu Nutzerinnen und Nutzern anderer Medien als überdurchschnittlich empfänglich für Werbung charakterisieren (vgl. Anzeigenblatt Qualität BVDA, 2018, S. 10-11) – im Vergleich zum Internet wird Werbung im Anzeigenblatt „fast doppelt so häufig als nützlich, informativ und interessant wahrgenommen“ (vgl. Anzeigenblatt Qualität BVDA, 2018, S. 15).

Der weiteste Leserkreis ist in allen Nielsen-Gebieten Deutschlands sehr hoch, der Spitzenwert von 78,7 % (= 4,34 Mio.) lässt sich in Sachsen und Thüringen verzeichnen, doch auch Nordrhein-Westfalen weist mit 75,6 % (= 11,46 Mio.) einen sehr hohen Wert auf (vgl. BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2018, S. 19).

Das Pressesegment der Anzeigenblätter hat einen bedeutenden und – gemessen an der Entwicklung der Gesamtauflage und der Reichweite – seit Jahren vergleichsweise konstant hohen Stellenwert vor allem im Bereich der lokalen Kommunikation. Zwar ist laut den Daten des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter e. V. (BVDA) die Gesamtauflage der Anzeigenblätter seit 2016 bundesweit von wöchentlich rund 88,4 Mio. auf 83,3 Mio. Exemplare (Stand: 1. Quartal 2019) zurückgegangen (BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2019, S. 6). Doch mit knapp 5,8 % fiel dieses Minus weitaus moderater aus als etwa im Bereich der Tagespresse: Hier verzeichnete die IVW im selben Zeitraum einen Auflagenrückgang um 13,0 % (von 17,63 auf 15,34 Mio. Ex.; ivw.eu, 2016; 2019). Und auch bezogen auf die Marktentwicklung in Nordrhein-Westfalen sind die Unterschiede beträchtlich: Bei den Anzeigenblättern war – wiederum auf Grundlage der Daten des BVDA – zwischen 2016 und 2019 ein Auflagenrückgang um ca. 4,2 % (von 18,9 Mio. auf 18,1 Mio. Ex.) zu verzeichnen, während er bei den regionalen Abonnementzeitungen mit minus 11,0 % (von knapp 2,48 Mio. auf 2,2 Mio. Ex.) ungleich höher ausfiel. Dabei ist zu berücksichtigen, dass

die rückläufige Auflagentendenz im Falle der Anzeigenblätter – wie bereits in den Ausführungen zu Frage 10 erwähnt – gerade auch in Nordrhein-Westfalen vielfach auf Marktvereinigungen und -abgänge einzelner Titel zurückzuführen ist. Bei den Tageszeitungen hingegen ist die Gattung als solche, also jeder einzelne auch weiterhin erscheinende Titel, von der Negativentwicklung betroffen.

Auch in puncto Reichweite verzeichnen Anzeigenblätter hohe Werte mit nur geringfügigen Abstrichen in den vergangenen Jahren. 47,9 % der deutschsprachigen Bundesbürgerinnen und -bürger ab 14 Jahren zählen laut der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2018 des Instituts für Demoskopie Allensbach IfD zu den regelmäßigen Leserinnen und Lesern von Anzeigenblättern (Leser pro Ausgabe/LpA), rund 75,3 % gehören zum weitesten Leserkreis (WLK; Personen, die innerhalb von 12 Erscheinungsintervallen mindestens eine Anzeigenblattausgabe lesen; ivw.eu, 2016; 2019). Im Rahmen der AWA 2016 hatten die entsprechenden Werte 53,2 % (LpA) bzw. 78,3 % (WLK) betragen (bvda.de, 2016). Für das laufende Jahr 2019 wiederum ermittelte das IfD Reichweiten für Anzeigenblätter in Höhe von 48,4 (LpA) bzw. 73,7 % (WLK) (Institut für Demoskopie Allensbach, 2019).

Angesichts der anhaltend stark rückläufigen Auflagen- und Reichweitenentwicklung der Tageszeitungen ist tendenziell und mit Blick auf die nahe Zukunft von einem gewissen Bedeutungszuwachs von Anzeigenblättern auszugehen: Wo Zeitungen als bisher wichtigste Quelle zur lokalen Information nicht mehr so intensiv genutzt werden, schließen Anzeigenblätter vielfach diese Lücke. Hinzu kommen Erkenntnisse aus – allerdings nur stichprobenartig vorgenommenen – Analysen: Gerade „kleinteilige“ bzw. niedrigschwellige lokale Informationen (z. B. Berichte über das örtliche Vereinswesen, Portraits von örtlichen Persönlichkeiten oder Beiträge, in denen es auch „menschelt“) oder Informationen abseits der institutionalisierten Kommunalpolitik, deren Relevanz für das örtliche Gemeinwesen von den Lokalredaktionen der Tagespresse als nicht allzu hoch eingestuft wird, finden oftmals kaum noch Eingang in die tendenziell eher ausgedünnten Lokalteile der Tageszeitungen, sondern haben ihren Platz vielmehr nur noch in Anzeigenblättern. Zu beobachten ist ferner, dass sich die örtliche Berichterstattung insbesondere in solchen Lokalausgaben von Tageszeitungen, deren jeweiliges Verbreitungsgebiet einen kompletten Landkreis umfasst, vielfach auf die dortigen Oberzentren bzw. größeren Kommunen konzentriert, während das örtliche Geschehen in den kleineren und/oder peripheren Gemeinden nur eine eher untergeordnete Rolle spielt. Auch in dieser Hinsicht schließen Anzeigenblätter mit ihren zahlreichen Lokalausgaben eine Lücke in der Nahwelt-Kommunikation, zumal deren lokale Verbreitungsgebiete vielfach deutlich kleinräumiger zugeschnitten sind als dies bei der Tagespresse der Fall ist. Dieser Umstand dürfte in Regionen, in denen Lokalausgaben und -redaktionen von Zeitungen eher zusammengelegt und verkleinert denn ausgebaut und sublokalisiert werden, besonders stark zum Tragen kommen. In dieses Bild passt, dass die im Rahmen der AWA 2018 ermittelten WLK-Werte für Anzeigenblätter in Städten und Regionen mit weniger als 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern zwischen 80 und 84,3 % schwanken und damit um bis zu 10 Prozentpunkte höher liegen als in dichter besiedelten Regionen (BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2018, S. 19).⁸¹

Welche Rolle und welche Funktionen Anzeigenblätter im Rahmen der örtlichen Berichterstattung letztlich einnehmen, lässt sich jedoch – wie bereits in der Antwort der Landeregierung auf die Große Anfrage 22 von 2017 vermerkt (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) – nicht genauer fassen und beschreiben. Zum einen fehlt es dafür an aktuellen empirischen Studien und

⁸¹ Einen Ausreißer nach unten gibt es lediglich in überaus dünn besiedelten Regionen mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, was aber vermutlich eher vertriebsbedingte Gründe haben dürfte (BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V., 2018, S. 19).

belastbaren Daten, zum anderen verhindert das hohe Maß an Heterogenität der Branche verallgemeinerbare Aussagen zur lokalpublizistischen Relevanz dieses Presstyps. Die enorme Bandbreite an unterschiedlichen Rahmenbedingungen, die den redaktionellen Output beeinflussen, betreffen dabei nicht nur Faktoren wie Erscheinungshäufigkeit (von zweimal wöchentlich bis sechsmal jährlich) und damit die Möglichkeiten in puncto Aktualität, sondern insbesondere auch die Größe und personelle Ausstattung der Redaktionen. Gerade in dieser Hinsicht ist von oftmals grundverschiedenen Ausgangs- und Arbeitsbedingungen einerseits in zeitungsverbundenen und andererseits in zeitungsunabhängigen Anzeigenblattverlagen auszugehen. Erstere haben zum Beispiel Möglichkeiten zur Zweit- bzw. Mehrfachverwertung von redaktionellen Leistungen und Rechercheergebnissen (per Transfers von Lokalredaktion Zeitung zu Lokalredaktion Anzeigenblatt) und ebenso Möglichkeiten zur (zumindest phasenweisen) Quersubventionierung von redaktionellen und sonstigen Kosten ihres Anzeigenblatt-„Ablegers“ – Optionen, über die zeitungsunabhängige Verlage in der Regel nicht verfügen dürften. Die lokalpublizistische Bedeutung von Anzeigenblättern wird nicht zuletzt aber auch vom medialen Umfeld und von den Wettbewerbsbedingungen im jeweiligen Verbreitungsgebiet beeinflusst – also davon, wie groß und vielfältig das Angebot an weiteren lokal informierenden Medien (Zeitungen, lokale/regionale Magazine und Zeitschriften, Hörfunk/TV und mehr denn je lokaljournalistische Onlineangebote) ist.

Schließlich spielen auch sonstige strukturelle Gegebenheiten im jeweiligen Verbreitungsgebiet (z. B. ländliche versus städtische Region) eine nicht zu vernachlässigende Rolle: In dünn besiedelten und eher strukturschwachen Regionen sind die Einzugsgebiete der Lokalausgaben von Anzeigenblättern in der Regel großflächiger zugeschnitten. Dort haben die Redaktionen folglich ein größeres Gebiet publizistisch zu versorgen. Das ist entweder mit einem höheren logistischen Aufwand der Redaktionsarbeit verbunden, oder aber es müssen Abstriche bei der „Tiefe“ der Lokalberichterstattung in Kauf genommen werden. Seit Einführung des gesetzlichen Mindestlohns ist aber vor allem auch der Vertrieb von Anzeigenblättern, also die Verteilung an alle Haushalte, gerade in ländlichen Regionen zunehmend zu einem Problem und Kostentreiber geworden. Anlässlich der bereits in der Antwort auf Frage 10 erwähnten Einstellung der u. a. im Oberbergischen Kreis verbreiteten „Wochenpost“-Ausgaben hat der Verlag in einer kurzen Mitteilung an Leserinnen und Leser und Anzeigenkunden die massive Kostensteigerung im Vertrieb als wesentlichen Grund für den Marktrückzug benannt.⁸²

Im Hinblick auf die wirtschaftliche Bedeutung von Anzeigenblättern für die Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen lässt sich bereits aus den Ausführungen zu Frage 10 schlussfolgern, dass diese als hoch einzustufen ist. Nicht anders ist es zu erklären, dass sowohl Angebot als auch Marktgeschehen in diesem Pressesegment im Wesentlichen und großflächig von Zeitungsverlagen beherrscht wird. Sie stellen mehr als die Hälfte aller Titel, zwei Drittel aller Lokalausgaben und sogar mehr als 82 % der Gesamtauflage von Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen. In den bevölkerungsreicheren Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln ist die vorherrschende Marktstellung von Anzeigenblättern aus Zeitungsverlagen oder aus Tochterverlagen von Zeitungsunternehmen sogar noch ausgeprägter. Fast ausnahmslos jede regionale Abonnementzeitung in Nordrhein-Westfalen ist – entweder unmittelbar über den jeweiligen Zeitungsverlag selbst oder mittelbar über eigens unterhaltene Tochterverlage bzw. Mehrheitsbeteiligungen an anderen Verlagen – im Segment der Anzeigenblätter umfassend aktiv; allein der Verlag der „Neuen Westfälischen“ in Bielefeld bildet in dieser Hinsicht nach wie vor eine Ausnahme. Warum sollte Zeitungsverlegern an einer derart dominierenden Position auf diesem Teil des hiesigen Pressemarktes gelegen sein, wenn es sich für sie nicht auch wirtschaftlich lohnen würde und wenn Anzeigenblätter keine Renditen generieren würden?

⁸² Zudem habe man sich gegen die „konkurrierenden Großverlage“ nicht länger behaupten können (wochenpost.de, o. D.).

Und warum sollte wiederum die werbungtreibende Wirtschaft in Deutschland mit netto zuletzt (2019) 1,723 Mrd. € rund 11 % ihrer gesamten, auf Medien gerichteten Werbeinvestitionen in einer Pressegattung platzieren, deren Nutzung als Informationsmedium und deren Leistungen als Werbeträger grundlegend infrage zu stellen wären (zaw.de, 2019)?

Die hohe wirtschaftliche Bedeutung der Anzeigenblatt-Aktivitäten für die Zeitungsverlage verdeutlicht sich auch bei folgender, allerdings nur bundesweit möglichen Betrachtung: In einem insgesamt weitgehend stabilen und nur zuletzt leicht schrumpfenden Werbeumfeld sind laut den Daten des ZAW (zaw.de, 2015, 2019) die auf Tageszeitungen entfallenden Werbeinvestitionen seit dem Jahr 2012 um 31,3 % zurückgegangen; allein seit 2015 betrug das Minus 16,3 %. Demgegenüber waren die Einbußen der Anzeigenblätter mit 13,9 bzw. 4,9 % weitaus moderater. Konnten Anzeigenblätter 2012 rein rechnerisch erst 61,9 % der Netto-Werbeinnahmen der Tagespresse für sich verbuchen, so ist dieser Anteil inzwischen auf 77,6 % gestiegen. In absoluten Zahlen ist der Abstand zwischen beiden Werbeträgern in dieser Zeit von ca. 1,23 Mrd. € auf nur noch 496,3 Mio. € zusammengeschmolzen. So gesehen können die Aktivitäten der Zeitungsverlage auf dem Markt der Anzeigenblätter als stabilisierender Faktor für ihre Geschäftsentwicklung gewertet werden.

Die wirtschaftliche Bedeutung von Anzeigenblättern für die Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen in betriebswirtschaftliche Kennziffern zu fassen, ist allerdings nur punktuell möglich, da die meisten Verlage keine nach Mediengattungen aufgeschlüsselten Bilanzzahlen veröffentlichen. Einzelfalldarstellungen sind aber gleichwohl möglich – etwa für die Rheinische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG (Köln). Es handelt sich dabei um eine Verlagsholding, die je zur Hälfte der Mediengruppe DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG und der Heinen-Verlag GmbH (Träger der Redaktion der „Kölnischen Rundschau“) gehört und die ihrerseits im Allein- oder Mehrheitsbesitz mehrerer Anzeigenblatt-Verlage im Regierungsbezirk Köln ist. 2017 erzielte die Holding Umsatzerlöse in Höhe von ca. 74,1 Mio. € und einen Gewinn (nach Steuern) in Höhe von 9,4 Mio. € (Bundesanzeiger, 2019). Zum Vergleich: Bei der DuMont Mediengruppe selbst beliefen sich die entsprechenden Werte auf rund 614,6 Mio. € bzw. 5,9 Mio. € (Konzerngewinn; Bundesanzeiger, 2019), beim Heinen-Verlag auf 5,8 bzw. 1,4 Mio. € (Bundesanzeiger, 2019). Unter Verweis auf entsprechende Angaben im Bundesanzeiger und laut einer im Branchendienst „medien.politik – Quartalsberichte zur deutschen Medienwirtschaft“ der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di für das erste Quartal 2019 veröffentlichten Aufstellung steuerten die Anzeigenblätter der Funke Mediengruppe im Jahr 2017 mit einem Umsatz von rund 164 Mio. € etwa 13 % zum Gesamtumsatz des Konzerns bei (Hautsch, 2019a). Beim Verlag des „Mindener Tageblatts“ hat dessen Anzeigenblatt „Weserspucker“ im Jahr 2017 mit Umsatzerlösen in Höhe von knapp 1,7 Mio. € etwa 8 % zu den Gesamterlösen aus dem Verlagsgeschäft beigetragen (Bundesanzeiger, 2019). Die nur exemplarisch genannten Zahlen verdeutlichen, dass Anzeigenblättern nicht nur dann ein erheblicher ökonomischer und betriebswirtschaftlicher Stellenwert für Zeitungsverlage beizumessen ist, wenn es sich dabei um in Konzernstrukturen eingebundene Großanbieter handelt. Auch für vergleichsweise kleine Lokalverlage, die mit nur einem Anzeigenblatt-Titel in einem lokal eng begrenzten Verbreitungsgebiet am Markt vertreten sind, haben die verlegerischen Aktivitäten in diesem Pressesegment eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung.

56. *Wie viele Fernsehsender mit lokalen Programminhalten haben seit 2016 in Nordrhein-Westfalen eine Lizenz beantragt und wie wurde in diesen Fällen entschieden?*

Seit 2016 gab es einen neuen Antragsteller im Bereich „lokales Fernsehen“: Alaaf TV. Die Lizenzierung erfolgte durch die Medienkommission der LfM im September 2019 (Kommunikation mit der LfM, Dezember 2019).

57. *An welchen Fernsehsendern in Nordrhein-Westfalen mit lokalen Programminhalten sind Zeitungsverlage beteiligt, wie hoch ist der jeweilige Anteil, und welche Veränderungen gibt es seit 2016?*

Kenntnisstand der Landesregierung ist, dass derzeit kein Verlag an einem Fernsehsender mit regionalen/lokalen Programminhalten in Nordrhein-Westfalen beteiligt ist. Die Rheinische Post stellte den Sender Center TV Region Düsseldorf- Neuss (kurz Center TV Düsseldorf) zum Jahr 2018 ein (Hein, 2017; meedia.de, 2017b). Darüber hinaus hatte sie bis vor ca. zwei Jahren eine Beteiligung an Studio 47 in Duisburg (30 %) und an Cityvision (60 %), die sie jedoch vor zwei Jahren zurückgenommen hat (DJV NRW Journal, 2017a). Seitdem sind die Sender verlagsfrei, Cityvision Mönchengladbach ist derzeit überdies ohne Ausstrahlung (Kommunikation mit der LfM, Dezember 2019).

VI. Redaktionelle Kooperationen

58. *Wie bewertet die Landesregierung Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt WDR und Zeitungsverlagen und welche Erfahrungswerte gibt es hierzu aus anderen Bundesländern?*

Der WDR schloss sich im Jahr 2014 einer bereits zwischen dem NDR und der Süd-deutschen Zeitung bestehenden „Recherchekooperation“ an. Diese – auf Dauer angelegte – Zusammenarbeit hat ausweislich des Kooperationsberichts des WDR gemeinschaftliche Recherchen bzw. den Austausch von Rechercheergebnissen zum Ziel, sowohl zu Themen von nationaler als auch internationaler Bedeutung. Daneben arbeitet der WDR ausweislich seines Kooperationsberichts im Einzelfall anlass- und themenbezogen auf freiwilliger Basis mit Zeitungen bei der Recherche zusammen. Innerhalb ihrer Recherchekooperation haben die beteiligten Akteurinnen und Akteure etwa über Steuersparmodelle in Luxemburg und anderen Ländern, die Panama Papers, einen Hackerangriff auf die Netzwerke der Bundesregierung oder die VW-Abgasaffäre berichtet (zu einer journalistischen Bewertung der Kooperation siehe auch Burgmer, 2017).

Eine Zusammenarbeit über Haus- und Mediengrenzen hinweg gehört zu einer guten journalistischen Arbeit. Sie kann insbesondere zur Qualität der Berichterstattung beitragen. Andererseits kann sich aus Kooperationen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten mit Dritten die Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung oder auch einer Vielfaltsverengung im journalistischen Bereich ergeben. Deswegen sind klare gesetzliche Vorgaben für Kooperationen des WDR mit Dritten sinnvoll und notwendig.

Solche gesetzlichen Vorgaben finden sich im WDR-Gesetz, das die rechtlichen Rahmenbedingungen für eine Zusammenarbeit des WDR im Rahmen seines Auftrags vorgibt. So sieht § 3 Abs. 10 WDR-Gesetz vor, dass der WDR zur Erfüllung seines Auftrags mit Dritten zusammenarbeiten kann und auch die Möglichkeit zu journalistischer Zusammenarbeit besitzt.

§ 7 Abs. 2 WDR-Gesetz regelt zur Zusammenarbeit des WDR mit Dritten, dass bei der Entscheidung über die Zusammenarbeit und bei der Auswahl seiner Partner der WDR im Rahmen seiner Programmfreiheit den Zielen der Meinungsvielfalt Rechnung zu tragen und diskriminierungsfrei vorzugehen hat. Zugleich regelt er, dass zu den Rahmenbedingungen und zur vertraglichen Ausgestaltung bei auf Dauer angelegten oder sonst erheblichen Kooperationen der WDR auf Vorschlag der Intendantin oder des Intendanten Richtlinien erlässt, die im Online-Angebot des WDR zu veröffentlichen sind. Der WDR hat aufgrund dieser gesetzlichen Bestimmung eine Kooperationsrichtlinie vom 24.10.2016 erlassen und im Internet veröffentlicht (WDR-Kooperationsrichtlinien, 2016).

Des Weiteren sieht das WDR-Gesetz vor, dass der WDR-Rundfunkrat Entscheidungen über Kooperationen zuzustimmen hat (§ 16 Abs. 2 Satz 2 Nr. 8, Satz 6 in Verbindung mit Abs. 6 Nr. 2 WDR-Gesetz). Abschlüsse von Kooperationsverträgen mit erheblicher Bedeutung für den Haushalt oder die Personalwirtschaft der Anstalt bedürfen darüber hinaus der Zustimmung des Verwaltungsrats (§ 21 Abs. 3 Nr. 13 WDR-Gesetz).

Erfahrungswerte aus anderen Bundesländern sind der Landesregierung nicht bekannt.

59. Haben seit 2016 redaktionelle oder in darüber hinausgehenden Tätigkeitsfeldern (z. B. Digital, Recherche, Wochenendbeilagen, Reise etc.) Kooperationen zwischen Zeitungsverlagen zugenommen? Wenn ja, welche? Und wie bewertet die Landesregierung diese?

Die meisten der in der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 genannten Kooperationen zwischen Zeitungsverlagen bestehen weiterhin. Die Bereiche, in denen Verlage kooperieren, sind weiterhin sehr vielfältig. Sie reichen von regionaler und überregionaler redaktioneller Zusammenarbeit über die Supplement-Produktion (z. B. prisma), den gemeinsamen Vertrieb von Zeitungen, die Zusammenarbeit bei Onlineportalen (z. B. kalay-do.de), Apps und IT-Lösungen bis hin zu häufig umfangreichen Kooperationen für die Werbeakquisition (Anzeigenringe).

Die Anzahl der redaktionellen Kooperationen hat seit 2016 in Nordrhein-Westfalen deutlich zugenommen. Wie bereits in der Antwort zu Frage 1 erläutert, sind hier zunächst die folgenden zwei Kooperationen zu nennen: Die Ruhr Nachrichten und der Zeitungsverlag Rubens gründeten im Sommer 2017 eine Gemeinschaftsredaktion. Die Medienhäuser Neue Westfälische, Lippische Landes-Zeitung und das Mindener Tageblatt fusionierten im Frühjahr 2019 ihre überregionale und regionale Berichterstattung (siehe Frage 1).

Im Mai 2019 starteten vier Zeitungen der Funke Gruppe (WAZ, NRZ, WP, WR), Aachener Nachrichten, Aachener Zeitung, General-Anzeiger Bonn, Hellweger Anzeiger, Kölnische Rundschau, Rheinische Post und Ruhr Nachrichten im Zuge der Europawahlen eine gemeinsame Europaserie. Mit dieser Initiative wollten die Zeitungen „Europa erklären, es im Alltag erlebbar machen und [...] gemeinsam ein starkes Zeichen für die Relevanz von Europa und die europäischen Kerngedanken“ setzen (funkemedien.de 2018).

Seit dem 1. Januar 2019 arbeiten die Rheinische Post und das Bocholter-Borkener Volksblatt im redaktionellen und technischen Bereich sowie im überregionalen Anzeigengeschäft zusammen (rheinischepostmediengruppe.de, 2017). Welches Ausmaß die Kooperation annimmt, kann nicht im Detail nachvollzogen werden.

Ebenfalls seit Anfang 2019 beliefert die Rheinische Post die von Aschendorff Medien verlegte Münstersche Zeitung mit überregionalen Inhalten. Im Rahmen dieser Kooperation

liefert die Rheinische Post Beiträge ihrer Berliner Parlamentsredaktion und ihrer Fachressorts der Düsseldorfer Zentralredaktion nach Münster. Dort werden die erhaltenen Inhalte dann von der Münsterschen Zeitung aufgearbeitet. (rheinischepostmediengruppe.de, 2018b).

Mitte 2018 übernahm die Rheinische Post Mediengruppe alle Anteile des Bonner General-Anzeigers (rheinischepostmediengruppe.de, 2018a). Welche Auswirkungen diese Übernahme auf mögliche redaktionelle Kooperationen hat, kann nicht im Detail nachvollzogen werden.

Der Zeitungsverlag Rubens, der den Hellweger Anzeiger herausgibt, und das Medienhaus Lensing (Verlag der Ruhr Nachrichten) gründeten Mitte 2017 das Redaktionsnetz Westfalen (RNW). Das RNW produziert den Mantel für alle in den beiden Verlagen erscheinenden Titel und steht auch für weitere Verlage offen. Die alte Mantelredaktion der Ruhrnachrichten in Dortmund wurde damit geschlossen. Das RNW ist nun in Unna ansässig (Ürük, 2017). Das RNW wird vom RND (Redaktionsnetzwerk Deutschland) der Madsack Mediengruppe mit überregionalen Inhalten beliefert (madsack.de, 2017).

Der Aschendorff Verlag (Westfälische Nachrichten) und der Verlag des Westfalen-Blatts sind seit Anfang 2019 Tochtergesellschaften der von ihnen zusammen ge-gründeten Westfälischen Medien Holding AG (wn.de, 2019).

Darüber hinaus arbeitet das Westfalen-Blatt (WB) seit März 2019 redaktionell im Rahmen des Lokalsports in Ostwestfalen Lippe mit der Neuen Westfälischen (NW) zusammen. Die NW übernimmt in diesem Rahmen die Berichterstattung des WBs für den Lokalsport aus den Kreisen Paderborn, Höxter und dem Altkreis Lübbecke. Im Gegenzug übernimmt das WB von der NW die Berichterstattung für Bielefeld, die Kreise Gütersloh, Herford sowie Bad Oeynhausen (Blümel, 2019).

Onlineportale und Apps

Die folgenden Verlage arbeiten mit dem Fußballportal FuPa.net zusammen und liefern jeweils Informationen aus dem deutschen Amateurfußball. Jeder Verlag ist dabei für eine eigene Region in Nordrhein-Westfalen zuständig:

- Rheinische Post: Niederrhein
- Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten: Westrhein
- DuMont: Mittelrhein
- Siegener Zeitung: Südwestfalen
- Neue Westfälische und Haller Kreisblatt: Ostwestfalen

Das westfälische Fußballportal westline.de, das zuletzt den Ruhr Nachrichten und der Recklinghäuser Zeitung gehörte, wurde im Juni 2019 aufgrund von rückläufigen Werbeeinnahmen eingestellt (westline.de, 2019).

Beilagen, Supplements

Kooperationen bestehen weiterhin. Änderungen sind nicht bekannt.

Kooperation bei Reisebeilagen

Die Kooperationen im Bereich der Reisebeilagen bestehen weiterhin. Hier sind keine Änderungen bekannt.

Gemeinsames Marketing, Anzeigen Akquisition

Die größte Vermarktungsallianz von Verlagshäusern in Nordrhein-Westfalen, die sich mit der Akquisition von Anzeigen beschäftigt, ist die Score Media Group GmbH. Die Zeitungen Westfälische Nachrichten, WAZ, Westfälischer Anzeiger, Neue Westfälische, Rheinische Post, Westfalen-Blatt, Aachener Zeitung, Express, Lüdenscheider Nachrichten, Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau, Neue Ruhr Zeitung, Ruhr Nachrichten, Westfälische Rundschau, und Westfalenpost sind bereits seit 2016 Kunden. Seitdem sind 2017 noch die Westdeutsche Zeitung, die Siegener Zeitung und die Aachener Nachrichten dazu gekommen (score-media.de, o. D.).

Darüber hinaus gibt es vermutlich noch weitere Kooperationen in den Bereichen Daten, Datenanalyse, Verwaltung, IT etc., die im Detail nicht mit angemessenem Aufwand zu recherchieren sind.

Die hier aufgeführten sehr unterschiedlichen Kooperationsformen entziehen sich einer generellen Bewertung. Kooperationen, die der verbesserten Lesersprache, der optimierten Vermarktung und damit letztlich der Vielfaltssicherung dienen, werden von der Landesregierung begrüßt. Kooperationen, die eigenständige redaktionelle Leistungen ersetzen, sind differenziert zu betrachten. Einerseits können sie kritisch bewertet werden, weil sie tendenziell die Angebotsvielfalt reduzieren. Andererseits können sie einen positiven Beitrag dazu leisten, dass Zeitungsangebote betriebs-wirtschaftlich insgesamt besser aufgestellt sind. Eine seriöse betriebswirtschaftliche Bewertung kann die Landesregierung indes nicht leisten.

VII. Sicherung der Zeitungsvielfalt

60. Welche Maßnahmen wurden seit 2016 in den EU-Mitgliedsstaaten zur Förderung von Zeitungsverlagen und speziell zur Förderung der Zeitungsvielfalt unternommen (Auflistung mit den jeweiligen Förderinstrumenten wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc.)?

Hier wird auf eine aktuelle Untersuchung der Wissenschaftlichen Dienste des deutschen Bundestages aus dem Jahr 2019 verwiesen.

Tab. 60.1 Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags (2019)

Land	Presseförderung
Belgien	Indirekt: Befreiung von der Mehrwertsteuer für gedruckte und Tagespresse, 6 % für Magazine (Standard: 21%); ausgenommen ist die digitale Presse; reduzierte Posttarife; besondere Konditionen für Journalistinnen und Journalisten für Bahnfahrten. Direkt: in der französischsprachigen Region für alle Tageszeitungen Vertriebshilfen, Hilfen für Entwicklung und Erneuerung der Medien sowie für internationale Journalisten-ausbildung.
Bulgarien	Keinerlei Presseförderung; kein reduzierter Mehrwertsteuersatz.
Dänemark	Indirekt: Befreiung von der Mehrwertsteuer (0 %), aber Standardrate (25 %) für digitale Publikationen. Direkt: Zeitungen und Veröffentlichungen mit politischem und kulturellem Inhalt, die mindestens drei Journalistinnen bzw. Journalisten beschäftigen, können eine Förderung basierend auf den eingesetzten Produktionskosten

Land	Presseförderung
	erhalten. Die Förderung ist sowohl für Print- als auch für digitale Publikationen. Gesamtsumme der Förderung beträgt 60 Millionen Euro.
Deutschland	Indirekt: reduzierter Mehrwertsteuersatz von 7 % (Standard: 19 %) sowohl für Printmedien im Einzelverkauf als auch für Abonnements und Zeitschriften – sowie: reduzierte Posttarife.
Estland	Indirekt: reduzierte Mehrwertsteuer (9 %) für Zeitungen/Presse, vorausgesetzt sie sind Abonnementzeitungen mit einer Abonnementzeit von mindestens einem Monat, ansonsten: 20 %. 24 % in allen anderen Fällen und für digitale Produkte. Direkt: Direkte Subventionen: a) für den Vertrieb und die Anlieferung in ländliche Regionen (1.94 Millionen Euro), b) 1.28 Millionen unmittelbar an „Kultuurileht“, eine Stiftung, die die wichtigsten Kulturzeitschriften und Magazine in Estland veröffentlicht.
Finnland	Indirekt: Befreiung von der Mehrwertsteuer (0 %) für Publikationen von gemeinnützigen Organisationen, für Zeitungen im Abonnement: 10%. Der Standardsatz für Einzelexemplare im Verkauf und digitale Produkte beträgt 24 %. Direkt: Es gibt ein System direkter Förderung durch die Regierung, die für Zeitungen in schwedischer Sprache und Minderheitensprachen ausgelegt ist. (500.000 Euro in 2016/2017). Es handelt sich um eine automatische Förderung, die auf Antrag gewährt wird. Förderung besteht auch für Innovationen in den Medien, die allerdings nicht medien-spezifisch konzipiert ist. Sie wurde vom Ministerium für Transport und Kommunikation eingeführt und wird von der Organisation Tekes (Finish Funding Agency for Innovation) verwaltet. In den Jahren 2015 – 2018 wurden insgesamt 20 Millionen Euro zur Verfügung gestellt.
Frankreich	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz für Zeitungen: 2,1 % (Standard: 20 %) sowohl für Einzelexemplare als auch für Abonnementzeitungen; 2,1 % auch für digitale Produkte. 20% für Zeitungen, die hauptsächlich Werbung, private Anzeigen oder pornographisches Material enthalten. Direkt: Direkte Unterstützungen für wirtschaftlich schwache Zeitungen in Form von Vertriebsförderungen (Transport). Unterstützung durch diverse Fonds
Griechenland	Indirekt: Für bestimmte Zeitungen und Bücher (auch e-books) kann ein reduzierter Mehrwertsteuersatz von 6 % gewährt werden. Für digitale Produkte beträgt der Mehrwertsteuersatz 24 %. Auch reduzierte Post- und Telefentarife sind möglich.

Land	Presseförderung
Großbritannien	Indirekt: Befreiung von der Mehrwertsteuer (0 %) für Bücher, Magazine und Zeitschriften. Standardsatz von 20 % für digitale Produkte.
Irland	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 9 %. Senkung der Mehrwertsteuer für e-books auf 9 % im Jahr 2019. Standardsatz von 23 % (2018: 20 %) für digitale Produkte.
Italien	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer von 4 % (Standard: 22 %) für Zeitschriften und digitale Produkte. (z. B. newsletter). Standardsatz für pornographische Zeitungen, Periodika und bestimmte Kataloge. Direkt: Direkte Subventionen an Zeitungen und Zeitungen, die von Parteien publiziert werden sind seit 2010 stetig abgebaut worden.
Kroatien	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer für Zeitungen / Periodika (ausgenommen Zeitungen / Periodika mit mehr als 50 % Werbung), ab 2019 senkt Kroatien die Mehrwertsteuer von 25 % auf 24 % ab. Die Mehrwertsteuer für Tageszeitungen mit weniger als 50 % Werbung und für e-Books wird auf 5 % gesenkt.
Lettland	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer: 12% gegenüber Standard: 21% für digitale Produkte.
Litauen	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer: 9 % gegenüber Standard: 21 % für digitale Produkte.
Luxemburg	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz/Zwischensteuersatz von 14 %; Standard: 17 % für digitale Produkte. Direkt: Verschiedene Formen der Unterstützung von Medien durch die „Pressehilfe“.
Malta	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 5 % gegenüber Standard: 18 % für digitale Produkte.
Niederlande	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 6 % gegenüber Standard: 21 % für digitale Produkte. Im Jahr 2019 wird der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 6 % auf 9 % angehoben. Direkt: Förderung durch Fonds für Zeitungen mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten.
Österreich	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer von 10 % gegenüber Standard: 20 % für digitale Produkte. Direkt: Förderungen aufgrund des Presseförderungsgesetzes von 2004 für Tages- und Wochenzeitungen sowie für die Förderung der Pressevielfalt sowie für die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten, für die Einstellung ausländischer Korrespondenten. Das System der direkten Subventionen soll überarbeitet werden, wobei die Anzahl der in einer Redaktion beschäftigten Journalistinnen und Journalisten sowie digitale Innovationen stärker berücksichtigt werden sollen.

Land	Presseförderung
Polen	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer von 8 % für gedruckte Zeitungen mit einer ISSN; ausgenommen sind Zeitungen mit einem Anteil von mindestens 67 % Werbung. Standardsatz: 23 %. Am 1. April 2019 wird die Mehrwertsteuer auf e-Books von 23 % auf 5 % gesenkt, die für digitale Zeitungen von 23 % auf 8 %.
Portugal	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer von 6 % für Zeitungen und Magazine. Standardsatz von: 23 % für digitale Produkte. Direkt: Unterstützung der Presse durch den Staat ist in der Verfassung zugesichert und damit regierungsunabhängig zu gewähren. 1.5 Millionen Euro werden für lokale und regionale Zeitungen sowie für lokale Radiosender zur Verfügung gestellt. Nationale Zeitungen sind von dieser Unterstützung ausgenommen. Voraussetzung für die Förderung sind die Beschäftigung einer bestimmten Anzahl von Journalistinnen und Journalisten sowie die Veröffentlichung einer bestimmten Menge von Exemplaren. Profiteure dieser Regelung sind 120 bis 150 Zeitungen. 40 % der Kosten für postalischen Zeitungsvertrieb lokaler und regionaler Zeitungen mit allgemeinem Inhalt werden von der Regierung finanziert. Diese staatliche Unterstützung erfahren auch andere Medien.
Rumänien	Indirekt: 5 % für Zeitungen, Standardsatz von 20 % für digitale Produkte.
Schweden	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 6 % (Standard: 25 %) für Printmedien. Der Standardsatz findet auch auf digitale Produkte Anwendung. Direkt: Beihilfen des Staates für wirtschaftlich in Not geratene Zeitungen.
Slowakische Republik	Mehrwertsteuersatz: 20 %, keine Steuervergünstigung für Zeitungen.
Slowenien	Indirekt: Reduzierte Mehrwertsteuer von 9,5 %, Standardsatz von 22 % für digitale Produkte.
Spanien	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 4 % für Zeitungen, deren Einnahmen aus Werbung weniger als 75 % betragen. Der Standardsatz von 21 % findet auch auf digitale Publikationen Anwendung.
Tschechische Republik	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 10 % für Zeitungen; Standardsatz von 21 % auch für digitale Produkte:
Ungarn	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz: 5 % für Zeitungen. Standard: 27 % für Werbematerialien und Zeitungspapier ebenso wie für digitale Publikationen.
Vereinigtes Königreich	Indirekt: Befreiung von der Mehrwertsteuer („Zero-Rate“) für das geschriebene Wort (Bücher, Zeitungen, Magazine) durch Unterstützung von der UK-Industrie. Standardsatz von 20 % für digitale Produkte.

Land	Presseförderung
Zypern	Indirekt: Reduzierter Mehrwertsteuersatz von 5 % für Zeitungen; der Standard-Satz von 19 % findet auf digitale Produkte Anwendung.

Quelle: Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags (2019)

Detaillierte Darstellung der Förderungen in **Österreich:** Indirekt gefördert wird die Presse in Österreich durch einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für Zeitungen von 10 % und einem reduzierten Mehrwertsteuersatz auf den Vertriebslös von 7 %. Außerdem wird die Postzustellung vergünstigt.

Die direkten Förderungsmaßnahmen sind vielfältig. Verlegerinnen und Verleger von Tages- und Wochenzeitungen haben die Möglichkeit, „Zuschüsse zu den Ausbildungskosten für Nachwuchsjournalisten, Zuschüsse zu den Kosten angestellter Auslandskorrespondenten und eine Refundierung für die Gratisabgabe von Tages- und Wochenzeitungen an Schulen“ (Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags, 2019, S. 20) zu erhalten. Darüber hinaus können auch Vereinigungen für Leseförderung oder Journalistenausbildung, Presseklubs und Forschungen zum Pressewesen sowie die Selbstkontrolle der Presse gefördert werden (Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags, 2019, S. 22).

Veränderung seit 2016:

Frankreich: Die direkte Förderung der Presse erfolgt über diverse Fonds, aus denen Subventionen an wirtschaftlich schwache Zeitungen vergeben werden. Im April 2016 wurde ein neuer Fonds eingeführt, der „Zeitungshäuser bei der Anpassung an neue Informationstechnologien“ (Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags, 2019, S. 12) unterstützen soll. 2018 wurden damit 126 Medien gefördert (ebd.).

Italien: Seit 2016 sollen, ausgehend von einer Gesetzesveränderung, nur noch Zeitungen von politischen Parteien gefördert werden (Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags, 2019, S. 16).

Luxemburg: Im Januar 2017 wurde ein „temporärer Fördermechanismus für die Entwicklung von Online-Medien eingeführt“ (Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags, 2019, S. 18). Damit sollen insbesondere neue, hauptsächlich online agierende Akteurinnen und Akteure auf dem Medienmarkt unterstützt werden, wenn sie bestimmte Qualitätskriterien erfüllen (ebd.).

Schweden: Die bereits bestehenden direkten Fördermaßnahmen wurden 2019 um ca. 20 % auf eine Fördersumme von insgesamt 66 Millionen Euro erhöht. Damit soll die Medienförderung nun plattformunabhängig weitergeführt werden. Das heißt, auch ausschließlich digitale Angebote können nun Förderungen erhalten (Wolff, 2018). Zusätzlich sollen medienarme Kommunen pro Jahr ca. 100.000 Euro zur Förderung des dortigen Lokaljournalismus bekommen (Reith, 2018).

61. Gibt es in der Bundesrepublik Deutschland Veränderungen bei der Förderung von Zeitungsverlagen seit 2016?

Durch das 2017 verabschiedete 9. Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (9. GWB-ÄndG) haben Verlage mehr kartellrechtliche Freiheiten bekommen, die es ihnen erlauben, stärker miteinander zu kooperieren. Seitdem

sind Vereinbarungen von Zeitungs- oder Zeitschriftenverlagen über eine verlagswirtschaftliche Zusammenarbeit vom Kartellverbot des § 1 GWB ausgenommen. Dies gilt, soweit die Vereinbarung den Beteiligten ermöglicht, ihre wirtschaftliche Basis für den intermediären Wettbewerb zu stärken. Dies gilt explizit nicht für eine redaktionelle Zusammenarbeit. Die Gesetzesänderung ist bis Ende 2027 befristet.

Nachdem die Europäische Union 2018 beschlossen hat, dass die Mitgliedstaaten den Mehrwertsteuersatz für (digitale) Medien selbst festlegen können, wurde im November 2019 vom Bundestag ein Jahressteuergesetz verabschiedet, das einen reduzierten Mehrwertsteuersatz von 7 % statt 19 % auch auf digitale Produkte der Presse vorsieht. Darunter fallen auch Webseiten oder in Apps publizierte E-Paper, Einzelpublikationen von Zeitungen, Zeitschriften und Bücher. Ebenso gilt der neue Mehrwertsteuersatz für gebündelte Angebote von Büchern, Zeitschriften und Zeitungen aus Datenbanken (Saal, 2019).

Der Bundestag hat am 29. November 2019 beschlossen, Abonnementzeitungen und Anzeigenblätter mittels Zustellungsförderung zu unterstützen. Dafür wurden 40 Millionen Euro in den Bundeshaushalt 2020 eingestellt. Die Förderung soll auf fünf Jahre begrenzt sein und ist bis zur Vorlage eines Gesamtkonzepts gesperrt (zeit.de, 2019).

62. *Hält die Landesregierung die bestehenden Maßnahmen in Deutschland für ausreichend? Wenn ja, warum? Wenn nein, welche Initiativen zur Stärkung der Zeitungsvielfalt hält die Landesregierung für sinnvoll?*

Die rasanten Veränderungen in der Medienwelt im Zuge des digitalen Wandels machen es notwendig, permanent zu überprüfen, ob die bisherigen Regeln und Maßnahmen zur Sicherung der Medienvielfalt ausreichen oder verbessert werden müssen.

Die Landesregierung begrüßt es, dass es angesichts des Drucks auf die Medienvielfalt inzwischen eine breite politische und gesellschaftliche Debatte über geeignete Rahmenbedingungen und Fördermöglichkeiten für unabhängigen Journalismus gibt. Von zentraler Bedeutung ist dabei aus Sicht der Landesregierung stets die Beachtung des Grundsatzes der Staatsferne, also, dass keine direkte oder indirekte Einflussnahme auf journalistische Inhalte stattfindet oder ermöglicht wird.

Bislang gibt es in Deutschland lediglich eine indirekte Förderung von Zeitungsverlagen über geeignete gesetzliche Rahmenbedingungen (siehe dazu auch Frage 64), z. B. einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für gedruckte Zeitungen (perspektivisch auch für digitale Formate) und technologie- und anbieterneutrale Journalismusförderung einzelner Landesmedienanstalten. Bei der gesetzlichen Einführung des Mindestlohns erhielt die Zeitungsbranche für Zustellerinnen und Zusteller eine zweijährige Übergangszeit. Aktuell hat der Bundestag eine Förderung der Zustellung von Abonnementzeitungen und Anzeigenblättern beschlossen. Dies begrüßt die Landesregierung im Grundsatz (siehe dazu auch Frage 61 und Frage 67).

63. *Welche weiteren Stiftungen zum Thema Journalismus/Journalismusförderung sind in Nordrhein-Westfalen aktiv? Wer ist daran beteiligt, welche Ziele werden verfolgt, und wie ist deren Wirksamkeit zu bewerten?*

In der Tabelle 63.1 sind alle in Nordrhein-Westfalen ansässigen Stiftungen aufgelistet, die in nachvollziehbarer Form Journalismus fördern. Ziel der Stiftungen ist meistens die Förderung von Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten und deren Ausbildung (Dr. Alexander und Rita

Besser-Stiftung, Erika und Ekmar Schoeneberg-Stiftung, Friedrich und Isabel Vogel-Stiftung, KNA-PROMEDIA-Stiftung, Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., Pressestiftung RWV, Stiftung Wirtschaftsjournalismus, Vor Ort NRW – LfM-Stiftung für Lokaljournalismus gGmbH (seit 2019 Journalismus Lab der LfM)). Die Pressestiftung RWV, das Journalismus Lab der LfM und die Stiftung Pressehaus NRZ haben sich darüber hinaus die Medienvielfalt als Ziel gesetzt. Die Hans-Oelschläger-Stiftung, die Pressestiftung RWV, die Stiftung Wirtschaftsjournalismus und auch das Journalismus Lab der LfM vergeben außerdem Preise für journalistische oder verlegerische Leistungen.

Das Science Media Center in Köln, dessen Gesellschafter zu 90 % die Klaus Tschira Stiftung und zu 10 % die Wissenschafts-Pressekonferenz e. V. sind, hat sich zur Aufgabe gemacht, verantwortungsvolle und unabhängige Berichterstattung über Wissenschaft und Forschung zu fördern (Görlitzer, 2016).

Tab. 63.1 in Nordrhein-Westfalen ansässige Stiftungen, die Journalismus fördern

Stiftungsname	Sitz	Beschreibung
Brost-Stiftung	Essen	Die meisten Projekte sind im Bereich Kunst, Kultur, Jugend- und Altenhilfe sowie mildtätige Maßnahmen zu verorten. Die Stiftung hat das Erich Brost-Institut für Journalismus in Europa in Dortmund gegründet und das gemeinnützige Recherchezentrum CORRECTIV finanziell unterstützt
Dr. Alexander und Rita Besser-Stiftung	Essen	Seit 1994 stellt die Stiftung regelmäßig Mittel für das Programm „Wissenschafts- und Auslandsjournalismus“ der Studienstiftung des deutschen Volkes zur Verfügung. Mit dem Programm werden längerfristige Volontariate und Praktika in Redaktionen, Verlagen, Rundfunk- oder Fernsehstationen sowie Studien an Journalistenschulen unterstützt.
Erika und Ekmar Schoeneberg-Stiftung	Essen	Zweck der Stiftung ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung sowie von Bildung und Erziehung, insbesondere die Förderung des Nachwuchses auf juristischem, historischem und journalistischem Gebiet.
Friedrich-Ebert-Stiftung e. V.	Bonn	Fördert die Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten mit einem bundesweiten Angebot von Seminaren und Webinaren sowie Stipendien für Studierende mit Ambitionen im Journalismus.
Friedrich und Isabel Vogel-Stiftung	Essen	Zweck der Stiftung ist die Förderung der Aus- und Fortbildung von Wirtschaftsjournalisten und die Förderung von Wirtschaftskenntnissen im Journalismus.
Hans-Oelschläger-Stiftung	Essen	Zweck der Stiftung ist die Förderung von Volksbildung auf dem Gebiet der Pflege der deutschen Sprache, insbesondere durch die Aussetzung eines Hans-Oelschläger-Preises für Journalistinnen und Journalisten in Rundfunk und Fernsehen, die durch entsprechende Sendungen das Empfinden für klares, gutes Deutsch stärken und dabei kritisch mit Modebegriffen und Leerformeln umgehen. Der Preis soll in Verbindung mit den von der Gesellschaft für Deutsche Sprache verliehenen Sprachpreisen im zweijährigen Rhythmus an einen oder mehrere Preisträger vergeben werden.

Stiftungsname	Sitz	Beschreibung
Heinz-Kühn-Stiftung	Düsseldorf	Förderung begabter, junger Journalistinnen und Journalisten aus Nordrhein-Westfalen mit Auslandsstipendien. Außerdem werden junge ausländische Journalistinnen und Journalisten mit Stipendien unterstützt.
KNA-PROMEDIA-Stiftung	Bonn	Förderung der Ausbildung junger katholischer Journalistinnen und Journalisten.
Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.	Bonn	Unterstützung von angehenden Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten mit Stipendien und Lehrangeboten im Rahmen ihrer Journalisten-Akademie.
Lothar und Ulrike Kaiser-Stiftung	Remscheid	Stiftungszweck ist die Förderung von Bildung (teilweise auch von Journalistinnen und Journalisten) und Erziehung in Deutschland sowie von Jugendhilfe, Kultur, Sport und hilfsbedürftigen Personen in Remscheid.
Mercator	Essen	Fördert das Programm „Kartographen – Stipendienprogramm für Journalistinnen und Journalisten“. Im Rahmen dieses Projektes wird Journalistinnen und Journalisten ermöglicht, umfassende Recherchen zu gesellschaftsrelevanten Themen durchzuführen. Außerdem fördert es die Entwicklung neuer Erzählformate.
Stiftung Pressehaus NRZ	Essen	Zweck der Stiftung ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung, Bildung und Erziehung, Kunst und Kultur mit dem Ziel der Förderung der Medienvielfalt , insbesondere des Erhalts und der Stärkung einer unabhängigen Presse.
Pressestiftung RWV	Essen	Die Gesellschaft dient der Förderung von Wissenschaft und Forschung, Bildung und Erziehung, Kunst und Kultur mit dem Ziel der Förderung der Medienvielfalt, insbesondere dem Erhalt und der Stärkung einer unabhängigen Presse . Die Gesellschaft fördert ferner die Völkerverständigung. Die Förderung des Gesellschaftszwecks erfolgt insbesondere durch folgende Maßnahmen, wobei die Gesellschaft diese selbst oder durch Zuwendung von Geldmitteln durch Dritte durchführen kann: Aus- und Fortbildung von Journalistinnen und Journalisten und Verlagspersonal einschließlich der Vergabe von Stipendien; Verleihung von Preisen an Journalistinnen und Journalisten und Verlagspersonal; Forschungs- und Modellprojekte auf dem gesamten Gebiet des Pressewesens und der übrigen Medien; Herausgabe von Veröffentlichungen im Rahmen des Gesellschaftszweckes.

Stiftungsname	Sitz	Beschreibung
Stiftung Wirtschaftsjournalismus	Essen	Zweck der Stiftung ist die Förderung von Wissenschaft, Forschung sowie Bildung und Erziehung. Dies geschieht insbesondere durch die Förderung von Studiengängen im Bereich „Wirtschaftsjournalismus“ an einer deutschen Hochschule ; Unterstützung, Organisation und/oder Durchführung von wissenschaftlichen oder (Weiter-) Bildungsveranstaltungen oder Forschungsvorhaben, die Gewährung von Stipendien, die Vergabe von Preisen sowie die Vergabe von Forschungsaufträgen.
Vor Ort NRW – LfM-Stiftung für Lokaljournalismus gGmbH (jetzt Journalismus Lab der LfM)	Düsseldorf	Förderung von Wissenschaft und Forschung, von Bildung, des Verbraucherschutzes und des demokratischen Staatswesens. Dieser Satzungszweck wird insbesondere verwirklicht durch die Förderung von Medienvielfalt und Medienpartizipation unter besonderer Berücksichtigung der regionalen und lokalen Belange des Rundfunks und der vergleichbaren Telemedien, den Austausch zwischen Medienforschung und lokaljournalistischer Praxis und die Weiterentwicklung journalistischer Aus- und Weiterbildung.

Quelle: stiftungssuche.de (o. D.)

Die Wirksamkeit von Stiftungen in Bezug auf den Erhalt der Medienvielfalt lässt sich nicht seriös messen. Quantitativ belastbare Aussagen sind nicht möglich. Finanzielle Unterstützungen von Stiftungen dürften kaum die schrumpfende Rentabilität des traditionellen Geschäftsmodells der Presse kompensieren können. Angesichts der großen Anzahl von Stiftungen, die Journalistinnen und Journalisten bei der Ausbildung unterstützen, ist hier sicherlich von einer positiven Wirkung auszugehen.

64. Hält die Landesregierung die derzeit gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Zeitungen für ausreichend?

Die Landesregierung ist der Auffassung, dass die für Verlags- bzw. Medienhäuser relevanten gesetzlichen Rahmenbedingungen fortlaufend weiterentwickelt werden müssen, gerade auch, um dem grundlegenden digitalen Wandel Rechnung zu tragen (siehe dazu auch Frage 62).

So hat die Landesregierung seit Amtsantritt die Initiative der Europäischen Kommission zur Einführung eines EU-Leistungsschutzrechts unterstützt, das nunmehr in nationales Recht umgesetzt werden muss.

Die Landesregierung begrüßt zudem, dass der Bundestag beschlossen hat, den reduzierten Mehrwertsteuersatz auch auf Online-Angebote der Presseverlage anzuwenden. Nordrhein-Westfalen hat konsequent darauf hingewirkt, dass der Bund den dafür von der EU geschaffenen Spielraum nutzt, zuletzt u. a. im Bundesrat.

Das Land setzt sich beim Bund für die Beibehaltung der zweijährigen Abonnementzeit für Zeitungsverlage ein statt der derzeit geplanten Reduzierung der Abonnementzeiten auf ein Jahr.

Das Land setzt sich außerdem dafür ein, dass die elektronische Presse beim Zugang zu Medienplattformen und bei der Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen sowie in den Angeboten von Medienintermediären nicht diskriminiert wird. Die Verankerung entsprechender Maßgaben ist Gegenstand des Medienstaatsvertrags.

65. Wie bewertet die Landesregierung die derzeitige Entwicklung beim Presse-Grosso?

Anhand von Daten, die auf der Internetseite des Bundesverbandes Presse-Grosso veröffentlicht sind, lässt sich ersehen, dass es 2018 (43) offensichtlich weniger Presse-Grosso-Unternehmen gab als noch 2015 (54).

Für das Presse-Grosso bestehen in Deutschland erhebliche Herausforderungen. Wie sich bereits in der Antwort auf Frage 2 zeigt, ist der Rückgang im Einzelverkauf bei Tageszeitungen stärker als beim Abonnement. Insgesamt zeigen sich erhebliche Umsatzrückgänge in den letzten zehn Jahren. Während der Presseumsatz zu Abgabepreisen 2008 noch bei 2,65 Milliarden Euro lag, so ist er bis 2018 auf 1,85 Milliarden Euro gesunken. Speziell in den letzten drei Jahren (2015: 2,18 Milliarden Euro) hat sich der Rückgang beschleunigt (minus 15 %).

Während die Zahl der Pressetitel weitgehend konstant bleibt, ist die Zahl der Publikumszeitschriften gestiegen, wenn auch zuletzt auf insgesamt geringem Niveau. Die Logistik und das Presse-Grosso insgesamt stellt dies vor Herausforderungen. In einem Markt mit sinkenden Umsätzen steigt die Zahl der Marktteilnehmer und damit auch der Wettbewerb um die Regalflächen im Einzelhandel.

Das Presse-Grosso, das traditionell eine Vielzahl von Anbietern mit regionalen Gebietsmonopolen umfasst, hat darauf mit Fusionen reagiert. So ist die Anzahl der Anbieter in den letzten drei Jahren von 2015 bis 2018 von 54 auf 43 Anbieter gesunken. 2008 lag die Zahl sogar bei 73 Anbietern. Der bereits in der Großen Anfrage 22 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) geschilderte rückläufige Trend setzt sich fort. Allein in Nordrhein-Westfalen haben sich vier hier angesiedelte Pressegroßhändler (leverdy in Leverkusen, Wilhelm Schmitz in Duisburg, Presse Keppel in Krefeld und PMG Print Medien Gesellschaft in Gelsenkirchen) zur QTRADO GmbH & Co. KG zusammengeschlossen. Einige Verlage, insbesondere Bauer Media, Funke, Axel Springer, Burda, Klambt und Spiegel-Verlag, haben in den letzten Jahren auf schnellere Fusionen bei den Grossisten gedrängt.

In den letzten Jahren hatte es zwischen Grossisten und Verlagen, teilweise aber auch innerhalb der Verlage, erheblich Spannungen gegeben, die sich zuletzt mit einer Einigung bei Handelsspannen etwas lösten (Evangelischer Pressedienst, 2019i). Nach einem jahrelangen rechtlichen Streit um das zentrale Verhandlungsmandat des Bundesverbandes Presse-Grosso wurde zur Stärkung des Grosso-Systems mit der 8. GWB-Novelle im Jahr 2013 in § 30 Absatz 2a GWB eine Ausnahmeregelung eingeführt, die dem Bundesverband Presse-Grosso erlaubt, mit den Verlagen einheitliche Branchenvereinbarungen für die Grossisten auszuhandeln.

Diese Stärkung des Bundesverbandes Presse-Grosso bestätigte der Bundesgerichtshof (BGH) mit seinem Urteil vom 6. Oktober 2015 (Az. KZR 17/14). In diesem führte er u. a. aus, dass § 30 Abs. 2a GWB mit Europarecht (Art. 106 Abs. 2 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV)) vereinbar sei und nicht gegen Kartellrecht verstoße. Die Prognose des Gesetzgebers, das zentrale Verhandlungsmandat sei erforderlich, um einen flächendeckenden und diskriminierungsfreien Pressevertrieb zu gewährleisten, sei ökonomisch plausibel. Eine nach dem Urteil vom 6. Oktober 2015 eingelegte

Verfassungsbeschwerde hat das Bundesverfassungsgericht nach Presseberichten nicht zur Entscheidung angenommen. Damit ist die rechtliche Auseinandersetzung endgültig beendet und es herrscht insoweit Rechtsklarheit und Rechtssicherheit. Als Folge der Auseinandersetzungen hatte das Presse-Grosso einen neuen Gesamtverband gegründet (Evangelischer Pressedienst, 2019e).

Hinsichtlich der Regelungen zu Handelsspannen bestehen auch innerhalb der Verlage deutliche Differenzen, insbesondere zwischen den großen Verlagen Bauer, Burda, Funke, Gruner + Jahr, Axel Springer, Klambt und Spiegel, die sich zu einer Verlagsallianz zusammengeschlossen haben, und kleineren sowie mittelständischen Verlagen. So hat der Arbeitskreis Mittelständischer Verlage (AMV) das Bundeskartellamt um Prüfung der Handelsspannen-Vereinbarung eingeschaltet, das laut AMV Bedenken signalisiert hat. Weitere Auseinandersetzungen zwischen Verlagen und Grosso, aber auch innerhalb der Verlage, sind durchaus zu erwarten. So wird vereinzelt gefordert, die Zahl der Auslieferungstage zu verringern, was insbesondere Tageszeitungsverlage vor erhebliche Risiken stellen würde.

66. *Hält die Landesregierung landes- und bundesrechtliche Bestimmungen zur Sicherung des Presse-Grossos für ausreichend?*

Der Landesregierung liegen derzeit keine Hinweise vor, dass es konkreten gesetzgeberischen Handlungsbedarf geben könnte, behält die Entwicklungen aber weiterhin im Blick.

67. *Wie bewertet die Landesregierung Maßnahmen zur steuerlichen Subventionierung der Zeitungszustellung?*

Im November 2019 hat der Bundestag im Haushalt 2020 40 Millionen Euro für die Förderung der Zustellung von Abbonementzeitungen und Anzeigenblättern festgeschrieben (siehe dazu auch die Fragen 50 und 62). Ein konkretes Konzept zur Umsetzung liegt bislang nicht vor.

Es bleibt abzuwarten, wie die Zeitungsverlage mit diesem Angebot umgehen, und welche Erfolge es im Falle einer Umsetzung mittel- bis langfristig zeigt. Die Landesregierung befürwortet eine solche Förderung im Grundsatz, wenn sie zweckgebunden und nachhaltig zum Erhalt der Medienvielfalt der lokalen Presse genutzt wird und damit die Medienunternehmen in den nächsten Jahren Luft für einen Übergang in digitale Geschäftsmodelle erhalten.

VIII. Online

68. *Welche Onlineportale bzw. Onlinezeitungen und relevanten Blogs mit lokalen Nachrichten und Inhalten gibt es für Nordrhein-Westfalen und wie ist deren wirtschaftliche Situation zu bewerten?*

69. *Welche Veränderungen gibt es im Vergleich zu 2016?*

Die Fragen 68 und 69 werden im Folgenden gemeinsam beantwortet.

Mittlerweile besteht eine Vielzahl an Möglichkeiten, lokale Nachrichten im Internet zu beziehen. Diese werden sowohl von Zeitungsverlagen, Anzeigenblättern, Hörfunk- und

Fernsehanbietern sowie von Privatpersonen erstellt und – zu unterschiedlichen Anteilen – kostenlos oder gegen Bezahlung zur Verfügung gestellt (vgl. hierzu Frage 77).

Relevante lokale Informationen sind in erster Linie auf den Onlineportalen der Zeitungsverlage und ihrer einzelnen Titel zu finden. Auf diesen Seiten sind die E-Paper der Zeitungen ebenso zu beziehen wie einige kostenlose Inhalte und weitere, die nur gegen Bezahlung im Volltext zu lesen sind. Auch Apps werden vereinzelt angeboten. In den letzten Jahren zeigt sich außerdem vermehrt der Trend, dass auch einzelne Untergruppen (Kinder/Jugendliche/Special Interest) mit eigenen Online-Angeboten erreicht werden sollen. So lassen sich verschiedene Entwicklungen skizzieren:

Die Zahl der Onlineportale mit lokaljournalistischen Angeboten ist weiter gestiegen – sowohl durch die differenziertere Zielgruppenansprache als auch durch neue Akteurinnen und Akteure am Markt, die vorher nicht in der Medienbranche aktiv waren (Formatt Institut, 2017, S. 11). Die genaue Zahl ist nicht konstant – es gibt schnelle Veränderungen durch Einstellungen und Neugründungen. Beispielhaft sei hier *vois.news* genannt, das Anfang 2017 eingestellt worden ist (ebd.; Evangelischer Pressedienst, 2017a): „Am Ende hat die große Sympathie für unser Produkt leider nicht dazu geführt, dass der Zuspruch auf dem Lesermarkt auch entsprechend unserer Erwartungen gestiegen ist. Unser selbst gestecktes Ziel haben wir im vergangenen Geschäftsjahr leider verfehlt. Das hat nach langer und gründlicher Abwägung zu der Entscheidung geführt, die Onlinezeitung VOIS Ende Januar einzustellen.“ (facebook.com, o. D. b)

Die im Medienkonzentrationsbericht 2016/17 beschriebene Entwicklung zeigt einen Anstieg von 93 lokaljournalistischen Portalen im Jahr 2015 auf 96 im Jahr 2016 (Formatt Institut, 2017, S. 11). Aktuellere Daten liegen derzeit leider nicht vor.

Besonders präsent in den letzten Jahren ist der Rückgang von Blogs. Zum einen hat die Einführung der neuen Datenschutzgrundverordnung im Jahr 2018 dafür gesorgt, dass für viele ein zunächst unklares und schwer zu definierendes Risiko beim Betreiben der Blogs zutage getreten ist (vgl. u. a. Dachwitz & Kurz, 2018). Dies hätte einen größeren Zeitaufwand sowohl für die technische als auch für die rechtliche Einarbeitung erfordert, der einigen vermutlich nicht möglich war. Zum anderen hat aber die Einstellung vieler Blogs auch bereits vor der DSGVO begonnen: Blogs als Medium, auf denen diskutiert wurde, wurden mit der steigenden Bekanntheit von Facebook und Twitter weniger relevant. Die sozialen Netzwerke stellen deutlich einfachere und bequemere Kommunikationskanäle dar und bieten mit ihren vielzähligen Möglichkeiten, auch Audios, Videos etc. zu integrieren, alles, was auch ein Blog kann (ebd.).

Blogs, die weiterhin bestehen, sind nach wie vor nicht wirtschaftlich. Als Beispiel sei hier „Die Wiedertäufer“ (*wiedertaeufer.ms*) genannt, die publizistisch sehr erfolgreich sind, wirtschaftlich hingegen nicht: „Ruhrbarone, Nordstadtblogger, Prenzlauer Berg Nachrichten: Während die klassischen Zeitungen quer durch die Republik verschwinden, machen sich immer mehr Journalisten und Freiwillige auf und gründen Blogs mit lokaler Ausrichtung. Das ist im Regelfall eine Herzensangelegenheit, die sich nicht kommerziell trägt (Ausnahmen bestätigen die Regel). Wir haben keine Zielvorgabe Reichweiten oder Umsätze betreffend.“ (*wiedertaeufer.ms*, o. D.).

Stattdessen erlangen einige Netzangebote in einem vorjournalistischen Rahmen immer größere Bekanntheit und Beliebtheit. Diese Angebote entwickeln sich stets weiter und werden mit zunehmender Erfahrung und Ausbildung der Macher in ihren Inhalten immer professioneller. Sie finanzieren sich vor allem durch Werbung. Journalistisch sind diese Angebote als qualitativ eher schwächer zu bewerten, wirtschaftlich können sie jedoch erfolgreich sein, sodass hieraus

in absehbarer Zeit ernstzunehmende journalistische Publikationen entstehen können (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

Daneben gibt es professionelle Angebote, die z. B. von ehemaligen Journalistinnen und Journalisten großer Verlage betrieben werden, wie beispielsweise täglich Mettmann (taeglich.me), die mithilfe einer Paywall zumindest etwas Geld verdienen, aber auch nicht ausreichend, um in einer größeren Vollredaktion Tarif-Löhne zu zahlen. Ein weiteres, relativ erfolgreiches Beispiel in diesem Bereich ist Kölner Südstadt (meinesuedstadt.de), die ohne Paywall Inhalte von professionellen Redakteuren, Mediengestaltern etc. bereitstellen (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

Beispiele von Online-Angeboten, die in Verlage bzw. Lokalredaktionen übergegangen sind, sind selten. Das bekannteste Beispiel stellt fupa.net dar, das mit seinen einzelnen Lokalseiten in die Lokalredaktionen verschiedenster Verlage in Deutschland übergegangen ist (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

All dies sind Bewegungen, die vor dem Hintergrund der Herausforderungen des Geschäftsmodells Tageszeitung stehen. Heute möchten die Menschen stark auf sie zugeschnittene Informationen geliefert bekommen, die somit vermehrt in kleinen lokalen Special-Interest-Angeboten stecken (Bsp. Täglich Mettmann). Darüber hinaus können Community Modelle, in denen jeder partizipieren kann, ebenso erfolgreich sein wie Newsletter-Modelle. Als Beispiel sei hier Der Tagesspiegel genannt, der zielgruppengenau Newsletter an seine Leserinnen und Leser verschickt. In Nordrhein-Westfalen ist bisher kein Modell bekannt, in dem Lokalzeitungen ihre Leserinnen und Leser über zielgruppenspezifische Newsletter adressieren. Gleichzeitig erwächst den lokalen Medienangeboten in Nordrhein-Westfalen durch die vielfältigen lokalen Special-Interest-Gruppen in sozialen Medien wie Facebook eine neue Konkurrenz, die vor allem die letzten verbliebenen Anzeigenmärkte angreift und das lokale Mediengeschäftsmodell erodiert (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

Es sei auch angemerkt, dass es nur wenigen Online-Angeboten gelingt, „langfristig das gesamte Informationsangebot von Tageszeitungen abzudecken und damit rückläufige Angebote auszugleichen“ (Jost-Westendorf, 2019, zitiert nach Hartung, 2019). Das Journalismus Lab der LfM zeichnet jährlich Angebote mit lokalem Schwerpunkt in den Kategorien „Innovatives Format im Lokalen“ und „Neue Stimme im Lokalen“ aus. Im Jahr 2018 gewann die WAZ für das Projekt „70 Jahre WAZ – 70 Jahre Bochum“ den Preis in der Kategorie „Innovatives Format im Lokalen“ und lokalportal.de die Auszeichnung in der Kategorie „Neue Stimme im Lokalen“ (Wasinski, 2018).

Nicht zuletzt sei auf Hybridangebote hingewiesen, in denen oft lokales Bewegtbild mit lokalen journalistischen Inhalten in sozialen Medien kombiniert wird. Als bekanntes Beispiel lassen sich hier die „wir lieben ...“-Facebook-Seiten anführen. Die Seiten bieten protojournalistische Inhalte von Veranstaltungen und Nachrichten aus der jeweiligen Stadt, beinhalten aber auch Werbung. Solche Angebote erreichen möglicherweise in einzelnen Regionen mehr Leute als Lokalredaktionen auch großer Zeitungen, sodass Kleinannoncen oder Anzeigen lokaler Geschäfte in Zeitungen und deren Online-Angeboten immer seltener werden, weil Anzeigenkunden auf diese Portale ausweichen, unabhängig davon, dass die journalistische Qualität ggf. geringer ist als die einer Lokalzeitung. Der Grund dafür ist einfach: Die protojournalistischen Hybridangebote erreichen das lokale Zielpublikum weitgehend vollständig, im Gegensatz zu den lokalen Zeitungen, die eine eher alte, männliche und inaktivere Bevölkerungsgruppe ansprechen (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

Zur Darstellung der Veränderungen von 2016 zu 2019 stellen die folgenden Tabellen zunächst alle Online-Angebote aus Nordrhein-Westfalen unterteilt nach ihrer Herkunft dar, die auch in der Vorgängeruntersuchung thematisiert wurden. Der Schriftstil beschreibt gemeinsam mit den zugehörigen Erläuterungen die Veränderungen:

Legende zu Tabelle 68.1

- **fett = Titel besteht weiterhin ohne Veränderungen**
- *kursiv = Titel zeichnet sich durch eine andere Form des Angebots aus, hat z. B. eine neue Website o. ä.*
- ~~durchgestrichen = Website oder Angebotsform des Titels besteht nicht mehr auf diese Art und Weise~~
- unterstrichen = Titel besteht nicht mehr

Tab. 68.1 Onlineportale von Zeitungsverlagen

Firma	Stadt	Internet	Anmerkung	Neue Website
Altmeppen-Verlag GmbH & Co. KG	Rheine	mv-online.de		
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG	Münster	wn.de		
B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co. KG	Solingen	solinger-tageblatt.de		
Bonner Zeitungsdrucker ei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH	Bonn	general-anzeiger-bonn.de		
J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH	Minden	mt.de		
Düsseldorf-Express GmbH & Co. KG	Düsseldorf	express.de/duesseldorf		
<i>M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG</i>	Köln	n.v.		ksta.de/
Funke Medien NRW GmbH	Essen	derwesten.de		

Firma	Stadt	Internet	Anmerkung	Neue Website
		ikz-online.de		
		nrz.de		
		waz.de		
		wp.de		
		wr.de		
Haller Kreisblatt Verlags-GmbH	Halle	haller-kreisblatt.de		
Handelsblatt GmbH	Düsseldorf	handelsblatt.com		
E. Holterdorf GmbH & Co. KG	Oelde	die-glocke.de		
J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co. KG	Dülmen	dzonline.de		
IVZ Medien GmbH & Co. KG	Ibbenbüren	ivz-aktuell.de		
W. Jahn Verlag GmbH & Co. KG	Soest	soester-anzeiger.de		
Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold	lz.de		
Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	Lüdenscheid	come-on.de		
J. Mergelsberg GmbH & Co. KG	Borken	borkenerzeitung.de		
		borio.tv		
MZ Medien Holding GmbH & Co. KG	Münster	muensterschezeitung.de		
Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG	Remscheid	rga.de		

Firma	Stadt	Internet	Anmerkung	Neue Website
		rp-online.de		
Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH	Düsseldorf	tonight.de		
		fupa.net/niederrhein		
Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co. KG	Siegen	siegener- zeitung.de	<i>erscheint in Kooperation mit Lokalzeitungen der Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM) und den Westfälischen Nachrichten</i>	
Süderländer Tageblatt Plettenberger Zeitung O. Hundt GmbH & Co. KG	Plettenberg	suederlaender- tageblatt.de		
<i>Tageblatt Steinfurt Verlag GmbH & Co. KG</i>	<i>Ochtrup</i>	<i>wn.de/Muensterland /Kreis-Steinfurt</i>		
Temming Verlag KG	Bocholt	bbv-net.de		
Verlag J. Bauer KG	Marl	recklinghaeuser- zeitung.de		
Verlag J. Fleißig GmbH & Co. KG	Coesfeld	azonline.de		
Verlag Lensing- Wolff GmbH & Co. KG	Dortmund	ruhrnachrichten. de		
Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG	Düsseldorf	wz-newsline.de		
Westfälischer Anzeiger Verlags- gesellschaft mbH & Co. KG	Hamm	wa.de		
Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH	Bielefeld	westfalen-blatt.de		

Firma	Stadt	Internet	Anmerkung	Neue Website
Zeitungsverlag Aachen GmbH	Aachen	aachener-nachrichten.de aachener-zeitung.de		
Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) GmbH & Co. KG	Iserlohn	derwesten.de/ikz		
Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG	Bielefeld	<u>nw.de</u>		
Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. Essen KG	Essen	derwesten.de/nrz/		
Zeitungsverlag Der Patriot GmbH	Lippstadt	derpatriot.de		
Zeitungsverlag Rubens GmbH & Co. KG	Unna	hawr.de		hellwegeranzeiger.de/
Zeitungsverlag Unna GmbH & Co. KG	Unna	hawr.de		hellwegeranzeiger.de/

Quellen: Webseiten der Firmen, Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22

Darüber hinaus bieten auch regionale Zeitschriften lokale Informationen auf ihren Websites an. Die folgende Übersicht stellt eine Fortführung der Beantwortung der Großen Anfrage 22 von 2017 dar, um aufzuzeigen, wie groß auch hier der Wandel und die Schnellebigkeit sind:

Tab. 68.2 Onlineportale von Zeitschriftenverlagen

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
nonplusultra	Aachen	nonplusultra.org	Firma		
print'n'press Verlag GmbH	Aachen	klenkes.de	Portal		
Verlag um die Ecke	Aachen	kingkali.de	Portal		
VVWB Verlag Wirtschaft und Bildung GmbH & Co. KG	Aachen	bad-aachen.net	E-Paper		
<i>Zeitungsverlag Aachen GmbH</i>	<i>Aachen</i>	<i>purregio.de</i>	<i>E-Paper</i>	<i>Firma</i>	<i>print-and-press.de</i>
Kabinett Verlag	Alfter	kabinett-online.de	Portal		
Brinkschulte Medien GmbH & Co. KG	Arnsberg	brinkschulte.com	E-Paper		
Frey Print + Media GmbH	Attendorn	attendorner-geschichten.de	Portal		
Die Bad Honnefer Wochenzeitung	Bad Honnef	diebadhonnefer.de	Portal		
GL Verlags GmbH	Bergisch Gladbach	glverlag.de	E-Paper		
<u>Informa Verlag GmbH</u>	<u>Bergisch Gladbach</u>	<u>franzz.de</u>	<u>im Aufbau</u>		
PBL Media	Bielefeld	mawi-westfalen.de	Portal		
<u>Regional Verlag GmbH</u>	<u>Bielefeld</u>	<u>bielefelder-spiegel.de</u>	<u>E-Paper</u>		
<i>Tips-Verlag GmbH</i>	<i>Bielefeld</i>	<i>der-bielefelder.de</i>	<i>E-Paper</i>	<i>Portal</i>	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<u>Update Magazin & Verlag Voss und Zimmer GbR</u>	<u>Bielefeld</u>	<u>update-city.de</u>	Portal		
<i>Wolter Medien GmbH & Co. KG</i>	<i>Bielefeld</i>	<i>top- magazin.de</i>	<i>Firma</i>	<i>Portal</i>	
enk verlag gmbh	Bocholt	pan- bocholt.de	E-Paper VK		
Freshcode Media	Bocholt	463.jetzt	Portal		
coolibri GmbH (zuvor: Roland Scherer Verlags- und Werbeservice GmbH)	Bochum	coolibri.de	VK		
<i>RR-Media GmbH</i>	<i>Bochum</i>	<i>woman-in-the- city.de</i>	<i>Anmeldepflicht</i>	<i>E-Paper</i>	<i>woman- inthecity.de</i>
<i>Unicum GmbH & Co. KG</i>	<i>Bochum</i>	<i>unicum- verlag.de</i>	<i>Firma</i>	<i>Portal</i>	<i>unicum.de</i>
<i>Verlag Joachim Berndt</i>	<i>Bochum</i>	<i>berndt- media.de</i>	<i>Portal</i>		<i>kultur-kino- bildung.de</i>
Verlag Olaf Gellisch	Bochum	witten- transparent. de	E-Paper		
<i>Köllen Druck- und Verlagsgesells- chaft mbH</i>	<i>Bonn</i>	<i>bonndirekt.de</i>	<i>Firma</i> <hr/> <i>VK</i>	<i>Portal</i> <hr/> <i>VK</i>	<i>bonndirekt.com</i>
Medien Bonn GmbH	Bonn	top- magazin.de/b onn	Portal		
Verein zur Förderung alternativer Medien e. V.	Bonn	schnuess.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Verlag Eberhard A. Breinlinger</i>	<i>Bonn</i>	<i>szeneonline.de</i>	<i>ePaper</i>		<i>medioq.com</i>
Stadtmagazin Haller Willem	Borgholz- hausen	hallerwillem. net	E-Paper		
<u>Aureus GmbH</u>	<u>Bottrop- Kirchhellen</u>	<u>lebensart- magazin.de</u>	<u>E-Paper</u>		
VSW Verlag Schlossbote /Werbekurier GmbH & Co. KG	<i>Brühl</i>	werbekurier.de	<i>Portal</i>		<i>rheinische- anzeigeblaetter .de</i>
Life 2000 Verlags GmbH	Bünde	life-buende.de	Portal		
Press Medien GmbH & Co. KG	Detmold	wirtschaft- regional.net	E-Paper		
Teutrine Business Development (zuvor: eadmedia)	Detmold	lippeportal.de	E-Paper		
Überblick Medien GmbH & Co. KG	Dortmund	ueberblick.de	Firma		
BIC Media GmbH & Co. KG	Dortmund	top- magazin.de/d ortmund	Portal		
IN Media Schwalm	Dortmund	in- stadtmagazin e.de	Portal		
<u>designWerk Verlag</u>	<u>Duisburg</u>	<u>design- werk.net</u>	<u>Firma</u>		
some.oner - creative media publishing	Düren	koubs.de	E-Paper		
<i>AZ Druck + Verlag GmbH</i>	<i>Düsseldorf</i>	az-magazin.de	E-Paper	<i>Portal</i>	<i>azmagazine.co .uk</i>
biograph Verlag	Düsseldorf	biograph.de	VK		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Libelle Verlags GmbH	Düsseldorf	libelle-magazin.de	Portal		
Osicom GmbH	Düsseldorf	duesseldorf-blog.de	Portal		
<i>Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG</i>	Düsseldorf	wz-newsline.de	Portal		wz.de
PR-Design & Verlag	Ennepetal	haken-kulturzeitung.de	E-Paper		
<i>Böhm-Verlag</i>	Essen	velvetmagazin.de	E-Paper		velvetmag.co.uk
<u>Essen.onpaper</u>	Essen	<u>essenonpaper.de</u>	Firma		
<i>Forma Verlags- und Marketing GmbH</i>	Essen	<i>top-magazin.de/ruhr</i>	Portal	Portal, E-Paper	
		<u>ruhrmetropole-gehtaus.de</u>	ePaper		
<i>Heinz Verlag GmbH</i>	Essen	<i>heinz-magazin.de</i>	VK	Firma, E-Paper	
K-West Verlag GmbH	Essen	kulturwest.de	Portal		
<u>MGE Media Group Essen GmbH</u>	Essen	<u>mg-essen.de</u>	E-Paper	Anmeldung erforderlich, um auf die Seite zu gelangen	
Nordis Verlag GmbH	Essen	rhein-ruhr-magazin.de	E-Paper		
Prokom Medienberatungs-Verlagsgesellschaft mbH	Essen	reviersport.de	Portal		
Plenert-Verlag	Gangelt	drei-laender-kurier.de	Portal		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Just in Time Crossmedia</i>	<i>Geldern</i>	<i>straelen-aktuell.com</i>	<i>im Umbau</i>	<i>Firma</i>	<i>straelen.de</i>
Isso. Verlag	Gelsenkirchen	isso-online.de	E-Paper		
NB Medienservice GmbH & Co. KG	Gelsenkirchen	buer-total.de	Portal		
CR-Consult	Gelsenkirchen-Buer	crc-media.de	E-Paper		
<u>B.o.s.s Druck und Medien GmbH</u>	<u>Goch</u>	<u>magazin-niederrhein.de</u>	<u>ePaper</u>		
StattBlatt Verlag	Grevenbroich	stattblatt.de	Portal E-Paper		
<i>Gründer- und Technologie Centrum Gummersbach GmbH</i>	<i>Gummersbach</i>	<i>oberbergische-impulse.de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>oberberg.net</i>
Christian Schröter AGD	Gütersloh	guetsel.de	Portal		
Druckerei zum Stickling GmbH	Gütersloh	bonewie.de	E-Paper		
Flöttmann Verlag GmbH	Gütersloh	gt-info.de	E-Paper		
Gütersloh TV	Gütersloh	gueterslohtv.de	Portal		
nice2c.eu (nice to see you)	Hamm	nice2c.eu	E-Paper		
Stadtführer Verlag	Hamm	willi.hamm.net	E-Paper		
Lebendiges Hattingen e. V.	Hattingen	lebendiges-hattingen.de	E-Paper		
<u>Info Werbung Büscher GmbH</u>	<u>Holzwickede</u>	<u>büscher-werbung.de</u>	<u>E-Paper</u>	<u>kein Zeitungsunternehmen</u>	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Kultur im Bahnhof e. V.	Jülich	herzog-magazin.de	E-Paper		
<u>htw houben text works</u>	<u>Kaarst</u>	<u>madeinkaarst.de</u>	<u>E-Paper</u>	<u>kein Zeitungsunternehmen</u>	
EM Verlag GbR	Kall	em-verlag.de	E-Paper		
CityNews Verlag GbR	Köln	citynews-koeln.de	Portal		
Intro GmbH & Co. KG	Köln	intro.de	Portal		
<i>K. I. – Medien-gesellschaft mbH</i>	<i>Köln</i>	<i>koelner.de</i>	E-Paper VK	<i>Portal</i> VK	
<i>Känguru Colonia Verlag GmbH</i>	<i>Köln</i>	<i>kaenguru-online.de</i>	E-Paper VK	<i>Portal</i> VK	
Köln.Sport Verlag GmbH	Köln	koelnsport.de	Portal		
<i>Kölner Bilder-Bogen Verlag GmbH</i>	<i>Köln</i>	<i>bilderbogen.de</i>	Portal	<i>E-Paper, VK</i>	
<u>Mattei Medien GmbH</u>	<u>Köln</u>	<u>matteimedien.de</u>	im Aufbau	<u>kein Zeitungsunternehmen</u>	
RHS Verlagsgesellschaft GmbH & Co. KG	Köln	topkoeln.de	E-Paper		
<i>Stadt-Revue Verlags-GmbH</i>	<i>Köln</i>	<i>stadtrevue.de</i>	E-Paper VK	<i>Portal</i> VK	
Waldek Werbung Presse + Verlag	Köln	suedstadtmagazin.de	E-Paper		
KR-1 GbR	Krefeld	kr-one.de	Portal		
<i>Top Niederrhein Verlags GmbH</i>	<i>Krefeld</i>	top-niederrhein.de	<i>Portal</i>		<i>top-magazin.de</i>

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Verlag am See	Kürten	bergischer bote.de	Portal		
Strohmeier Print Solution GmbH	Lemgo	newsgo.de	Portal		
Kurier Verlag Lennestadt GmbH	Lennestadt	sauerlandkuri er.de	Portal		
Philisch GmbH	Lennestadt	oemagazin.de	E-Paper		
zweistein media.	Lennestadt	woll-kilefi.de	Portal		
Medienhaus Garcia GmbH	Leverkusen	garcia.de	Firma		
Heidrich Verlags GmbH	Lippstadt	leitplanke-lippstadt.de	Firma		
Buchmann & van Zuidam Werbeagentur GmbH	Meerbusch	szenario-online.com	VK	kein Zeitungsunternehmen	
Hildebrandt Verlag	Mettmann	stadtmagazin-online.de	Portal		
you+me-Verlag/Marcufl Westphal	Mettmann	youandme.de	E-Paper VK		
News-Stadtmagazin GmbH & Co. KG	Minden	news-dasmagazin.de	Portal		
Trend Verlag GmbH & Co. KG	Minden	trendjournal.de	Portal	Portal, E-Paper	
Verlag und Agentur stadtgeflüster GbR	Minden	stadtgefluester.de	ePaper VK		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
FKW Fachverlag für Kommunikation und Werbung GmbH	Möhnesee	fkwverlag.com	E-Paper		fkw.de
Marktimpuls GmbH & Co. KG	Mönchengladbach	hindenburger.de	Portal	Portal, E-Paper	
dvv Druck, Vervielfältigungs- und Vertriebs GmbH	Münster	nadann.de	VK		
GIG Verlags GmbH	Münster	gig-online.de	E-Paper	VK	
Heimspiel Verlag	Münster	heimspiel-online.de	Portal		
Markus Sparfeldt Medienverlag	Münster	dermonat.de	Portal		
Simply the Best Event & Verlags GmbH	Münster	top-magazin.de/muenster	Portal	Portal, E-Paper	
Stadtlust- Verlag GmbH & Co. KG	Münster	muenster-magazin.com	Firma	Portal, E-Paper	
Ultimo Verlag GmbH	Münster	ultimo-bielefeld.de	E-Paper		
Westfalium Verlag GmbH & Co. KG	Münster	westfalium.de	Portal		
Dürener	Neuss	duerener.info	E-Paper		
in-D Media GmbH & Co. KG	Neuss	derneusser.de	Portal		
mediaagentur frank küpping	Neuss	kuepping.de	Firma		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Verlag Marlies Wisbert	Neuss	top-magazin.de	Portal		
das Heft Zeitschriften Verlag Harald Morsch	Paderborn	heft.de	VK		
Hochglanz GmbH	Paderborn	hochglanz-paderborn.de	Firma		
<u>Neptun Magazin</u>	<u>Paderborn</u>	<u>neptun- magazin.de</u>	<u>Eingestellt</u>		
Komplett- Verlag Schlütter, Höfner GbR	Plettenberg	komplett- magazin.de	Firma		
<u>OZ Onlinezeitung Zeitung für NRW GmbH</u>	<u>Pulheim</u>	<u>al- leverkusen.de</u>	<u>E-Paper</u>		
RDN Verlags GmbH	Recklinghaus en	herten- erleben.de	Portal		
Leitstern Verlag GmbH	Reken	leitsternverlag .de	Firma		
<u>Andreas Glasenapp Verlag</u>	<u>Rietberg</u>	<u>kein Internet</u>			
Hoffe Marken- manufaktur	Schmallen- berg	woll- magazin.de	Portal		
<i>WortWerk Siegen GmbH</i>	<i>Siegen</i>	<i>top- magazin.de/sie- gen- wittgenstein</i>	<i>Portal</i>	<i>Firma</i>	
Gerd Heiler- Schwarz	Soest	soso- online.de	E-Paper		
<u>Stadtanzeiger Verlag Solingen e.K.</u>	<u>Solingen</u>	<u>stadtanzeiger- solingen.de</u>	<u>im Umbau</u>	<u>Immer noch im Umbau</u>	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Tecklenborg Verlag Inhaber Brigitte Tecklenborg</i>	<i>Steinfurt</i>	<i>tecklenborg-verlag.de</i>	<i>E-Paper</i>	<i>E-Paper nur nach Kauf erhältlich</i>	
<i>Horschler Verlagsgesellschaft mbH</i>	<i>Unna</i>		<i>E-Paper</i>	<i>Firma</i>	<i>horschler.eu</i>
<i>MBFK UG</i>	<i>Unna</i>	<i>rundblick-unna.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Scheidsteger Medien GmbH & Co. KG	Velbert	scala-regional.de	E-Paper		
Verlag Fedor Waldschmidt GbR	Warburg	wildwechsel.de	VK		
<i>DJ Medienservice GbR</i>	<i>Willich</i>	<i>willicherleben.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
correctum verlag Erika Killing-Overhoff	Witten	stadtmag.de	E-Paper		
<i>Kathagen media+kommunikation</i>	<i>Witten</i>	<i>kamk.de</i>	<i>Firma</i>	<i>Portal</i>	
Bergische Blätter Verlagsgesellschaft mbH	Wuppertal	bergischeblaetter.de	Portal	E-Paper nur nach Kauf erhältlich	
<i>Cronenberger Anzeiger Verlag und Buchdruckerei Johannes Eckers e.K.</i>	<i>Wuppertal</i>	<i>cronenberger-anzeiger.de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>cronenberger-woche.de</i>
<i>Die Stadtzeitung Wuppertal GmbH</i>	<i>Wuppertal</i>	<i>diestadtzeitung.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Heinz-Magazin Verlags GmbH	Wuppertal	heinz-magazin.de	VK	Firma, E-Paper	
Kultur-kooperative Wuppertal e. V.	Wuppertal	italien.engelk unst.de	E-Paper		
Rundschau Verlags-gesellschaft mbH (Wuppertal)	Wuppertal	wuppertaler-rundschau.de	Portal	Portal, E-Paper	

Quellen: Webseiten der Firmen, Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22

Nicht zuletzt sind auch die Anzeigenblätter im Internet vertreten und stellen lokale Informationen kostenlos zur Verfügung. Unterschieden werden kann hier nach der Breite des Angebots: So sind auf einigen Seiten einzig die E-Paper der Anzeigenblätter zu finden, auf anderen Seiten verbirgt sich auch ein darüberhinausgehendes redaktionelles Angebot.

Tab. 68.3 Onlineportale von Anzeigenblattverlagen

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Super Sonntag Verlag GmbH	Aachen	supersonntag.de	Portal	Portal, E-Paper	
Verlag Aachener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG	Aachen	supersonntag.de	Portal	Portal, E-Paper	
Mediahaus Walfort GmbH	Ahaus	ahauser-blickpunkte.de	Portal	VK	
alspresso Verlag	Alsdorf	alsdorfer-stadtmagazin.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Druckerei und Verlag Franz-Josef Molitor	Arnsberg	arnsbergerpost.de	E-Paper		
<i>Wittgensteiner Wochenpost GmbH</i>	<i>Bad Berleburg</i>	<i>wipo-online.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
<i>Heimbach Druck und Verlag</i>	<i>Bad Honnef</i>	<i>siebengebirgsbote.eu</i>	<i>Portal</i>	<i>nur Firma</i>	
Heggemann Medien	Bad Lippspringe	heggemannmedien.de	E-Paper		
Machradt Verlags OHG	Bad Lippspringe	machradt.com	Firma		
<i>Bergisches Handelsblatt GmbH & Co. KG</i>	<i>Bergisch Gladbach</i>	<i>bergisches-handelsblatt.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Hans Gieselmann Druck und Medienhaus GmbH & Co. KG	Bielefeld	gieselmanndruck.de	Firma		
<u>Matthiesen Druck, Inhaber Dieter Hoefs</u>	<u>Bielefeld</u>	-	<u>Online-Angebot nicht auffindbar</u>		
Medien & Service Büro Bernd Lochmüller	Bielefeld	schildesche-erleben.de	E-Paper		
Novum Werbeagentur + Prepress-Studio GmbH	Bielefeld	derblickpunkt.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH	Bielefeld	owl-am-sonntag.de	E-Paper		
pixel desktop publishing	Bielefeld	blickpunkt-joellenbeck.de	E-Paper		
Werbedruck Zünkler GmbH & Co. KG	Bielefeld	senne-rundschau.de	E-Paper		
		zuenkler.de	Firma		
Report Verlags-gesellschaft mbH	Bocholt	bocholter-report.eu	E-Paper		
3satz Verlag und Medien-service GmbH	Bochum	3satz-bochum.de	Firma		
Rhein-Sieg Anzeigenblatt GmbH	Bonn	schaufenster-bonn.de	Portal		
Hallo Borken Verlags-GmbH	Borken	hallo-borken.de	E-Paper		
<i>JM Verlags GmbH & Co. KG</i>	<i>Borken</i>	<i>stadtanzeiger-borken.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Mittendrin Verlag GmbH	Bottrop	mittendrin-verlag.de	E-Paper		
Koerdt Promo4you GmbH	Brilon	brilon-totallokal.de	Portal		
Klaus-D. Kuhlmann Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH	Bünde	evz-web.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<u>Wochenpost AWV Anzeigen-, Werbe- Verlags- beratungsges. mbH</u>	<u>Burscheid</u>	<u>wochenpost.de</u>	<u>Portal</u>	<u>Eingestellt</u>	
Stadtanzeiger Verlag GmbH	Coesfeld	stadtanzeiger- coesfeld.de	E-Paper		
Koch Druck + Grafik	Delbrück	delbruecker- stadtpost.de	E-Paper		
Werbeagentur Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold	blomberger- anzeiger.de	Portal		
<i>Druck + Verlag Josef Wegener GmbH</i>	<i>Dormagen</i>	<i>meindormage- de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>rheinischer- anzeiger.de</i>
Dortmunder Stadtspiegel GmbH	Dortmund	stadtspiegel- dortmund.de	Firma		
<i>Grüne Druckerei und Verlag oHG</i>	<i>Dortmund</i>	<i>suedwest- zeitung.de</i>	<i>Firma</i>		<i>gruene- druckerei.de</i>
Niederrhein Verlag und Medien- service GmbH	Duisburg- Ruhrort	stadt- panorama.de	Portal		
VWG Verlags- gesellschaft Westmünster- land GmbH	Dülmen	streiflichter. com	Portal		
<u>DNR-Verlag Kirsten und Michael Bille GbR</u>	<u>Düren</u>	<u>dns-digital.de</u>	<u>Portal</u>		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
City Anzeigenblatt GmbH	Düsseldorf	duesseldorfer-anzeiger.de	Portal	Portal, E-Paper	
Wir in Detten GmbH & Co. KG	Emsdetten	wirin.de	Portal	Portal, E-Paper	
BVG Brinkhoff Verlags-gesellschaft mbH	Enger	derblickpunkt.de	ePaper		
Verlag Iris Brach	Erfstadt	verlag-erftstadt-aktuell.de	Firma		
WVG Werbe- und Verlagsges. mbH & Co. KG	Erkelenz	dn-woche.de	Portal	Portal, E-Paper	
		hs-woche.de	Portal	Portal, E-Paper	
Palast Verlag Dr. Engelbrecht GmbH & Co. KG	Eschweiler	filmpost.de	Portal	Portal, E-Paper	
Ulrich & Martin Meyer GmbH & Co. KG	Espelkamp	espelkamper-nachrichten.de	E-Paper		
Ostruhr-Anzeigenblatt-gesellschaft mbH & Co. KG (ORA)	Essen	ora-anzeigenblaetter.de	Firma		
		lokalkompass.de	Portal	Portal, E-Paper	
Presse-Verlag Ruhr GmbH	Essen	informer-magazine.de	Portal	E-Paper	
WVW Westdeutsche Verlags- und Werbe-gesellschaft mbH	Essen	www-anzeigenblaetter.de	Firma		
		lokalkompass.de	Portal	Portal, E-Paper	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
EWI Euskirchener Werbe- Informationen GmbH & Co. KG	Euskirchen	blickpunkt- euskirchen.de	Portal		
Nord- lippischer Anzeiger GmbH	Extertal	nordlipper.de	Portal		
SPO Sonntags Post Verlag GmbH & Co. KG	Frechen	sonntags- post.de	Portal		
Verlag Anzeigen und Informationen GmbH & Co. KG	Frechen	wochenende- frechen.de	Portal		
Niederrhein- Nachrichten Anzeigenblatt GmbH	Geldern	nno.de	Portal		
Verlag Gill- aktuell UG	Gelsen- kirchen	gill-aktuell.de	Firma		
Gröne und Partner GmbH	Geseke	neueregionale .com	E-Paper		
Wochenpost Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH & Co. KG	Gronau	gwp- gronau.de	E-Paper		
<i>Oberbergische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG</i>	<i>Gummersbach</i>	<i>anzeigen- echo.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	<i>rheinische- anzeigenblaett er.de/mein- blatt/anzeigen- echo</i>

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Haaner Treff Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Haan	haanertreff.de	Portal		
<i>Wochenkurier-Verlagsgesellschaft mbH</i>	Hagen	<i>wochenkurier.de</i>	Portal		<i>wochenkurier.info/</i>
<i>Sonntags-Rundblick Anzeigenverlags GmbH</i>	Hamm	<i>sonntags-rundblick.de</i>	im Umbau	Umbenannt in „Stadtanzeiger Hamm“: E-Paper	<i>wa-anzeigenblaetter.de/stadtanzeiger-hamm</i>
ZeitPunkt Verlag UG	Hamm	lippejournal.com	E-Paper		
<i>Karsten GmbH</i>	Harsewinkel	<i>blickpunkt-warendorf.de</i>	E-Paper		<i>ag-muensterland.de/warendorf</i>
Wendland Druck + Verlag	Harsewinkel	marktplatz-hsw.de	E-Paper		
Extrapoint UG	Herford	lippischer-anzeiger.de	im Umbau	immer noch im Umbau	
SN Sonntagsnachrichten GmbH & Co. KG	Herne	sn-herne.de	Portal		
<i>Gewerbeverein Herzebrock-Clarholz</i>	Herzebrock-Clarholz	<i>gewerbeverein-online.de</i>	Portal	E-Paper „Markt und Gemeinde“	<i>markt-und-gemeinde.de/</i>
Kurier-Verlag GmbH & Co. KG	Horn-Bad Meinberg	kurier-verlag.de	E-Paper		
AS-Multimedia - Buch- und Zeitschriftenverlag	Hörstel	dorfgespraeche-recke.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Medien- wiege.de - Druck und Verlag	Hörstel	medienwiege. de	E-Paper		
Stadt- marketing Hörstel eV	Hörstel	stadtmarketin g-hoerstel.de	VK		
Werbeagentur Promo & Co. KG	Hüllhorst	kiekmalrin.de	E-Paper		
Medien Designer	Hürtgenwald	mediendesign er.com	Firma		
<u>wem - werbung event marketing</u>	<u>Hürth</u>	<u>w-e-m.de</u>	<u>Firma</u>	<u>Online- Angebot nicht auffindbar</u>	
Ibbenbürener Vereinsdruck erei GmbH	Ibbenbüren	ivd.de	Firma		
Ibbenbürener Wochenblatt- Verlags- gesellschaft mbH & Co. KG	Ibbenbüren	ibb- anzeiger.de	E-Paper		
humann medien	Jüchen	jucunda- juechen.de	Portal		
Adline GmbH Werbeagentur	Kaarst	adline- kaarst.de	Firma		
		watislos- kaarst.de	E-Paper		
		watislos- meerbusch.de	E-Paper		
		<u>watislos- nord.de</u>	<u>VK</u>	<u>Online- Angebot nicht auffindbar</u>	
Stadtanzeiger Kamp-Lintfort GmbH	Kamp-Lintfort	stadt- anzeiger- kamp- lintfort.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
A.Z. Medienverlag	Kempen	niederrhein- im-blick.de	E-Paper		
Krause & Schwarz GmbH	Kevelaer	krause- schwarz.de	Firma		
Kurier Werbe- und Verlags- gesellschaft mbH	Kleve	kurier-am- sonntag.de	Portal	Online- Angebot nicht auffindbar	
Kölner Anzeigenblatt GmbH & Co. KG	Köln	koelner- wochenspiegel .de	Portal		rheinische- anzeigenblaett er.de/mein- blatt/koelner- wochenspiegel
Werbeagentur Pixelrausch Dieter Fels	Korschenbroi ch	in- korschenbroi ch.de	Portal	eher VK	
City Anzeigenblatt Krefeld GmbH	Krefeld	mein- krefeld.de	Portal		
Joh. van Acken GmbH & Co. KG	Krefeld	van-acken.de	Firma		
Print Media Management	Krefeld	printmediaman- agement.de	Firma	im Umbau	
Printprodukte UG	Krefeld	oppumer- wochenblatt.de	E-Paper	es erscheint unter der Website die Zeitschrift „Hallo Uerdingen“	
Der Postillon Peter Thiele e.K.	Lage	postillon.com	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Record Team Marketing GmbH	Langenberg	record-team.de	Firma		
<i>Leverkusener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG</i>	<i>Leverkusen</i>	<i>lokale-informationen.de</i>	<i>Portal</i>		<i>rheinische-anzeigenblaetter.de/meinblatt/lokale-informationen</i>
<i>59 Verlags GmbH & Co. KG</i>	<i>Lippstadt</i>	<i>fuenfneun.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Werbeagentur Thiesbrummel GmbH	Lippstadt	lpamsonntag.de	E-Paper		
Wochen-Tip Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Lippstadt	wochentip.de	E-Paper		
PWK-Service Klaus Löffler	Lohmar	lohmar.info	Portal		
Husemüller & Birkner GbR	Lübbecke	neue-umschau.de	Portal E-Paper		
<u>Pyrmonter Sonntag Udo Rohde Verlag</u>	<u>Lügde</u>	<u>pyrmontersonntag.de</u>	<u>Firma</u>	<u>Online-Angebot nicht auffindbar</u>	
Sonntagskurier GmbH	Lünen	sonntagskurier.de	E-Paper		
<i>Verlag Grone</i>	<i>Marl</i>	<i>vest-aktuell.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Im Umbau</i>	
<i>Gewerbeverein Marsberg e. V.</i>	<i>Marsberg</i>	<i>diemelbote.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Weserspucker-Verlag GmbH & Co. KG	Minden	weserspucker.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Frentzen-Media	Mönchengladbach	niersmagazin.de	E-Paper		
Grafischer Betrieb H. Weidenstrass	Mönchengladbach	weidenstrass-druckerei.de	Firma		
<i>Guru Magazin GmbH</i>	<i>Mönchengladbach</i>	<i>guru-magazin.com</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
K. u. L. GmbH Verlag-Vertrieb-Vermittlung	Mönchengladbach		Firma		
Odenkirchener Druck- und Verlags GmbH	Mönchengladbach	o-d-v.de unser-odenkirchen.de	<i>Firma</i> E-Paper		<i>pt-promotion.de</i>
<i>Report Anzeigenblatt GmbH</i>	<i>Mönchengladbach</i>	extra-tipp-viersen.de	<i>Portal</i>		<i>meine-woche.de/</i>
Urbano Mönchengladbach GmbH	Mönchengladbach	urbano-online.de	E-Paper		
<i>Weiss-Verlag GmbH & Co. KG</i>	<i>Monschau</i>	<i>wochenspiegelive.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, ePaper</i>	
<i>Arnold Multimedia-centrum GmbH</i>	<i>Mülheim a.d. Ruhr</i>	<i>arnoldwerbung.de</i>	<i>Firma</i>	<i>im Umbau</i>	
<i>Hallo-Gratiszeitung-Verlag GmbH & Co. KG</i>	<i>Münster</i>	hallo-muensterland.de	<i>E-Paper</i>		<i>ag-muensterland.de/muenster</i>
mitten drin	Münster	das-magazin-mittendrin.de	E-Paper		
	<i>Neuss</i>	<i>erft-kurier.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Kurier-Verlag GmbH (Neuss)</i>		<i>stadt-kurier.de</i>			
<i>meinNorf.de</i>	<i>Neuss</i>	<i>meinnorf.de</i>	<i>E-Paper</i>	<i>Portal</i>	
BSK Vollmert	Niederkassel	montagszeitung.com	Portal		
Schaufenster-Verlags GmbH	Oelde	oelder-schaufenster.de	E-Paper		
<u>Druckerei Tödtmann</u>	<u>Oerlinghausen</u>	<u>Kein Online-Angebot auffindbar</u>			
<i>Petershäger Anzeiger Verlags GmbH & Co. KG</i>	<i>Petershagen</i>	<i>petershaeger-anzeiger.de</i>	<i>E-Paper</i>	<i>Laut Impressum: herausgegeben von „WIP Medien GmbH & Co. KG“</i>	
Kölle Druck GmbH	Preußisch-Oldendorf	koelledruck.de	Firma		
<i>Heimat-anzeiger Anzeigenblatt GmbH</i>	<i>Radevormwald - in Remscheid angesiedelt -</i>	<i>rga.de</i>	<i>Portal</i>	<i>E-Paper / laut Impressum: herausgegeben von „Remscheider Medienhaus GmbH & Co. KG“</i>	
Die Kiepe Verlags GmbH	Rahden	diekiepe-online.de	E-Paper		
<i>Ratinger Wochenblatt Verlags-Gesellschaft mbH</i>	<i>Ratingen</i>	<i>ratingerwochenblatt.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	<i>lokalkompass.de/ratingen</i>
<i>KM Kurier Medien GmbH & Co. KG</i>	<i>Recklinghausen</i>	<i>kurier-zum-sonntag.com</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	<i>kurier-zum-sonntag.de</i>

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Heimatbund Lüttringhausen e. V.	Remscheid	luettringhauser-anzeiger.de	E-Paper		
ME Werbeagentur GmbH & Co. KG	Rheda- Wiedenbrück	mein-rhwd.de	Portal E-Paper		ePaper unter magazin.mein- rhwd.de/
<u>Ostendorf & Giebken Verlags GbR</u>	<u>Rhede</u>	<u>unter: borken- city.de</u>	<u>E-Paper</u>	<u>Kein Online- Angebot auffindbar</u>	-
<i>Rheiner Anzeigenblatt Verlags- gesellschaft mbH</i>	<i>Rheine</i>	<i>rhainer- anzeiger.de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>mv-online.de/</i>
<i>Rheiner Report GmbH</i>	<i>Rheine</i>	<i>rhainer- report.de</i>	<i>Im Umbau</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
<i>Rehling Graphischer Betrieb GmbH</i>	<i>Rietberg</i>	<i>rietberger- stadtanzeiger. de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
<i>Werbe- gemeinschaft Rüthen e. V.</i>	<i>Rüthen</i>	<i>ruethen- extrastark.de</i>	<i>Im Umbau</i>	<i>immer noch im Umbau</i>	
Hüppmeier Marketing & Design GmbH	Salzkotten	stadtquelle- salzkotten.de	E-Paper		
WAF- regional.de Spöckenkieker- Verlag	Sassenberg	der- spoekenkieke r.de	Portal		
<u>Verlags- gesellschaft Fleege UG</u>	<u>Schlangen</u>	<u>schlaengerbote .de</u>	<u>veraltet</u>	<u>Kein Online- Angebot auffindbar</u>	-
Druckerei & Medienverlag Ilske	Schloß Holte- Stukenbrock	stadtjournal- shs.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Heimat- und Verkehrsverein Schloß Holte-Stukenbrock e. V.</i>	<i>Schloß Holte-Stukenbrock</i>	<i>heimat-und-verkehrsverein-shs.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Senne Forum	Schloß Holte-Stukenbrock	senneforum.de	E-Paper		
Verler Magazin GbR	Schloß Holte-Stukenbrock	verler-magazin.de	Firma		
<i>Verlag Bruckmann & Meier GbR</i>	<i>Schwerte</i>	<i>ruhr-bote.de</i>	<i>Firma</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	<i>lokalkompass.de/schwerte</i>
<i>VWP Verlag für Werbe-Publikationen GmbH & Co. KG</i>	<i>Siegburg</i>	<i>extra-blatt.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	<i>rheinische-anzeigenblaetter.de/meinblatt/extra-blatt</i>
<i>Kurier Verlag Siegen GmbH & Co. KG</i>	<i>Siegen</i>	<i>siegerlandkurier.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
<i>Siegerländer Wochen-Anzeiger GmbH & Co. KG</i>	<i>Siegen</i>	<i>swa-www.de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>swa-siegerland.de/</i>
		<i>hellerthaler-zeitung.de</i>	<i>E-Paper</i>		
Vorländer GmbH & Co. KG	Siegen	vorlaender.de	Firma		
KV Verlag Claudia Vogt	Spenge	spenger-echo.com	Firma		
<i>Wochenpost GmbH & Co. KG</i>	<i>Stadtlohn</i>	<i>wochenpostonline.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Güth & Kramer Medien	Steinhagen	gk-medien.com	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
<i>Norbert Stammes KG</i>	<i>Tönisvorst</i>	<i>stammes-druck.de</i>	<i>Firma</i>		<i>druckhaus-stammes.de/</i>
Rautenberg Media & Print Verlag KG	Troisdorf	rmp.de	E-Paper		
<i>Verlag Super Tipp GmbH</i>	<i>Velbert</i>	<i>supertipp-online.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
Martina Werner und Lothar Werner	Verl	verler-leben.de	Firma		
Franz Gescher Inhaber Mechthild Gescher e.K.	Vreden	gescher.com	Firma		
<i>Verlags-gemeinschaft Werne am Sonntag GbR</i>	<i>Werne</i>	<i>Werne-am-Sonntag.de</i>	<i>Portal</i>	<i>Portal, E-Paper</i>	
<i>Kroog Verlags-GmbH & Co. KG</i>	<i>Westerkappeln</i>	<i>wochenblatt-westerkappeln.de</i>	<i>E-Paper</i>		<i>ag-muensterland.de/westerkappeln</i>
Bommeraner / Herbeder	Witten	derbommeraner.de	E-Paper		
Echo Verlagsgesellschaft mbH	Wuppertal	cronenberger-woche.de	Portal		
Verlag Ronsdorfer Wochenschau e. K.	Wuppertal	ronsdorfer-wochenschau.de	E-Paper		
Verlag SonntagsBlatt	Wuppertal	sonntagsblatt-online.de	E-Paper		

Firma	Stadt	Internet	Vorheriges Angebot/ Anmerkung [Stand 2016]	Neues Angebot/ Anmerkung [Stand 2019]	Neue Website
Live Magazine Verlags- gesellschaft Költgen- Horlemann GbR	Xanten	xanten-live.de	E-Paper		
VK					

Quellen: Webseiten der Firmen, Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22

Um ein möglichst vollständiges Bild der Online-Angebote in Nordrhein-Westfalen abzubilden, ergänzen die folgenden Tabellen – unterteilt nach Kategorie – all jene Angebote, die in den Vorgängeruntersuchungen noch nicht vorhanden waren.

So bildet CORRECTIV auf seiner Internetseite Blog- und facebook-Präsenzen aus Nordrhein-Westfalen ab, „die sich auf informative Weise mit den Entwicklungen der Gesellschaft beschäftigen“ (CORRECTIV.org, o. D.). Die Seite kann fortlaufend – auch von Nutzerinnen und Nutzern – ergänzt werden. Die folgende Tabelle listet alle aktuell aufgeführten Angebote – kategorisiert nach Typ und mit Angabe ihrer Herkunft – auf. Darüber hinaus liefert die digitale Landkarte für die Lokalmedien in Nordrhein-Westfalen der LfM eine Übersicht über alle Online-Angebote des Bundeslandes (journalismuslab.de, o. D. b). Auch die dort aufgeführten Angebote sind in die folgenden Übersichten integriert.

Tab. 68.4 Online-Präsenzen von Zeitungen/Anzeigenblättern

Titel	Ort	URL
Lengericher Wochenblatt, Hallo Lüdinghausen, Hallo Münster, Hallo Telgte, Blickpunkt Warendorf	Lengerich, Lüdinghausen, Münster, Telgte, Warendorf	ag-muensterland.de/
ak[due]ll	Essen	akduell.de/
Bad Lippspringer Nachrichten	Bad Lippspringe	bad-lippspringer-nachrichten.de/
Bergisches Sonntagsblatt	Mönchengladbach	rheinische-anzeigenblaetter.de/
Bergisches Wochenende	Remscheid	bergisches-wochenende.de/
Beverunger Rundschau	Hofgeismar	beverunger-rundschau.de/
Delbrücker Stadtanzeiger, Rietberger Stadtanzeiger	Rietberg,	rietberger-stadtanzeiger.de/
Das Solinger	Solingen	das-solinger.de/
Dattelner Morgenpost	Datteln	24vest.de/
Der Bote im Märkischen Kreis	Lüdenscheid	wa-anzeigenblaetter.de/der-bote

Titel	Ort	URL
Der Spökenkieker	Sassenberg	derspoekenkieker.de/
Der Stadt-Anzeiger	Schloß Holte-Stukenbrock	der-stadt-anzeiger.com/
Dorstener Zeitung	Dortmund	dorstenerzeitung.de/
Dreingau Zeitung	Drensteinfurt	dreingau-zeitung.de/
Düsseldorfer Anzeiger	Düsseldorf	duesseldorfer-anzeiger.de/
Elsener Rundschau	Bad Lippspringe	elsener-rundschau.de/
Emsdetter Volkszeitung	Rheine	ev-online.de/
Extra Tipp Meerbusch	Willich	meine-woche.de
Extra Tipp Mönchengladbach	Mönchengladbach	meine-woche.de
Extra-Tipp Willich	Willich	meine-woche.de
Fischelner Woche	Krefeld	fischelner-woche.de/
Grevener Zeitung	Münster	muensterschezeitung.de/
Heide Bote	Krefeld	heide-bote.de/
Hellweger Anzeiger	Unna	hellwegeranzeiger.de/
Hertener Allgemeine	Herten	hertener-allgemeine.de/
Kölner Stadt-Anzeiger	Köln	ksta.de/
Kurier zum Sonntag	Recklinghausen	kurier-zum-sonntag.de/
Lüttringhausener Anzeiger	Remscheid-Lüttringhausen	luettringhauser-anzeiger.de/
Lippe Aktuell	Detmold	lippe-aktuell.de/
Lokal-Anzeiger, Lokal-Anzeiger Oberberg	Gummersbach	rheinische-anzeigenblaetter.de/
Lokal Anzeiger Erkrath	Mettmann	lokal-anzeiger-erkrath.de/
Lüttringhausener Anzeiger	Remscheid-Lüttringhausen	luettringhauser-anzeiger.de/
Maas Rhein Zeitung	Mönchengladbach	maas-rhein-zeitung.de/
Marl Aktuell, Sonntagsblatt	Marl	marlaktuell.de/
Marler Zeitung	Marl	24vest.de/
Meerbuscher Nachrichten	Willich	meine-woche.de/
Münsterland Zeitung	Ahaus	muensterlandzeitung.de/
Neue Rheinische	Köln	nrhz.de/
Paderborner Journal	Bad Lippspringe	paderborner-journal.de/
Unser Odenkirchen, Unser Wickrath	Mönchengladbach	pt-promotion.de/
Recklinghäuser Zeitung	Recklinghausen	24vest.de/

Titel	Ort	URL
Extra-Blatt, WerbePost	Siegburg, Köln	rheinische-anzeigenblaetter.de/
Kölnische Rundschau	Köln	rundschau-online.de/
Brühler Schlossbote	Brühl	rheinische-anzeigenblaetter.de/
Stadtgespräch	Melle	stadtgespraech-online.com/
Stadt Spiegel Viersen	Viersen	meine-woche.de/
Stimberg Zeitung	Oer-Erkenschwick	24vest.de/
Siegerländer Wochen-Anzeiger	Siegen	swa-siegerland.de/
Stadtanzeiger Soest	Hamm	wa-anzeigenblaetter.de/
Waltroper Zeitung	Waltrop	24vest.de/
OWZ zum Sonntag, Warburg zum Sonntag	Hofgeismar	warburg-zum-sonntag.de/
Willicher Nachrichten	Willich	meine-woche.de
Winterberger Anzeiger	Brilon	winterberg-totallokal.de/
Westdeutsche Zeitung, Bergischer Volksbote, Westdeutsche Zeitung Krefeld, Westdeutsche Zeitung Kreis Mettmann, Westdeutsche Zeitung Niederrhein, Westdeutsche Zeitung Rhein-Kreis Neuss	Wuppertal, Burscheid, Krefeld, Kempen, Neuss	wz.de/
Westdeutsche Zeitung Düsseldorf	Düsseldorf	wz.de/
Westdeutsche Zeitung Wuppertal	Wuppertal	wz.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Tab. 68.5 Online-Präsenzen von Zeitschriften

Titel	Ort	URL
Emskurier	Harsewinkel	ag-muensterland.de/
Bad Driburger Kurier	Horn-Bad Meinberg	bad-driburger-kurier.de/
Blickfeld - die Campuszeitung für Wuppertal	Wuppertal	blickfeld-wuppertal.de/
Blickpunkt Dümpten	Mühlheim an der Ruhr	blickpunkt-duempten.de/
Blickpunkt Kevelaer Journal	Kevelaer	blickpunkt-kevelaer.de/
Blickpunkt Schildesche	Bielefeld	blickpunkt-schildesche.de/
Der Herbeder	Witten	derherbeder.de/
Detmolder Kurier	Horn-Bad Meinberg	detmolder-kurier.de/
[echt!]	Reke	echtmagazin.com/
Burtscheid aktuell	Aachen	euregio-aktuell.eu/
Hellweg info, Methler aktuell, Ortszeit	Möhnesee-Wippringsen,	fkw.de/

Titel	Ort	URL
WDL aktuell	Wadersloh	fleiter-druck.de/
GL Kompakt	Bergisch Gladbach	gl-verlag.de/
Guru Magazin	Mönchengladbach	guru-magazin.de/
Haaner Stadtmagazin	Mettmann	haaner.stadtmagazin-online.de/
Hallo Uerdingen	Krefeld	hallo-uerdingen.de/
Höxter Kurier	Horn-Bad Meinberg	hoexter-kurier.de/
Stadtjournal Ibbenbüren	Hörstel	ibb-journal.de/
Klenkes neo	Aachen	klenkes-neo.de/
köln2go	Köln	koeln2go.de/
Preußisch Oldendorfer Rundblick	Preuß Oldendorf	kölle-druck.de/
Langenfelder Stadtmagazin	Mettmann	langenfelder.stadtmagazin-online.de/
LebensArt	Bottrop-Kirchhellen	lebensart-magazine.de/
bockum life, hüls life, kempen life, oppum life	Krefeld	lifejournale.de/
meinRHEINLAND	Düsseldorf	meinrheinland.de/
Marktplatz Mettingen	Hörstel	mm-mettingen.de/
Mokka	Borken	mokka-online.de/
Monheimer Stadtmagazin	Mettmann	monheimer.stadtmagazin-online.de/
Der Broicher Blickpunkt, Mühlheimer Blickpunkt	Mülheim an der Ruhr	muelheimer-blickpunkt.de/
Paderkind	Paderborn	paderkind.de/
Rheder Stadtgespräch	Rhede	rheder-stadtgespraech.de/
Rheinkiesel	Rheinbreitbach	rheinkiesel.de/
Blickpunkt Speldorf	Mülheim an der Ruhr	speldorf.de/
Stadtgespräch Lübbecke	Espelkamp	stadtgespraech-luebbecke.de/
Stadtjournal Rheine	Hörstel	stadtjournal-rheine.de/
Bilker Bote, Düssel Depesche, Eller Echo, Flingern Aktuell, Gerresheimer Gazette, Kaiserswerther Kurier, Nord Kurier, Oberkasseler Observer, Rundblick, Zoo Magazin	Düsseldorf	stadtteilmagazine.de/
Steinheimer Blickpunkt	Horn-Bad Meinberg	steinheimer-blickpunkt.de/
The Dorf	Düsseldorf	thedorf.de/
TOP Magazin Dortmund	Dortmund	top-magazin-dortmund.de/
TOP Magazin Siegen-Wittgenstein	Siegen	top-magazin-siegen.de/
Aldenhofen Infoblatt, Bürgerbrief Blankenheim und Nettersheim, Bürgerbrief Mechernich, Egge-Rundblick, Grenzland Nachrichten, Jülich Magazin, Mitteilungsblatt	Troisdorf	unserort.de/

Titel	Ort	URL
Dahlem, Mitteilungsblatt Eitorf, Mitteilungsblatt Lindlar, Mitteilungsblatt Much, Mitteilungsblatt Overath, Mitteilungsblatt Ruppichteroth, Nümbrecht aktuell, Reichshof Kurier, Rundblick Bad Münstereifel, Rundblick Bad Wünneberg, Rundblick Bergneustadt und Drolshagen, Rundblick Engelskirchen, Rundblick Hallenberg und Medebach, Rundblick Hellental, Rundblick Kall, Rundblick Köln-Ost, Rundblick Kürten, Rundblick Marienheide, Rundblick Meckenheim & Rheinbach, Rundblick Rösrath, Rundblick Rureifel, Rundblick Siebengebirge, Rundblick Siegburg, Rundblick Troisdorf, Rundblick Waldbröl, Rundblick Zülpich, Stadtecho Hennef, Stadtecho Lohmar, Steweder Bote, Wir Bornheimer, Wir Erftstädter, Wir in Alfter, Wir in Beuel, Wir in Brakel & Willebadessen, Wir in Swisttal, Wir Wachtberger		
Hopstener Blättken	Hopsten	werbegemeinschaft-hopsten.de/
Willem Wochenend-Magazin	Minden	willem-online.de/
Wirtschaft aktuell	Stadtlohn	wirtschaft-aktuell.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Tab 68.6 Online-Präsenzen von Radiosendern

Titel	Ort	URL
Radio Hagen	Hagen	107.7radiohagen.de/
Antenne AC	Würselen	antenne-ac.de/
Antenne Bethel	Bielefeld-Bethel	antenne-bethel.de/
Antenne Düsseldorf	Düsseldorf	antenneduesseldorf.de/
Antenne Münster	Münster	antennemuenster.de/
Antenne Niederrhein	Kleve	antenneniederrhein.de/
Antenne Pulheim	Pulheim	antennepulheim.de/
Antenne Unna	Unna	antenneunna.de/
bonnFM	Bonn	bonn.fm/
campus FM	Essen	campusfm.info/
CT das radio	Bochum	ctdasradio.de/
Domradio	Köln	domradio.de/
eldorado	Dortmund	eldorado.de/
radioFH	Meschede	fh-meschede.de/
Hellweg Radio	Soest	hellwegradio.de/
Hertz 87.9	Bielefeld	hertz879.de/
hochschulradio düsseldorf	Düsseldorf	hochschulradio.de/
Hochschulradio Aachen	Aachen	hochschulradio-aachen.de/
Köln-campus	Köln	koelncampus.com/
Radio Lippe Welle Hamm	Hamm	lippewelle.de/
L'UniCo	Paderborn	l-uni.co/

Titel	Ort	URL
NE-WS 89.4 - Das Radio im Rhein-Kreis Neuss	Neuss	news894.de/
Radio 90,1 Mönchengladbach	Mönchengladbach	radio901.de/
Radio 91.2 Dortmund	Dortmund	radio912.de/
Radio Berg	Kürten	radioberg.de/
Radio Bielefeld	Bielefeld	radiobielefeld.de/
Radio Bochum	Bochum	radiobochem.de/
Radio Bonn/Rhein-Sieg	Bonn	radiobonn.de/
Radio Duisburg	Duisburg	radioduisburg.de/
Radio Emscher Lippe	Gelsenkirchen	radioemscherlippe.de/
Radio Ennepe-Ruhr	Hagen	radioenneperuhr.de/
Radio Erft	Wesseling	radioerft.de/
Radio Essen	Essen	radioessen.de/
Radio Euskirchen	Euskirchen	radioeuskirchen.de/
Radio Gütersloh	Gütersloh	radioguetersloh.de/
Radio Herford	Herford	radioherford.de/
Radio Herne	Herne	radio-herne.de/
Radio Hochstift	Paderborn	radiohochstift.de/
Radio Kiepenkerl	Dülmen	radiokiepenkerl.de/
Radio Köln	Köln	radiokoeln.de/
Radio K.W.	Wesel	radiokw.de/
Radio Leverkusen	Leverkusen	radioleverkusen.de/
Radio Lippe	Detmold	radiolippe.de/
Radio MK	Iserlohn	radio-mk.de/
Radio Mülheim	Oberhausen	radiomuelheim.de/
Radio Neandertal	Mettmann	radioneandertal.de/
Radio NRW	Oberhausen	radionrw.de/
Radio Oberhausen	Oberhausen	radiooberhausen.de/
Radio Q	Münster	radioq.de/
Radio RSG	Solingen	radiorsg.de/
Radio RST	Rheine	radiorst.de/
Radio Rur	Düren	radiorur.de/
Radio Sauerland	Meschede	radiosauerland.de/
Radio Siegen	Siegen	radio-siegen.de/
Radio Vest	Recklinghausen	radiovest.de/
Radio WAF	Warendorf	radiowaf.de/
Radio Westfalica	Minden	radiowestfalica.de/
Radio WMW	Borken	radiowmw.de/
Radio Wuppertal	Wuppertal	radiowuppertal.de/
Radius 91,2	Siegen	radius921.de/

Titel	Ort	URL
Radio Triquency	Lemgo	triquency.de/
Welle Niederrhein	Krefeld	welleniederrhein.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Tab. 68.7 Online-Präsenzen von Fernsehanstalten

Titel	Ort	URL
Cityvision	Mönchengladbach	city-vision.de/
Kanal 21	Bielefeld	kanal-21.de/
nrwision	Dortmund	nrwision.de/
RTL West	Köln	rtl-west.de/
Sälzer.TV	Salzkotten	saelzer.tv/
Silberdistel TV	Köln	sbk-koeln.de/
Stadtjournal TV	Schloß Holte-Stukenbrock	stadtjournal.tv/
Studio 47	Duisburg	studio47.de/
WDR Aachen, WDR Wuppertal, WDR Bonn, WDR Dortmund, WDR Düsseldorf, WDR Duisburg, WDR Köln, WDR Münster, WDR Bielefeld, WDR Essen, WDR Siegen, WDR Kleve	Aachen, Wuppertal, Bonn, Dortmund, Düsseldorf, Duisburg, Köln, Münster, Bielefeld, Essen, Siegen, Kleve	wdr.de/
WestCom Medien GmbH	Dortmund	westcom.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Tab. 68.8 Blogs und Soziale Netzwerke

Titel	Ort	URL
365 Tage Camus	Wuppertal	365tage-camus.de/
Ars tremonia	Dortmund	ars-tremonia.de/
Soziales Zentrum Avanti	keine Angabe	avantizentrum.noblogs.org/
BGM-Systemhaus	Hückeswagen	bgm-systemhaus.com/
Bierschinken	Dortmund	bierschinken.net/
Das Bad-Oeynhausen-Blog	Bad Oeynhausen	blog.oeyni.net/
Mit dem Fahrrad zur Arbeit	Wuppertal	blog.westrad.de/
Bonn geht essen	Bonn	bonngehtessen.de/
Bürgerhaushalt Wuppertal	Wuppertal	buergerhaushalt-wuppertal.de/
Check von hinten	keine Angabe	check-von-hinten.de/
Colorfulcities.de	keine Angabe	colorfulcities.de/
der kulturpolitische reporter	Wuppertal	derkulturpolitischereporter.wordpress.com/

Titel	Ort	URL
Die Erle	Essen	die-erle.de/
Dortmund Community	Dortmund	dortmund-community.de/
EN-Mosaik	Ennepetal	en-mosaik.de/
Beuler Extra-Dienst	Bonn	extradienst.net/
Fischpott - Kulturblog ohne Gnade	Wuppertal	fischpott.com/
Funspirit	keine Angabe	funspirit.de/
Haltern am Gegenwind	Haltern am See	haltern-am-gegenwind.de/
Input aktuell	Prüm	input-aktuell.de/
IGI Bürgerportal	keine Angabe	insel.de/
Köln Nachrichten	Köln	koeln-nachrichten.de/
Colozine Magazin	Köln	koeln-news.com/
Langenfeld isst	Langenfeld	langenfeldisst.wordpress.com/
medienmoral-nrw.de	Düsseldorf	medienmoral-nrw.de/
Mein Much	Much	mein-much.de/
Mininase	keine Angabe	mininase.de/
Neue Düsseldorfer Online Zeitung	Düsseldorf	ndo.z.de/
Stadien in NRW	keine Angabe	nrw-stadien.de/
Pirat im #talrat	Wuppertal	ollital.de/
Paradiesbauer	Gütersloh	paradiesbauer.de/
Rainerwermelt.de	keine Angabe	rainerwermelt.de/
rezension.de	keine Angabe	rezension.de/
Rhede City	Rhede	rhede-city.de/
Rheinische allgemeine	Bettenfeld	rheinische-allgemeine.de/
rhein:raum Bonner Magazin	Bonn	rheinraum-online.de/
Gedankensplitter	keine Angabe	robert-rutkowski.de/
Schmidt's Katze	keine Angabe	schmidts-katze.info/
Sechel	keine Angabe	sechel.it/
Stadt.io	Kleve	stadt-io.guide/
Heimatkanal Steinfurt.tv	Steinfurt	steinfurttv-filmportal.de/
Symphilosophikum	keine Angabe	symphilosophikum/
Tal-Journal.net	Wuppertal	tal-journal.net/
Wir Ennepetaler	Ennepetal	wir-ennepetaler.de/
wir-sind-tierarzt.de	Köln	wir-sind-tierarzt.de/
wupperbild	Wuppertal	wupperbild.com/
Wupperfocus	Wuppertal	wupperfocus.de/
YoungUrbanPolitics	Winterberg	youngurbanpolitics.de/
Zebrastreifenblog	Duisburg	zebrastreifenblog.wordpress.com/
Alles Detten	Emsdetten	alles-detten.de/
Bocholt News	Bocholt	bocholt.news/

Titel	Ort	URL
BürgerZeitung Mönchengladbach	Mönchengladbach	bz-mg.de/
Utopiastadt Wuppertal	Wuppertal-Elberfeld	clownfisch.eu/
HeimatPOTTential	Essen	heimatpottential.blogspot.de/
heimatPOTTential	Ruhrgebiet	heimatPOTTential.de/
Honnef Heute	Bad Honnef	honnef-heute.de/
Bocholt bringt's	Bocholt	magazin.bocholt-bringts.de/
Schallclub	keine Angabe	schall.club/
seitenwaelzer	Münster	seitenwaelzer.de/
Sesekegeflüster	Seseke	sesekegefluester.de/
WestfalenBlog	Lüdinghausen	westfalenblog.de/
Wir in Haltern	Haltern am See	wir-in-haltern.de/
Rheinhausen.NRW	Duisburg	FB.com/Rheinhausen.NRW
Ich will WAT	Wattenscheid	ich-will-wat.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Tab. 68.9 Weitere Online-Angebote

Titel	Ort	URL
Alles Münster	Münster	allesmuenster.de/
Altena Online	Altena	altena-online.de/
Amtage bloggt	Minden	amtage-bloggt.de/
Beelen Online	Ennigerloh	beelenonline.de/
Die Bergische Stimme	Leichlingen	bergische-stimme.de/
Bergkamener Infoblog	Bergkamen	bergkamen-infoblog.de/
Bielefelds Westliche	Bielefeld	bielefelds-westliche.de/
bilkOrama	Düsseldorf	bilkorama.de/
Blickpunkt Arnsberg-Sundern-Meschede	Sundern	blickpunkt-arnsberg-sundern-meschede.de/
Blickpunkt Meerbusch	Meerbusch	blickpunktmeerbusch.de/
Emscher-Lippe Genossenschaft	Essen	blog.eglv.de/
Blomberg Voices	Blomberg	blomberg-voices.de/
bo-alternativ.de	Bochum	bo-alternativ.de/
bonndirekt	Bonn	bonndirekt.com/
borken-city.de	Rhede	borken-city.de/
Brauweiler Blog	Pulheim	brauweilerblog.de/
broeltal.de	Ruppichterath	broeltal.de/
Bruckhausen-Blog	Duisburg	bruckhausen.blogspot.com/
Bundesstadt	Bonn	bundesstadt.com/
Bürgerzeitung Duisburg	Duisburg	bz-duisburg.de/
Coesfelder Nachrichten	Coesfeld	coesfelder-nachrichten.de/

Titel	Ort	URL
Colozine	Köln	colozine.de/
Dein Düsseldorf	Mönchengladbach	dein-duesseldorf.de/
Dein Erkelenz	Erkelenz	dein-erkelenz.de/
Dein Gütersloh	Bielefeld	dein-gt.de/
DeinHilden.de	Hilden	deinhilden.de/
Dein Münster	Münster	dein-ms.de/
Dein Ruhrgebiet	Unna	deinruhrgebiet.de/
Dein WAF	Warendorf	dein-waf.de/
Der Ahausener	Ahaus	der-ahausener.de/
Der Lokalbote	Mönchengladbach	der-lokalbote.de/
Detmolder Zeitung	Paderborn	detmolder-zeitung.de/
Aktuelle Kamera Weser	Höxter	dieaktuellekamera-weser.de/
Dorf!Info.de	Sundern	dorfinfo.de/
Dormagen News	Dormagen	dormagen-news.de/
Dormago	Dormagen	dormago.de/
Düren Magazin	Düren	dueren-magazin.de/
duesseldorf-wirtschaft.de	Düsseldorf	duesseldorf-wirtschaft.de/
Echt Nordstadt	Dortmund	echt-nordstadt.de/
EifelDrei.TV	Monschau	eifeldrei.tv/
Eifeler Presse Agentur	Kall	eifeler-presse-agentur.de/
Emscherblog	Dortmund	emscherblog.de/
Essenruhr.de	Essen	essenruhr.de/
Euregio-Aachen	Aachen	euregio-aachen.de/
expressi	Siegen	expressi.de/
siegencity.de	Siegen	facebook.com/siegencity.de
Flingern.net	Düsseldorf	flingern.net/
Forum Wermelskirchen	Wermelskirchen	forumwk.de/
Frechen Blogger	Frechen	frechen.blogger.de/
Frechenschau	Frechen	frechenschau.de/
Freudenberg Online	Freundeberg	freudenberg-online.com/
Friedewalde	Petershagen	friedewalde.de/
Geilenkirchen Lokal	Geilenkirchen	geilenkirchen-lokal.de/
GescherBlog	Gescher	gescherblog.de/
Geseke News	Geseke	geseke-news.de/
Guten Tach	Lüdenscheid	guten-tach.de/
halloherne	Herne	halloherne.de/
Hallo Lübbecke	Lübbecke	hallo-luebbecke.de/
Hallo Minden	Minden	hallo-minden.de/
Heimatreport	Raesfeld-Erle	heimatreport.de/

Titel	Ort	URL
Herford aktuell	Herford	herford-aktuell.app/
Paderborn - meine Stadt	Bad Wünnenberg	home.meinestadt.de/
HSK-Aktuell	Bestwig- Heringhausen	hsk-aktuell.de/
In Bergisch Gladbach	Bergisch Gladbach	inbergischgladbach.blogspot.com/
Informer Online	Essen	informer-online.de/
Bürgerportal Bergisch Gladbach	Bergisch Gladbach	in-gl.de/
In Lohmar	Lohmar	in-lohmar.de/
Isselburg-Live	Isselburg	isselburg-live.de/
Kamen-web.de	Kamen	kamen-web.de/
Klartext-NE	Neuss	klartext-ne.de/
Kleveblog	Kleve	kleveblog.de/
koeln.de	Köln	koeln.de/
Deutz kommt!	Köln	koeln-deutz.de/
Last Junkies On Earth	Dortmund	lastjunkiesonearth.de/
Lebensart-regional	Bottrop-Kirchhellen	lebensart-regional.de/
Leverkusen.com	Bonn	leverkusen.com/
Lippe News	Lemgo	lippe-news.de/
LokalPlus	Lennestadt	lokalplus.nrw/
Lokalstimme	Altena	lokalstimme.de/
Made in Bocholt	Bocholt	madeinbocholt.de/
Mehr digitale Kommunen	Gütersloh	mehr-digitale-kommunen.de/
meinbottrop.de	Bottrop	meinbottrop.de/
meinDorsten.de	Dorsten	meindorsten.de/
Meine Südstadt	Köln	meinesuedstadt.de/
Mein Wadersloh	Wadersloh	mein-wadersloh.de/
Menschen In Münster	Münster	menscheninmuenster.de/
MG-Heute	Mönchengladbach	mg-heute.de/
Mindener Rundschau	Minden	mindener-rundschau.de/
Much heute	Neunkirchen- Seelscheid	much-heute.de/
muenster.de	Münster	muenster.de/
Die andere Zeitung	Münster	muenster.org/
Münster 4 Life	Münster	muenster4life.de/
Münster Journal, Münster Journal - Redaktion Greven	Bielefeld, Greven	muenster-journal.de/
muensterland.de	Ibbenbüren	muensterland.de/
Münstersche Volkszeitung	Münster	mvz-online.chayns.net/
Neue Düsseldorfer Online Zeitung	Düsseldorf	neue-duesseldorfer-online- zeitung.de/
news-on-tour.de, Oberberg News	Bergneustadt	news-on-tour.de/

Titel	Ort	URL
News Paderborn	Paderborn	news-paderborn.de/
Nippes en Bloc	Köln	nippes-en-bloc.de/
Nordstadtblogger	Dortmund	nordstadtblogger.de/
NRW depesche	Neuss	nrw-depesche.de/
Oberberg-Aktuell	Gummersbach	oberberg-aktuell.de/
Oberberg Nachrichten	Gummersbach	oberberg-nachrichten.de/
Octobernews Minden	Minden	octobernews.de/
Oelder Anzeiger	Oelde	oelder-anzeiger.de/
OZ – Onlinezeitung	Köln	onlinezeitung.co/
OWL Journal	Bielefeld	owl-journal.de/
Paderblogger	Paderborn	paderblogger.de/
Paderborner Zeitung	Paderborn	paderborner-zeitung.de/
Paderzeitung	Paderborn	paderzeitung.de/
Porzerleben	Köln	porzerleben.de/
Pottblog	Bochum	pottblog.de/
Ratinger Zeitung	Ratingen	ratinger-zeitung.de/
Refrath online	Bergisch Gladbach	refrath-online.de/
report-D	Düsseldorf	report-d.de/
Report K	Köln	report-k.de/
Report vor Ort	Keine Angabe	reportvorort.de/
Revier Passagen	Dortmund	revierpassagen.de/
Rietberg lebt	Paderborn	rietberg-lebt.de/
Ruhr today	Bochum	ruhr.today/
Ruhrbarone	Bochum	ruhrbarone.de/
Ruhrblogger	Essen	ruhrblogger.de/
Ruhr-Guide	Bochum	ruhr-guide.de/
RurWeb	Düren	rurweb.de/
Schermbeck Online	Raesfeld-Erle	schermbeck-online.de/
Zoom – Das Sauerland und mehr	Winterberg	schiebener.net/
Selfkant online	Selfkant	selfkant-online.de/
Stadtmagazin Köln	Köln	stadtmagazin.com/
Stadtnetz Radevormwald	Wuppertal	stadtnetz-radevormwald.de/
Wuppertaler Stadtnetz News	Wuppertal	stadtnetz-wuppertal.de/
Südwestfalen Nachrichten	Gummersbach	suedwestfalen-nachrichten.de/
Taeglich.ME	Wülfrath	taeglich.me/
Talradler	Wuppertal	talradler.de/
Townload Essen	Essen	townload-essen.de/
UnserMassen.de	Unna-Massen	unsermassen.de/

Titel	Ort	URL
Veedelfunker	Köln	veedelfunker.de/
Vest-Blog	Marl	vest-blog.de/
Vor Ort in Ahlen	Ahlen	vorortinahlen.de/
Waterbölles	Remscheid	waterboelles.de/
Westfalen heute	Münster	westfalen-heute.de/
westline	Münster	westline.de/
Wickede.Ruhr	Ruhr	wickede.ruhr/
Die Wiedertäufer	Münster	wiedertaeufer.ms/
Windeck24.info	Windeck	windeck24.info/
Winterscheid.net	Ruppichteroth	winterscheid.net/
wirSiegen	Kreuztal	wirsiegen.de/
wuppertal-total	Wuppertal	wtotal.de/
xity	Düsseldorf	xity.de/
xtraneWS	Duisburg	xtraneWS.de/
youPod	Düsseldorf	youpod.de/

Quellen: CORRECTIV.org (o. D.), journalismuslab.de (o. D. b)

Die wirtschaftliche Situation aller Portale lässt sich als schwierig beschreiben. Soweit bekannt, haben alle wirtschaftliche Probleme und finanzieren sich durch andere Geschäfte quer (Kommunikation mit dem Journalismus Lab der LfM, Oktober 2019). Gerade bei Blogs handelt es sich häufig um 1- bis 3-Mann-Betriebe: „Dass man vom Schreiben im Internet leben könnte, hat sich leider als Irrtum herausgestellt“ (facebook, 2019).

70. Welche der Onlineangebote finanzieren sich durch Spenden bzw. Stiftungen?

Eine umfassende Beantwortung der Fragestellung ist aufgrund fehlender systematischer Daten zur Finanzierung von Onlineangeboten leider nicht möglich. Eine erste Tendenz wurde bereits in Frage 68 skizziert.

In diesem Zusammenhang sei jedoch auf den Medienkonzentrationsbericht 2015 verwiesen, in dem erstmals eine systematische Erfassung aller lokaljournalistischen Onlineangebote erfolgt ist (Formatt Institut, 2016, S. 67-80). In der Replikation der Studie im Jahr 2016/2017 wird dokumentiert, dass die Anzahl solcher Onlineportale weiter gestiegen ist (vgl. Medienkonzentrationsbericht 16/17, S. 64). Insbesondere das Journalismus Lab der LfM (vorher: Stiftung „Vor Ort NRW“) setzt sich für die Förderung und Qualifizierung von Journalistinnen und Journalisten ein und fördert innovative und nachhaltige Weiterbildungsangebote zum Thema digitales, lokaljournalistisches Angebot im (hyper-)lokalen und regionalen Raum in Nordrhein-Westfalen (journalismuslab.de, o. D. a; vgl. Frage 75). Angaben zur Spendenfinanzierung werden jedoch differenziert nicht getätigt.

Stiftungsfinanziert sind hauptsächlich Portale, die sich auf eine bestimmte, ganz spezielle Zielgruppe fokussiert haben. Das science media center (sciencemediacenter.de) z. B. hat erfolgreich einen relevanten Etat durch Förderer aufgebaut, ist aber kein typisches lokaljournalistisches Online-Angebot. Als weitere wichtige Angebote sind in diesem Zusammenhang außerdem netzpolitik.org, kontextwochenzeitung.de, regensburg-digital.de

und einfach-heidelberg.de zu nennen, die aber keinen regionalen Bezug zu Nordrhein-Westfalen aufweisen (Kommunikation mit D. Schraven, CORRECTIV, November 2019).

71. Welche Onlineportale werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen genutzt?

Umfangreiche Daten zur Nutzung von Onlineportalen durch Migrantinnen und Migranten liegen derzeit nicht vor – auch nicht mit Blick auf Nordrhein-Westfalen. Hier ist die Datenlage noch schlechter als bei der Nutzung von Tageszeitungen (siehe Frage 6). Bekannt ist lediglich, dass die Mehrheit aller Personen mit Migrationshintergrund regelmäßig deutsche Medien nutzt, allerdings stammen diese Angaben aus dem Jahr 2011 und wurden in der Beantwortung der letzten Großen Anfrage 22 bereits thematisiert (ard.de, 2011). „76 % der Menschen mit Einwanderungshintergrund sehen regelmäßig deutschsprachige Fernsehprogramme, 60 % hören deutschsprachiges Radio und 53 % nutzen deutschsprachige Internetangebote. Nur eine Minderheit nutzt ausschließlich heimatssprachige Medien (13 % Fernsehen, 2 % Radio, fünf % Internet)“. Dies gilt/galt somit auch für Nordrhein-Westfalen. Ob und in welchem Umfang welche Onlineportale von Migrantinnen und Migranten genutzt werden, ist nicht bekannt.

Ein inhaltliches Beispiel sei allerdings genannt: CORRECTIV startete 2017 mit den exilierten türkischen Journalisten Can Dündar und Hayko Bagdat das deutsch-türkische Onlineportal #ÖZGÜRÜZ, das auch vom DJV unterstützt wird (DJV Journal 1, 2017) und vor allem über soziale Medien in die Türkei „sendet“ (ozguruz.de, o. D.). Im Juni 2017 verkündete das Portal, künftig auch gedruckt zu erscheinen (Rüsberg, 2017). Über Nutzungszahlen türkischer oder türkischstämmiger Bürgerinnen und Bürger oder von Migrantinnen und Migranten anderer Herkunft sind keine Daten verfügbar.

72. Ist der Landesregierung bekannt, ob Betreiber von Online-Suchmaschinen, Portalen oder andere international engagierte Konzerne lokale Redaktionen betreiben, aufbauen oder zu übernehmen gedenken? Wenn ja, um welche Unternehmen handelt es sich?

Solche Entwicklungen sind der Landesregierung nicht bekannt. Indes gibt es etliche deutsche Medien und Verlage, die sich an der Digital News Initiative von Google beteiligen. Google investiert laut „netzpolitik.org“ in Deutschland in den ersten vier Runden des Programms seit 2017 in Deutschland 15 Millionen Euro in 66 verschiedene Projekte. Facebook investierte 2019 zwei Millionen Euro in die deutsche Ausgabe seines Weiterbildungsprogramms „Local News Subscriptions Accelerator“, das Verlage bei der Weiterentwicklung digitaler Bezahlmodelle unterstützt. Daneben investiert facebook in Deutschland auch in die journalistische Weiterbildung. Weltweit fördern Google und facebook den Journalismus zusammengerechnet mit mehr als einer halben Milliarde Euro (Evangelischer Pressedienst, 2019j).

73. Wie beurteilt die Landesregierung unter aktuellen Gesichtspunkten die Relevanz von Onlineportalen bzw. Onlinezeitungen mit lokalen Nachrichten?

In Frage 68 wurde ausgeführt, dass die Netzöffentlichkeit in Nordrhein-Westfalen ausdifferenziert ist. Onlineportale werden vielfach von Zeitungsverlagen betrieben, die zunehmend versuchen, über Bezahlschranken ihre Inhalte zu monetarisieren. Insbesondere in lokalen Räumen kommen neue Anbieter dazu, die mit unterschiedlichen Qualitätsstandards publizistische Angebote machen. Bedauerlicherweise sind nur wenige dieser neuen Angebote dauerhaft wirtschaftlich erfolgreich, weshalb der Markt nach wie vor als sehr dynamisch zu

bezeichnen ist. Neue Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer tun sich tendenziell besonders schwer, eine nachhaltige Finanzierung über Online-Werbung oder Paid-Content zu realisieren. Angesichts der sich ändernden Mediennutzung dürften Online-Angebote in der Gesamtschau für die Nutzerinnen und Nutzer aber immer wichtiger werden.

74. Besteht aus Sicht der Landesregierung weiterer Bedarf zur Förderung dieser Art des Lokaljournalismus?

Die Landesregierung wiederholt an dieser Stelle ihre Überzeugung, dass lokale Informationen eine zentrale Rolle für die politische Willensbildung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen besitzen. Gleichzeitig ist das Gebot der Staatsferne zu beachten.

Die diversen Ansätze und Initiativen der Landesregierung zur Stärkung lokaljournalistischer Inhalte wurden in den Fragen 50 und 61 ausführlich dargelegt. Daneben ist auf die staatsferne Journalismusförderung des Journalismus Labs der LfM hinzuweisen (siehe dazu ausführlich Frage 75).

75. Welche Maßnahmen für den Online-Lokaljournalismus wurden von der Stiftung für Lokaljournalismus „Vor Ort NRW“ seit Gründung durchgeführt und wie sind diese zu bewerten?

Die Stiftung „Vor Ort NRW“ wurde 2015 bei der LfM ins Leben gerufen, Anfang 2019 in die LfM reintegriert und setzt sich heute als Journalismus Lab der LfM staatsfern für die Stärkung der Vielfalt im Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen ein. Es ist mit seinen praktisch orientierten Förderangeboten eine wichtige Ergänzung der politischen Initiativen und Maßnahmen der Landesregierung zur Sicherung und Stärkung der Medienvielfalt.

Gefördert werden vom Journalismus Lab innovative Projekte in Online-, Video- und Audio-Medien (Kommunikation mit dem Journalismus Lab der LfM, Oktober 2019), von denen die wesentlichen Aktivitäten in Tabelle 75.1 aufgelistet sind. 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).

Tab. 75.1 Maßnahmen des Journalismus Labs

Wann?	Was?
Seit 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung zahlreicher Veranstaltungen zur Vernetzung und zum Wissenstransfer: <ul style="list-style-type: none"> o 5 Regionaltage o Gründertag o Local Media Innovation Days o Idea Sprints o Hackathons o Bootcamps o Zahltag - Auf- und Ausbau einer Nordrhein-Westfalen-weiten Community von Journalistinnen und Journalisten bzw. lokalen Medienmacherinnen und -machern in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus

Wann?	Was?
Seit 2016	- Förderung von Weiterbildungsmaßnahmen (Schwerpunkt: technologische und unternehmerische Kompetenzen) - Verleihung des Vor-Ort-NRW-Preises für herausragenden Online-Lokaljournalismus
2017	- Coaching- und Beratungsprogramm für verlagsunabhängige Lokalmedien
Seit 2017	- Projektförderung für innovative lokale Medienprodukte - Informationsplattform www.journalismuslab.de 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

Quelle: Kommunikation mit dem Journalismus Lab der LfM, Oktober 2019

Als übergeordnete Bewertung und übergeordneter Effekt lässt sich festhalten, dass Vernetzung und Austausch von den Zielgruppen sehr geschätzt werden. Die geförderten Weiterbildungen erreichen eine große Anzahl an Teilnehmenden und viele Projekte und Neugründungen werden durch die Förderung erst ermöglicht. Dies schafft Anreize für Innovation und (Weiter-)Entwicklung.

Die Veranstaltungen vermitteln ebenso wie die Informationsplattform Innovationsmethoden, zeigen Best-Practice-Beispiele und geben dadurch wichtige Impulse für die Entwicklung zukunftsfähiger Medien in Nordrhein-Westfalen.

Die Unterstützung Medienschaffender ist insbesondere bei der Erlösmodell-entwicklung essenziell.

76. Wie beurteilt die Landeregierung die Zukunftsaussichten der gedruckten Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen im Wettbewerb mit anderen Medien?

Es gibt nach wie vor viele Menschen in unserem Land, die eine gedruckte Tageszeitung journalistischen Inhalten in digitaler Form vorziehen oder gerne beides konsumieren. Das Mediennutzungsverhalten verändert sich grundlegend, vor allem bei den jüngeren Menschen, das zeigen zahlreiche Untersuchungen. Mit Blick auf gedruckte Tageszeitungen dürften sich die im vorliegenden Bericht beschriebenen Tendenzen fortschreiben.

Im Zeitalter der Medienkonvergenz ist es aber auch nicht entscheidend, auf welchem Ausspielweg journalistische Inhalte die Nutzerinnen und Nutzer erreichen. Online-Angebote bieten die Verbindung von Text, Bild, Bewegtbild und Ton und damit ganz neue Möglichkeiten, Menschen für Journalismus zu begeistern. Demgegenüber empfinden viele Menschen die gedruckte Zeitung häufig auch haptisch noch als vorzugswürdiges Medium. Entscheidend ist, dass die Qualität der Angebote hohen journalistischen Ansprüchen gerecht wird und dass es den Medienunternehmen gelingt, gerade auch im Lokaljournalismus, den Nutzerinnen und Nutzern vielfältige und informative Angebote zu machen, die ihren tatsächlichen Bedürfnissen und Interessen entsprechen und die sie befähigen, sich in den demokratischen Diskurs einzubringen. Letztlich müssen diese Angebote unter Nutzung aller technischen Möglichkeiten so gut sein, dass die Nutzerinnen und Nutzer zunehmend bereit sind, dafür zu bezahlen.

Die Medienkonvergenz bringt übrigens nicht nur für die gedruckte Tageszeitung große Herausforderungen mit sich, sondern auch für andere etablierte Mediengattungen wie das Radio und das Fernsehen. Non-lineare Angebote werden für die Nutzerinnen und Nutzer immer interessanter und erhöhen über alle Ausspielwege hinweg den Veränderungsdruck.

Die zentrale Herausforderung liegt darin, dass die gewachsenen und bei uns in Nordrhein-Westfalen verwurzelten Anbieterinnen und Anbieter von Journalismus in der neuen Online-Welt mit innovativen Geschäfts- und Erlösmodellen ihren Platz finden, gerade auch im Wettbewerb mit neuen starken Akteuren wie Facebook und Co.

77. Welche aktuellen Entwicklungen sind der Landesregierung zum Thema des „Paid Content“ bekannt, und welche Bezahlssysteme haben sich bei den nordrhein-westfälischen Verlagen etabliert?

Die meisten der in Nordrhein-Westfalen verlegten Zeitungen setzen inzwischen auf das sogenannte Freemium-Modell. Dabei gibt es Artikel, die kostenlos („free“) zu lesen sind, und exklusive, kostenpflichtige Inhalte. Solche Artikel sind häufig mit dem jeweiligen Logo der Zeitung und einem Plus gekennzeichnet. Welche Art(en) von Artikeln hinter die Bezahlschranke fallen, lässt sich nicht eindeutig für alle Zeitungen bestimmen. Bei den Zeitungen des Medienhauses DuMont befinden sich hauptsächlich Hintergrundartikel oder Nutzwertgeschichten hinter der Bezahlschranke (vgl. Hein, 2019b). DuMont hat erst 2019 bei beiden seiner Kölner Zeitungen kostenpflichtige Inhalte auf deren Websites eingeführt (ebd.). Darüber hinaus haben auch viele weitere Zeitungen seit der letzten Antwort ihren vorher freien Zugang zu Online-Inhalten eingeschränkt, indem sie ein Freemium-Modell eingeführt haben. Das Abonnement für einen Zugang zu exklusiven Inhalten wird normalerweise monatsweise, wochenweise oder über einen Tagespass abgeschlossen.

Das Freemium Modell hat damit seit 2016 auch das „Metered Modell“ als Paid Content Modell bei fast allen Zeitungen in Nordrhein-Westfalen ersetzt. Bei dem Metered Modell haben Nutzerinnen und Nutzer entweder eine festgelegte Anzahl von Artikeln oder eine bestimmte Zeit, in der sie kostenlos online Artikel lesen können. Ab dann fällt erst die Bezahlschranke und Nutzerinnen und Nutzer werden zum Abschließen eines Abos aufgefordert. In Nordrhein-Westfalen verfolgt nur noch die Westdeutsche Zeitung diese Paid-Content-Strategie. Besucher auf der Seite der Westdeutschen Zeitung haben 3 Minuten Zeit alle Online-Artikel zu lesen. Danach muss auch dort entweder ein Tagespass oder ein Abonnement erworben werden, um überhaupt noch Inhalte zu lesen.

Nur noch wenige Zeitungen bieten alle Inhalte auf ihren Websites komplett kostenlos an. Noch seltener befinden sich ausnahmslos alle Inhalte auf den Websites der Zeitungen hinter der Bezahlschranke, die nur mit einem Abonnement des E-Papers oder der Printversion gehoben werden kann. Hingegen ist die Zahl der Freemium-Modelle in Nordrhein-Westfalen von 8 im Jahr 2016 auf 24 heute angestiegen.

Der Zugang zu den exklusiven Inhalten wird hauptsächlich auf zwei Arten ermöglicht. Häufig erfolgt der Zugang in Zusammenhang mit dem Abonnement des E-Papers der jeweiligen Zeitung. In vielen Fällen gibt es neben dem E-Paper-Abo aber auch ein zusätzlich buchbares Abo, mit dem alle ausschließlich auf der Internetseite beworbenen („Plus“-)Artikel lesbar werden. In solchen Fällen sind die kostenpflichtigen auf der Internetseite befindlichen („Plus“-)Artikel im E-Paper-Abo entweder bereits inkludiert oder müssen noch extra unabhängig vom E-Paper-Zugang hinzugebucht werden. Einige Zeitungen bieten ihren Print-Abonnenten ebenfalls einen Zugang für die ansonsten exklusiven Artikel auf ihren Internetseiten (z. B. Kölner Rundschau). Fast alle Zeitungen versuchen, Neukundinnen und -kunden mithilfe von

vergünstigten Probeabos oder kostenlosen Probemonaten für die exklusiven Inhalte zu gewinnen (Fell, 2019).

Tab. 77.1 Abrechnungsmodelle und -modi der Verlage

Zeitungstitel	Abrechnungsmodell	Abrechnungsmodus
Aachener Nachrichten	Freemium	Tagespass und Abo
Aachener Zeitung	Freemium	Tagespass und Abo
Allgemeine Zeitung (Coesfeld)	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Bocholter-Borkener Volksblatt	Alle Inhalte kostenpflichtig	Abo
Borkener Zeitung	Freemium	Tagespass und Abo
Dülmener Zeitung	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Express	unbegrenzt freier Online-Zugang	
General-Anzeiger (Bonn)	Freemium	Abo
Glocke, Die	Freemium	Tagespass und Abo
Haller Kreisblatt	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Handelsblatt	Freemium	Einzelverkauf und Abo
Hellweger Anzeiger	Freemium	Tagespass und Abo
Ibbenbürener Volkszeitung	Alle Inhalte kostenpflichtig	Abo
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	Freemium	Abo
Kölner Stadt-Anzeiger	Freemium	Abo
Kölnische Rundschau	Freemium	Abo
Lippische Landes-Zeitung	Freemium	Abo
Lüdenscheider Nachrichten	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Mindener Tageblatt	Freemium	Tagespass und Abo
Münsterländische Volkszeitung	Freemium	Tagespass und Abo
Emsdettener Volkszeitung	Freemium	Tagespass und Abo
Münstersche Zeitung	Freemium	Abo
Neue Westfälische	Freemium	Tagespass und Abo
Patriot, Der	Alle Inhalte kostenpflichtig	Tagespass und Abo
Recklinghäuser Zeitung	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Remscheider General-Anzeiger	Freemium	Abo
Rheinische Post	Freemium	Abo
Ruhr Nachrichten	Freemium	Abo
Siegener Zeitung	Freemium	Tagespass und Abo
Soester Anzeiger	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Solinger Tageblatt	Freemium	Abo
Süderländer Tageblatt	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	Freemium	Abo
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	Metered	Zeitpass und Abo
Westfalenpost	Freemium	Abo

Zeitungstitel	Abrechnungsmodell	Abrechnungsmodus
Westfälische Rundschau	Freemium	Abo
Neue Ruhr / Rhein Zeitung	Freemium	Abo
Westdeutsche Zeitung	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Westfalen-Blatt	unbegrenzt freier Online-Zugang	
Westfälische Nachrichten	Freemium	Abo
Westfälischer Anzeiger	unbegrenzt freier Online-Zugang	
WR Unna/Fröndenberg/Holzwickede	Freemium	Abo
WR Kamen/Bergkamen		

Quelle: Webseiten der Verlage

Die größte Herausforderung für die zukünftige erfolgreiche Entwicklung von „Paid Content“-Angeboten ist die sehr geringe Zahlungsbereitschaft potenzieller Kunden hinsichtlich journalistischer Inhalte in Deutschland. Obwohl eigentlich ein ausreichendes Interesse vorhanden ist, verhindert die niedrige Zahlungsbereitschaft, dass genügend digitale, journalistische Inhalte durch Nutzerinnen und Nutzer finanziert werden. (vgl. Buschow & Wellbrock, 2019). Im Vergleich zu anderen Medienunternehmen (z. B. Netflix), die sich ebenfalls über Abonnements finanzieren, sind Zeitungsabonnements immer noch teuer. Außerdem ist der Kauf von Verlagsprodukten oftmals recht umständlich, was eine zusätzliche Hürde für potenzielle Kunden darstellen kann (vgl. Borgböhmer, 2019).

Die Ibbenbürener Zeitung verfolgt mit ihrer digitalen Themenwelt eine innovative Herangehensweise, mit der noch-nicht-Abonnentinnen und -abonnenten als Neu- Kundinnen und -Kunden gewonnen werden sollen. Interessierte haben auf der Website der IVZ-Themenwelten die Möglichkeit, eine oder mehrere von neun „Themenwelten“ (Gesellschaft & Soziales, Wirtschaft, Blaulicht & Verkehr, etc.) zu buchen, statt ein komplettes Abonnement abzuschließen. Die Buchung von einzelnen Themenwelten ist dementsprechend günstiger als der Kauf eines Gesamt-abonnements.

Die Westdeutsche Zeitung (WZ) geht in ihrer „Paid Content“-Strategie ebenfalls einen Schritt in Richtung mehr Individualisierung. Die WZ will auf Basis von Auswertungen des Nutzungsverhaltens von potenziellen Kundinnen und Kunden, die bereits ihre kostenlosen Inhalte lesen, „Segment-Abos“ anbieten. Darin sollen nur bestimmte Rubriken und ausgewählte Regionen enthalten sein. So erhofft man sich Produkte anbieten zu können, die besser auf die reale Nachfrage potenzieller Kundinnen und Kunden abgestimmt sind. Unterstützung kommt dabei von den Unternehmen PaidTime und Plenigo (vgl. [Hein, 2019c](#)).

IX. Innovationen

Im Bereich der Innovationen sei zunächst auf die digitale Transformation hingewiesen. Hier zu investieren ist essenziell, um dem Trend im Printbereich entgegenzusteuern (vgl. auch Frage 68). Exemplarisch aus dem Raum Nordrhein-Westfalen sei die Ibbenbürener Volkszeitung genannt, die ca. 60.000 Unique User erreicht und „nur“ eine Auflage von ca. 20.000 Exemplaren hat. Mit Themen-Abos zu Mikropreisen hat sie so ein digitales Erfolgsmodell geschaffen (Simon, 2019), was zeigt, dass flexible und innovative Preis- und Angebotsmodelle erfolgsversprechend sein können (vgl. auch BDZV, 2019).

Auch das Thema Künstliche Intelligenz wird für die Verlage immer interessanter. So geben bereits 74 % aller Verlage an, dass künstliche Intelligenz relevant bis sehr relevant für die Zukunft ist (BDZV, 2019). Insbesondere für den Werbemarkt, die Redaktion und den Lesermarkt schätzen die befragten Verlage das Potenzial sehr hoch ein (ebd.).

78. Welche Verlage betreiben welche Multichannel-Strategien, und auf welchen verschiedenen Kanälen sind sie jeweils vertreten?

Tab. 78.1 Kanäle der einzelnen Verlage

Titel	facebook	Twitter	Instagram	YouTube	WhatsApp	Podcasts	Newsletter	Pinterest
Aachener Nachrichten/ Aachener Zeitung	X	X	X	X	X		X	X
Allgemeine Zeitung	X	X						
Bocholter-Borkener Volksblatt	X	X						
Borkener Zeitung	X	X	X	X				
Dülmener Zeitung	X	X		X				
Express (Köln / Düsseldorf)	X	X	X	X	X	X	X	
General-Anzeiger	X	X	X	X	X	X	X	
Glocke, Die	X	X	X					
Haller Kreisblatt	X	X	X		X			
Handelsblatt	X	X			X	X	X	
Hellweger Anzeiger	X	X	X	X	X	X	X	
Ibbenbürener Volkszeitung	X	X	X					
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	X			X		X		
Kölner Stadt-Anzeiger	X	X	X	X	X		X	X
Kölnische Rundschau	X	X		X			X	
Lippische Landes-Zeitung	X	X	X	X	X		X	
Lüdenscheider Nachrichten	X	X		X	X		X	
Mindener Tageblatt	X	X	X	X	X	X		
Münsterländische Volkszeitung	X	X	X		X			

Titel	facebook	Twitter	Instagram	YouTube	WhatsApp	Podcasts	Newsletter	Pinterest
Münsterländische Volkszeitung / Emsdettener Volkszeitung	X				X			
Münstersche Zeitung / Grevenener Zeitung	X	X		X				
Neue Westfälische	X	X	X	X	X		X	X
Patriot, Der	X	X						
Recklinghäuser Zeitung	X	X		X				
Remscheider General-Anzeiger	X	X	X	X	X	X	X	
Rheinische Post	X	X	X	X	X		X	
Ruhr Nachrichten	X	X			X	X	X	
Siegener Zeitung	X	X	X	X				
Soester Anzeiger	X	X	X	X	X		X	
Solinger Tageblatt	X	X		X	X	X	X	
Süderländer Tageblatt	X				X			
Tageblatt für den Kreis Steinfurt								
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	X	X			X	X	X	
Westfalenpost	X	X				X	X	
Westfälische Rundschau	X	X				X	X	
Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung	X	X				X	X	
Westdeutsche Zeitung	X	X	X	X	X		X	
Westfalen-Blatt	X	X	X	X	X		X	
Westfälische Nachrichten	X	X	X	X	X		X	
Westfälischer Anzeiger	X	X	X	X	X		X	
WR Unna/Fröndenbergholzwickede WR Kamen/Bergkamen	X							

Quelle: Webseiten der Zeitungstitel

Alle Zeitungen in Nordrhein-Westfalen betreiben eine Website, bieten E-Paper und eine NewsApp an. Themen-Apps sind eher die Ausnahme. Fast alle Zeitungen im Bundesland haben eigene facebook-Seiten, auf denen sie regelmäßig Inhalte posten. Häufig werden hier die eigenen Artikel verlinkt, die kostenfrei auf der Internetseite lesbar sind. Die meisten Zeitungen besitzen außerdem einen Twitter-Account. Im Vergleich zu 2016 bespielen deutlich mehr Zeitungen Instagram. Snapchat hat sich bei den Zeitungen anscheinend nicht durchgesetzt. Nur wenige Zeitungen verwenden Pinterest (Aachener Nachrichten/ Aachener Zeitung, Kölner Stadt-Anzeiger, Neue Westfälische).

Noch versenden einige Zeitungen Newsletter über WhatsApp. Allerdings gab facebook im Juni 2019 bekannt, dass es die Broadcast-Funktion von WhatsApp einstellt. WhatsApp sei nicht für den Massenversand an automatisierten Nachrichten bestimmt. Solch eine Nutzung verstoße gegen die AGB und wird ab dem 07.12.2019 rechtlich verfolgt (Weste, 2019). Der Soester Anzeiger hat daraufhin angekündigt, seinen WhatsApp-Newsletter einzustellen (soester-anzeiger.de, 2019). Zu den Reaktionen der anderen Zeitungen liegen keine genauen Informationen vor. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass auch sie ihre WhatsApp-Newsletter einstellen werden.

79. Welche Erfahrungen haben nordrhein-westfälische Verlage mit News-Aggregatoren/Online-Kiosken wie Blendle, pocketstory.de, ikiosk.de etc.?

80. Wie ist die Entwicklung und Relevanz von journalistischen Produkten der nordrhein-westfälischen Verlage zu bewerten, die herausgelöst aus dem Zeitungskontext durch Einzelvermarktung „Unbundling/Debundling“ angeboten werden?

Die Fragen 79 und 80 werden im Folgenden zusammen beantwortet.

Unbundling gewann zu dem Zeitpunkt an Beachtung, als die Zahlen der Zeitungs-Abonnements immer weiter zurückgingen und die Verlage dazu gezwungen waren, über Alternativen nachzudenken. 2014 startete das niederländische Start-Up Blendle als „digitaler Zeitungskiosk, [...] bei dem die Nutzer aus einer großen Auswahl verschiedener Medien die Artikel einzeln kaufen konnten“ (meedia.de, 2019d). 2017 startete das Start-Up einen Premium-Service, der Leserinnen und Lesern „ausgewählte Artikelvorschläge und [einen] Zugang zu Zeitschriften für 10 Euro pro Monat“ (meedia.de, 2019d) bietet. Seit August 2019 beendete Blendle die Einzelverkaufsoption und fokussierte sich auf das Premium-Modell: „Ich führe ein Team von 50 Leuten, wir haben 60.000 Abonnenten und 100.000 Menschen, die für einzelne Artikel zahlen. Aber um ehrlich zu sein: Wir machen immer noch keinen Gewinn“ (Klöpping, 2019, zitiert nach meedia.de, 2019d). Profitabilität gäbe es ab 100.000 Premium-Abonnantinnen und -Abonnenten.

Dies zeigt, dass Unbundling nach wie vor relevant, jedoch noch nicht erfolgreich ist.

Zum Repertoire von Blendle gehören – bezogen auf Nordrhein-Westfalen – der Kölner Stadt-Anzeiger, die Kölnische Rundschau, der Express und die Rheinische Post. Hierbei bestimmen die Verlage die Preise für die Artikel selbst (Morgenthaler, 2015).

Eine weitere Entwicklung, die in diesem Kontext zu erwähnen ist, ist Steady. Steady ermöglicht es Mitgliedern, Abonnements verschiedener Arten anzubieten, wobei Steady die Abrechnung etc. übernimmt. So wird es insbesondere von freien Journalistinnen und Journalisten, Bloggerinnen und Bloggern und Podcastern zur Monetarisierung genutzt. Bekannte Beispiele sind Krautreporter, Übermedien und die Prenzlauer Berg Nachrichten (Giesler, 2018). Die

genaue Preisgestaltung einzelner Abonnements liegt bei den Publishern, die so neben der reinen Finanzierung auch eine emotionale Verbindung und einen direkten Kontakt zu den Nutzerinnen und Nutzern herstellen können.

Insgesamt ist Unbundling immer dann praktikabel, wenn man sich nur für einzelne Artikel/Themen/Berichte interessiert.

In der Befragung der nordrhein-westfälischen Verlage (aserto, 2019a) zeigte sich, dass sich viele bereits über das Thema News-Aggregatoren/Unbundling Gedanken gemacht haben, abgesehen von der DuMont-Gruppe, die bei Blendle und ikiosk vertreten sind, aber keine Kooperationen mit Blende bestehen – nach Selbstauskunft auch, weil von Seiten Blendles hier kein Interesse bestand. Der eine oder andere Verlag verfügt noch über einen Online-Kiosk-/Shop, es zeigt sich jedoch, dass die auf diesem Weg generierten Umsätze kaum erwähnenswert sind.

Bezüglich News-Aggregatoren besteht die Herausforderung für Verlage, „gemeinsame journalistische Angebote zu schaffen, ebenso verfügbar, ebenso preiswert“ (freitag.de, 2019), sodass auch die mobile Nutzung bequem möglich ist. Generell scheint es eine Zahlungsbereitschaft für digitalen Journalismus zu geben, die Preise für die Digitalabos von Tageszeitungen liegen aber zumeist deutlich über den für Nutzerinnen und Nutzer gewohnten Preisen von Netflix, Spotify und Co. (ebd.).

Doch gerade in der Zeitungsbranche ist die Notwendigkeit des Generierens neuer Erlöse durch digitale Geschäftsmodelle essenziell. Beispiele sind Readly, PressReader oder AppleNews+.

Readly existiert seit 2014 und ist hauptsächlich auf Magazine und Zeitschriften – auch im internationalen Raum – spezialisiert. Zeitungen sind kaum vorhanden (u. a. drei Springer-Wochenendzeitungen), daneben viele Special-Interest-Magazine und „Regenbogenpresstitel“ (freitag.de, 2019).

AppleNews+ startete im März 2019 als Nachfolger von „Next Issue“ und „Texture“ zunächst in den USA für 10 US-Dollar pro Monat und beinhaltet u. a. das Wall Street Journal und die Los Angeles Times. Wann ein Start in Deutschland möglich ist, ist derzeit unbekannt, es wird teilweise auf die Angebote städtischer Büchereien als Alternative verwiesen (onleihe.net) (vgl. freitag.de, 2019; Trepesch, 2019). Darüber hinaus ist PressReader, aus Kanada stammend, ebenfalls ein digitales Zeitungsvertriebsunternehmen, das Zugriff auf Artikel aus über 7.000 Magazinen und Zeitungen bietet und oftmals ebenfalls über Bibliotheken aufrufbar ist.

Schaut man auf die großen Verlage in Nordrhein-Westfalen, ist vonseiten Funkes bekannt, dass der Verlag Readly auch bereits mit seinem Zeitungsportfolio getestet hat, allerdings ohne die gewünschten Erfolge (Pfeifer, 2019, zitiert nach freitag.de, 2019). Funke fokussiere sich derzeit darauf, „den LeserInnen noch mehr Komfort beim anmelden (sic!) und lesen (sic!) zu bieten, sie sollen zu einem guten Tarif entweder Abonnements oder auch einzelne Artikel erwerben können. Nach und nach sollen die zur Gruppe gehörenden regionalen Tageszeitungen die gleichen Technologien mit den gleichen Abläufen einsetzen, darin läge viel Synergiepotenzial für die Holding“ (Pfeifer, 2019, zitiert nach freitag.de, 2019). Auch die Westdeutsche Zeitung führt derzeit individualisierte Digital-Abos ein (freitag.de, 2019).

In der für die Beantwortung dieser Großen Anfrage durchgeführten Befragung der nordrhein-westfälischen Verlage hat sich gezeigt, dass durch News-Aggregatoren/Online-Kioske wie Blende, pocketstory.de, ikiosk.de derzeit keine nennenswerten Umsätze generiert werden, bzw. die Anbieter sogar gar nicht an einer Zusammenarbeit interessiert waren. Andere Verlage

haben in diesem Zusammenhang noch keine Erfahrung/Erkenntnisse und sehen aktuell auch keine Notwendigkeit zur Befassung mit dem Thema (aserto, 2019a).

81. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Auswirkung von Adblockern bei nordrhein-westfälischen Verlagen vor?

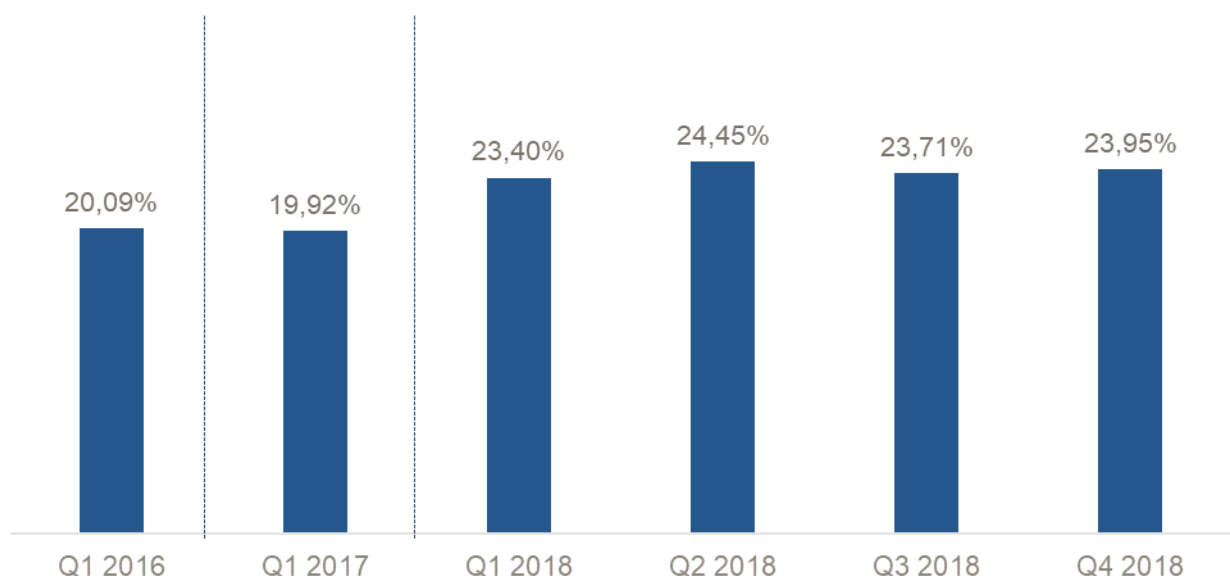
Im April 2018 scheiterte Axel Springer vor dem Bundesgerichtshof mit seiner Klage gegen Adblocker, deren Gegenstand es war, dass der Verlag sein Geschäftsmodell durch das Unterdrücken von Werbung auf seinen Internetseiten gefährdet sieht. Werbung sei essenziell, da nur wenige Angebote online Geld durch Bezahlschranken einnehmen können. Der Bundesgerichtshof erlaubte mit dem Urteil den Einsatz von Werbeblockern, woraufhin Springer Verfassungsbeschwerde ankündigte (vgl. zeit.de, 2018). Springer ist im Folgenden auch mit seiner Verfassungsbeschwerde gegen die Erlaubnis von Adblockern gescheitert (Greis, 2019).

Das Beispiel Axel Springer verdeutlicht die Sorgen der Verlage im Umgang mit Adblockern. Zuvor sind auch schon die Süddeutsche Zeitung sowie ProSieben Sat.1 Media mit Klagen gescheitert. Auch eine Klage von ZEIT ONLINE und dem Handelsblatt wurde abgewiesen (zeit.de, 2018).

Betrachtet man den Einsatz von Adblockern, zeigt sich im Vergleich zur Antwort auf die Große Anfrage 22 von 2017 (Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296 vom 22.02.2017 auf die Große Anfrage 22) ein Anstieg der Nutzung von ca. 20 % (Q1 2016) auf ca. 24 % (Q4 2018).

Gründe für die Nutzung von Adblockern sind neben dem ursprünglichen Umgehen von Werbung sowohl die immer stärkeren mit Schadcode versehenen Werbeauslieferungen als auch der Wunsch, im Netz nicht verfolgt zu werden (Rähm, 2018).

Abb. 81.1 Zentrale Adblocker-Rate des Online-Vermarkterkreises



Quellen: Sausen (2016; 2017); Borchers (2019)

Trotz dieses Anstiegs der Adblocker-Nutzung zeigt sich zumindest bezogen auf Nordrhein-Westfalen, dass die große Mehrheit der Verlage in ihrem Haus keine technischen Maßnahmen zum Umgang mit Adblockern bei Nutzerinnen und Nutzern der Website anwenden. Nur von drei Verlagen wird diese Frage bejaht (aserto, 2019a).

Literatur

aachener-zeitung.de (o. D.). *Ausbildung Redaktionsvolontär (m/w)* [Online]. Abgerufen von: <https://www2.aachener-zeitung.de/zva/werbebeilagen/mh-ac-ausbildungsbroschuere/14/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

abo.wn.de (o. D.). *Abo-Bestellung. Digitale Abos* [Online]. Abgerufen von: <https://abo.wn.de/abo-bestellung/digitale-angebote.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

agma-mmc.de (o. D.). *Glossar* [Online]. Abgerufen von <https://www.agma-mmc.de/service/glossar> [letzter Aufruf am 12.12.2019]

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.

Anzeigenblatt Qualität BVDA (2018). Leistungsträger im Lokalen. Repräsentative Studie zur Medialeistung der Anzeigenblätter in Deutschland. *BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V.*

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (2019). *ma Tageszeitungen (aus den Jahren 2010, 2011, 2016, 2019)* [Datenbasis]. Verfügbar unter <https://www.agma-mmc.de/media-analyse/ma-tageszeitungen> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ard.de (2011, 16. September). *ARD/ZDF-Studie: Die meisten Zuwanderer in Deutschland nutzen bevorzugt deutsche Medien* [Pressemitteilung]. Abgerufen von http://www.ard.de/home/die-ard/presse-kontakt/pressearchiv/ARD_ZDF_Studie_Die_meisten_Zuwanderer_in_Deutschland_nutzen_bevorzugt_deutsche_Medien/264396/index.html [letzter Aufruf am 25.11.2019]

aserto (2019a). [Online Befragung der Geschäftsführer der Verlage]. Unveröffentlichte Rohdaten.

aserto (2019b). [Stichtagssammlung vom 29.10.2019]. Unveröffentlichte Rohdaten.

bbv-mediengruppe.de (o. D.). *Für die Lokalredaktion unserer Tageszeitung suchen wir eine/n Volontär/in* [Online]. Abgerufen von [http://www.bbv-mediengruppe.de/uber-uns/#Lightbox\[gallery_image_1\]/0](http://www.bbv-mediengruppe.de/uber-uns/#Lightbox[gallery_image_1]/0) [letzter Aufruf am 25.11.2019]

BDZV (2019). Trends der Zeitungsbranche 2019. *BDZV/SCHICKLER-Trendumfrage*. Berlin.

bdzv.de (2019, 22. Juli). *Marktdaten Kinder-Abozeitungen: Auflagen um fünf Prozent gestiegen* [Online]. Abgerufen von <https://www.bdzv.de/nachrichten-und-service/branchennachrichten/artikel/detail/marktdaten-kinder-abozeitungen-auflagen-um-fuenf-prozent-gestiegen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

bdzv.de (o. D. a). *Kinderwebsites Deutscher Zeitungen* [Online]. Abgerufen von <https://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/junge-zielgruppen/kinderwebsites/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

bdzv.de (o. D. b). *Jugendwebsites Deutscher Zeitungen* [Online]. Abgerufen von <https://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/junge-zielgruppen/jugendwebsites0/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

- bdzv.de (o. D. c). *Mitgliederverzeichnis* [Online]. Abgerufen von <https://www.bdzv.de/der-bdzv/mitgliederverzeichnis/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- bdzv.de (o. D. d). *Tarifverträge zum Download* [Online]. Abgerufen von <https://www.bdzv.de/recht-sozialpolitik/tarif/tarifvertraege/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- 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* (S. 91-99). Wiesbaden: Springer VS. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-22860-6_9
- Bender, S. (2017). WDR: Crossmedia als Sparmodell. *DJV NRW Journal*, (2), 18-19.
- berufundfamilie.de (o. D.). *Die Kriterien: Qualitätssicherung des Zertifikats* [Online]. Abgerufen von <https://www.berufundfamilie.de/zertifikat-audit-berufundfamilie/auszeichnung/zertifizierungskriterien> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Best for Planning (2019). *Reichweiten von regionalen Tageszeitungen bundesweit in Prozent nach Staatsangehörigkeit* [Datenset]. Abgerufen von <https://gik.media/b4p-shop/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Blümel, C. (2017a). Crossis in Wuppertal. *DJV NRW Journal*, (2), 19.
- Blümel, C. (2017b, 14. Juni). Der Anspruch bleibt. *journal-nrw.de*. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/der-anspruch-bleibt/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Blümel, C. (2017c). „Zusammenrücken“ bei DuMont. *DJV NRW Journal*, (1), 24.
- Blümel, C. (2019). Gemeinsame Holding für WN und WB. *DJV NRW Journal*, (1), 24.
- Boll, M. (2019, 1. Juli). „Wir freuen uns auf Burscheid“. *rga.de*. Abgerufen von <https://www.rga.de/ueber-uns/wir-freuen-burscheid-12752351.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Borchardt, A., Lück, J., Kieslich, S., Schultz, T., & Simon, F. M. (2019). Are Journalists Today's Coal Miners?. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Abgerufen von https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-07/Talent-and-Diversity-in-the-Media-Report_0.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Borchers, D. (2019, 5. März). „Kein signifikanter Anstieg“: Adblocker-Rate steigt um 0,24 Prozentpunkte [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.bvdw.org/presse/detail/artikel/kein-signifikanter-anstieg-adblocker-rate-steigt-um-024-prozentpunkte/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Borgböhmer, T. (2019, 8. Juli). „Nachholbedarf beim Preismodell“: Wie Chefredakteur Piel das „Mindener Tageblatt“ fürs Digitale rüstet. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/07/08/nachholbedarf-beim-preismodell-wie-chefredakteur-piel-das-mindener-tageblatt-fuers-digitale-ruestet/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Bruns, R. (2013, 12. März). *High-Potentials als Hilfskräfte* [Online]. Abgerufen von <https://die-pressestelle.de/2013/03/high-potentials-als-hilfskraefte/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Bundesanzeiger (2019). *Umsätze und Konzernüberschüsse* [Datenset]. Abgerufen von https://www.bundesanzeiger.de/ebanzwww/wexsservlet?session.sessionid=a6d16b1e54509bc3df7a25f4b47c9a3f&page.navid=to_search_start&global_data.designmode=eb [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2009). *Laufende Raumbewachung – Raumabgrenzungen. Siedlungsstrukturelle Regionstypen* [Datenset]. Abgerufen von

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/SiedlungsstrukturelleGebietstypen/Regionstypen/Downloadangebote.html;jsessionid=80D6A4FFA495212DB640AD5EFFDB3A90.live21302?nn=442888> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2017). *Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2018* [PDF]. Abgerufen von https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzh_hauptseite/aktuell/publikationen/2017/ZDF_2017.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2013). *Zeitungen 2013/14*. Berlin: ZV Edition.

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2016). *Zeitungen 2016/17*. Berlin: ZV Edition.

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (2018). *Zeitungen 2018/19*. Berlin: ZV Edition.

Bundeszentrale für politische Bildung (2019, 19. September). *Bevölkerung mit Migrationshintergrund I* [Online]. Abgerufen von <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Burgmer, A. (2017). Kooperationen im Journalismus. In M. J. Eumann & A. Vogt (Hrsg.), *Medien und Journalismus 2030 – Perspektiven für NRW* (S. 85-88). Essen: Klartext.

Buschow, C., & Wellbrock, C.-M. (2019). *Money for nothing and content for free? Zahlungsbereitschaft für digitaljournalistische Inhalte*. Köln: Landesanstalt für Medien NRW. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168ssoar-64381-2>

BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. (2016). *Daten & Fakten. Anzeigenblätter in Deutschland. Übersicht 2019 und aktuelle Marktentwicklung* [PDF]. Abgerufen von https://www.bvda.de/fileadmin/bvda2018/content/Markt_Media/Studien_Publikationen/BVDA_Daten_und_Fakten_2019.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. (2018). *AWA 2018. Zuhause im Alltag. Die Anzeigenblätter in der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse* [PDF]. Abgerufen von https://www.wochenspiegellive.de/fileadmin/data/specials/awa_studie/BVDA_Broschuere_AWA_2018.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. (2019). *Daten & Fakten. Anzeigenblätter in Deutschland. Übersicht 2019 und aktuelle Marktentwicklung* [PDF]. Abgerufen von https://www.bvda.de/fileadmin/bvda2018/content/Markt_Media/Studien_Publikationen/BVDA_Daten_und_Fakten_2019.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. (o. D.). *Zwischen Digitalisierung und Print die heimliche Karriere der Anzeigenblätter* [Internes Dokument BVDA Presstreffen].

bvda.de (2016, 7. Juli). *AWA 2016: Regionale Produkte im Trend – besonders bei Anzeigenblatt-Lesern* [Online]. Abgerufen von <https://www.bvda.de/news-presse/details/news/awa-2016-regionale-produkte-im-trend-besonders-bei-anzeigenblatt-lesern.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

bwk-journalismus.de (o. D.). *Crossmedialer Journalismus für Migrantinnen und Migranten* [Online]. Abgerufen von <https://www.bwk-journalismus.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

- CORRECTIV.org (o. D.). *Netzöffentlichkeit NRW* [Online]. Abgerufen von <https://correctiv.org/bildung/ddj/netzoeffentlichkeit-nrw/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Dachwitz, I., & Kurz, C. (2018, 27. Juni). Die DSGVO und das Blogsterben: Es ist kompliziert. *netzpolitik.org*. Abgerufen von <https://netzpolitik.org/2018/die-dsgvo-und-das-blogsterben-es-ist-kompliziert/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Deppe, C. (2019, 25. Juni). WDR baut Programmdirektionen crossmedial um. *radioszene.de*. Abgerufen von <https://www.radioszene.de/134098/wdr-baut-programmdirektionen-crossmedial-um.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Deutscher Journalisten-Verband e. V. (2014). *DJV-Umfrage Freie Journalisten 2014* [PDF]. Abgerufen von https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Freidateien/Freie-Hintergrund/Zwischenbericht-Umfrage-Freie-2014.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Deutscher Journalisten-Verband e. V. (2015). *Erweiterte Ausbildungsinhalte* [PDF]. Abgerufen von https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/INFOS/Themen/Aus_und_Weiterbildung/DJV-Infoblatt_Erweiterte_Ausbildungsinhalte.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- die-glocke.de (o. D.). Kontakt. *Die Glocke online*. Abgerufen von <https://www.die-glocke.de/kontakt/oelde> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- dju.verdi.de (o. D.). *Vergütungsregeln* [Online]. Abgerufen von <https://dju.verdi.de/freie/freie-journalisten/++co++4f6faa9c-dda6-11e2-8dfb-525400438ccf> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- DJV NRW Journal (2017a). Studie 47 übernimmt Gesellschaftsanteile der Rheinischen Post. *DJV NRW Journal*, (3), 25.
- DJV NRW Journal (2017b). Madsack RND beliefert NRW-Zeitungen. *DJV NRW Journal*, (5), 20.
- DJV NRW Journal (2017c). KStA und Express im gemeinsamen Newsroom. *DJV NRW Journal*, (6), 20.
- DJV NRW Journal (2018). DuMont: Abschied aus der ersten Liga. *DJV NRW Journal*, (3), 20-21.
- DJV NRW Journal (2019a). BBV und MZ: RP liefert Mantelinhalte. *DJV NRW Journal*, (1), 25.
- DJV NRW Journal (2019b). Lokaler Doppelpack für Solingen und Remscheid. *DJV NRW Journal*, (1), 25.
- djv.de (2018, 23. Juli). *Das Ende einer Ära in Essen* [Online]. Abgerufen von <https://www.djv.de/startseite/service/news-kalender/detail/aktuelles/article/das-ende-einer-aera-in-essen.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- djv.de (o. D. a) *Journalist werden: Das Volontariat* [Online]. Abgerufen von <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/volontariat.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- djv.de (o. D. b). Tarife und Honorare [Online]. Abgerufen von <https://www.djv.de/startseite/info/beruf-betrieb/uebersicht-tarife-honorare.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- djv.de (o. D. c). *Tarifflicht der Verlage* [Online]. Abgerufen von <https://www.djv.de/en/startseite/info/beruf-betrieb/zeitungen-zeitschriften-agenturen/tariffumgehung-der-verlage.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- djv-nrw.de (2018, 2. Februar). *Fünfter Jahrestag „Zombiezeitung“ Westfälische Rundschau. DJV-NRW beklagt den fortwährenden Verlust an Meinungsvielfalt* [Online]. Abgerufen von

<https://www.djv-nrw.de/startseite/info/aktuell/pressemitteilungen/details/article/djv-nrw-beklagt-den-fortwaehrenden-verlust-an-meinungsvielfalt.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

djv-nrw.de (o. D.). *Fachausschuss Junge Journalisten* [Online]. Abgerufen von <https://www.djv-nrw.de/en/startseite/ueber-uns/gremien-co/fachausschuesse/fachausschuss-junge-journalisten.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Dockhorn, K. (2016, 7. Juli). SPD macht Urheber Hoffung. *djv-berlin.de*. Abgerufen von <https://www.djv-berlin.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

drehscheibe.org (o. D.). *Leser-Blatt-bindung 2019* [Online]. Abgerufen von <https://www.drehscheibe.org/einzelne-liste/2171.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

dumont.de (o. D.). *Volontär (m/w/d) EXPRESS* [Online]. Abgerufen von <https://jobs.dumont.de/stellenangebote/3301279> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

dumontschauberg.wordpress.com (o. D.). *Zeitungslandschaft im Umbruch. Aktuelle Entwicklungen in der DuMont Mediengruppe* [Online]. Abgerufen von <https://dumontschauberg.wordpress.com/category/madsack-dumont/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Evangelischer Pressedienst (2017a, 24. Februar). "Vois" ist Geschichte. Über Medienvielfalt in der Provinz. *Zentralredaktion Medien*, 8, 2.

Evangelischer Pressedienst (2017b, 12. Juli). Dortmunder "Ruhr Nachrichten" lösen Mantelredaktion auf [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2017b, 30. Juni). „Rheinische Post“ kooperiert mit „Bocholter-Borkener Volksblatt“. *Zentralredaktion Medien*, 26, 20-21.

Evangelischer Pressedienst (2018a, 16. Mai). Kartellamt genehmigt Kauf von „General-Anzeiger“ durch „RP“. [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2018b, 7. September). Grosso-Streit: Bauer scheitert beim Bundesverfassungsgericht. *Zentralredaktion Medien*, 36, 11.

Evangelischer Pressedienst (2019a, 20. Februar). Funke Mediengruppe baut mehr als 100 Stellen ab [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019b, 4. März). Medienwissenschaftler sieht Lokalpresse in ihrer Existenz bedroht [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019c, 1. April). Funke-Zeitungen: Mehr Inhalte aus Zentralredaktionen [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019d, 11. April). CDU-Chefin warnt Zeitungen vor Einsparungen auf Kosten der Qualität [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019e, 7. Juni). Pressegroßhändler gründen Gesamtverband. *Zentralredaktion Medien*, 23, 18.

Evangelischer Pressedienst (2019f, 3. Juli). Madsack-Zeitungen starten neues Bezahl-Konzept [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019g, 3. Juli). Verlagshäuser in Ostwestfalen gründen Gemeinschaftsredaktion. *Zentralredaktion Medien*, 37, 15.

Evangelischer Pressedienst (2019h, 13. August). DJV: Zeitungs-Redaktionen arbeiten am Limit [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

Evangelischer Pressedienst (2019i, 20. September). Grosso-Verband für zügige Einigung im Handelsspannen-Streit. *Zentralredaktion Medien*, 38, 17-18.

Evangelischer Pressedienst (2019j, 14. November). Tillmanns fordert mehr Transparenz bei Journalismusförderung [Agenturmeldung]. *epd Basisdienst*.

facebook.com (2019, 7. Mai). *Bergkamener Nachrichten. Info* [Online]. Abgerufen von <https://www.facebook.com/bergkamener.nachrichten/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

facebook.com (o. D. a). *Jule: Initiative für junge Leser GmbH* [Online]. Abgerufen von https://de-de.facebook.com/jule.news/?ref=page_internal [letzter Aufruf am 25.11.2019]

facebook.com (o. D. b). *VoisSteinfurt* [Online]. Abgerufen von <https://www.facebook.com/VoisSteinfurt> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Feil, F. (2019, 26. Juni). *Paid Content: Die Tageszeitung im Zeitalter der Digitalisierung* [Online]. Abgerufen von <https://www.techtag.de/digitalisierung/paid-content-die-tageszeitung-im-zeitalter-der-digitalisierung/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

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* [Online]. Abgerufen von <http://forum-gemeinnuetziger-journalismus.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

freitag.de (2019, 12. November). *Einmal zahlen, alles lesen* [Online]. Abgerufen von <https://www.freitag.de/autoren/hest/einmal-zahlen-alles-lesen> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Freytag, J. (2017, 21. August). Ruhr Nachrichten und Hellweger Anzeiger gründen Gemeinschaftsunternehmen. *DNV Online*. Abgerufen von <https://www.dnv-online.net/medien/detail.php?rubric=Medien&nr=121420> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

funkemediasalesnrw.de (2018, 17. September). *lokalkompass.de feiert 100.000 BürgerReporter* [Online]. Abgerufen von <https://funkemediasalesnrw.de/ove-saffe-wird-neuer-geschaefsfuehrer-der-funke-mediengruppe-2/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

funkemedien.de (2018, 7. November). *Elf Tageszeitungen aus Nordrhein-Westfalen starten gemeinsame Europa-Serie* [Online]. Abgerufen von <https://www.funkemedien.de/de/presse/medienmitteilungen/news/Elf-Tageszeitungen-aus-Nordrhein-Westfalen-starten-gemeinsame-Europa-Serie/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

funkemedien.de (o. D.). *Voraussetzungen für die Bewerbung für das Volontariat* [Online]. Abgerufen von <https://volontariat.funkemedien.de/bewerbungsprozess-und-voraussetzungen-fuer-das-volontariat/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

funkemediennrw.de (o. D.). *So vielfältig wie Nordrhein-Westfalen: FUNKE MEDIEN NRW* [Online]. Abgerufen von <https://www.funkemediennrw.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Gebhardt, C., Kramer, I., & Pätzmann, J. U. (2018). Brand loyalty towards quality and tabloid newspapers: A qualitative study exploring the drivers of customer retention. *Markenbrand*, 7, 47-59.

Giesler, M. (2018, 1. Februar). Abo-Dienstleister Steady: Gekommen, um zu bleiben. *journalisten-training.de*. Abgerufen von <https://www.journalisten-training.de/blog/abo-dienstleister-steady-gekommen-um-zu-bleiben/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Google Marketing Plattform (o. D.). *Analytics*. [Online]. Abgerufen von <https://marketingplatform.google.com/intl/de/about/analytics/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

- Görlitzer, K.-P. (2016, 17. November). Ein Service für Journalisten. *taz.de*. Abgerufen von <https://taz.de/Science-Media-Center-in-Koeln/!5355625/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Gossel, B. M. (2019). Eine empirische Studie zur Journalistenausbildung aus Sicht junger Journalistinnen und Journalisten. In B. M. Gossel, K. Konyen (Hrsg.), *Quo Vadis Journalistenausbildung?* (S. 7-67). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-23123-1
- Gossel, B. M., & Konyen, K. (2019). *Quo Vadis Journalistenausbildung?*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-23123-1
- Greis, F. (2019, 7. Oktober). Verfassungsbeschwerde gegen Adblocker abgelehnt. *golem.de*. Abgerufen von <https://www.golem.de/news/axel-springer-verlag-verfassungsbeschwerde-gegen-adblocker-abgelehnt-1910-144297.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hartung, H. (2019, 26. August). Journalismus Lab NRW: Anzahl der medial unterversorgten Regionen nimmt zu. *medienpolitik.net*. Abgerufen von <https://www.medienpolitik.net/2019/08/wir-schaffen-raum-fuer-innovation-und-experimente/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hautsch, G. (2018, 16. Juli). Ein neues Kabel-Monopol. Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2018. Teil 1: Branchenübersichten. In ver.di (Hrsg.), *medien.politik. Eine Information der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft* (S. 1-21). Berlin.
- Hautsch, G. (2019a, 18. April). Ausverkauf bei DuMont. Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Januar bis März 2019. Teil2: Konzernübersichten. In ver.di (Hrsg.), *medien.politik. Eine Information der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft* (S. 1-10). Berlin.
- Hautsch, G. (2019b, 19. Juli). Zarte Hoffnung für den Buchmarkt. Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2019. Teil 1: Branchenübersichten. In ver.di (Hrsg.), *medien.politik. Eine Information der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft* (S. 1-18). Berlin.
- Hein, D. (2016, 1. Dezember). Funke reaktiviert DerWesten für junge Nutzer und plant Paid Content. *Horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/News-Portale-Funke-reaktiviert-DerWesten-fuer-junge-Nutzer-und-plant-Paid-Content-144529> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hein, D. (2017, 19. Oktober). Rheinische Post stellt Center TV ein. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/Regionalsender-Rheinische-Post-stellt-Center-TV-ein-161995> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hein, D. (2018, 16. Mai). Rheinische Post darf Bonner General-Anzeiger übernehmen. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/Zeitungsmarkt-Rheinische-Post-darf-Bonner-General-Anzeiger-uebernehmen-167024> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hein, D. (2019a, 4. Januar). Aschendorff und Westfalen-Blatt gründen gemeinsame Zeitungsholding. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/westfaelische-medienholding-aschendorff-und-westfalenblatt-gruenden-gemeinsame-zeitungsholding-172014> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hein, D. (2019b, 20. Mai). DuMont führt bei Kölner Zeitung Paid Content ein. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/ksta-plus-dumont-fuehrt-bei-koelner-zeitungen-paid-content-ein-174975> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

- Hein, D. (2019c, 24. Juli). Westdeutsche Zeitung führt "Segment-Abos" für spezielle Zielgruppen ein. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/paid-content-westdeutsche-zeitung-fuehrt-segment-abos-fuer-spezielle-zielgruppen-ein-176363> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Heinrich Böll Stiftung (o. D.). „Medienvielfalt, anders“ [Online]. Abgerufen von <https://www.boell.de/de/junge-migrantinnen-und-migranten-den-journalismus> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hesse, P. (2018, 9. August). Abschied von einer stolzen Heimatzeitung. *journal-nrw.de*. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/abschied-von-einer-stolzen-heimatzeitung/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hinse, W. (2017, 10. August). *Eine Zeitung zwischen den Stühlen* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/eine-zeitung-zwischen-den-stuehlen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hinse, W. (2019a). „Kulturrevolution“ als Schrumpfkultur. *DJV NRW Journal*, (2), 18-20.
- Hinse, W. (2019b). *Richtungsweisend für Lokalzeitungen?* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/richtungsweisend-fuer-lokalzeitungen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hirschler, M. (2019, 5. Juni). Urheberrechts-Richtlinie schafft Rechtssicherheit für vergütungsregeln. *faire-zeitungshonorare.de*. Abgerufen von <http://www.faire-zeitungshonorare.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Hooffacker, G., & Meier, K. (2017). *La Roches Einführung in den praktischen Journalismus* (20. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Horbelt, B. (2019, 21. September). "Westfalen-Blatt" streicht Mantel-Stellen und bezieht Inhalte von Aschendorff Medien. *turi2 medien & marken*. Abgerufen von <https://www.turi2.de/aktuell/westfalen-blatt-streicht-mantel-stellen-und-bezieht-inhalte-von-aschendorff-medien/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (o. D.). *Erläuterungen zu den neuen ePaper-Richtlinien* [PDF]. Abgerufen von http://daten.ivw.eu/download/pdf/Presse_Richtlinien_ePaper_Anlage2.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2016a). *IVW Auflagenliste, 1. Quartal 2016* [Datenset]. Abgerufen von https://www.ivw.de/ali/20161_ivw_auflagenliste.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2016b). *IVW Verbreitungsanalyse Tageszeitungen, VA Verbreitungsanalyse* [Datenset]. Abgerufen von <https://www.ivw.de/print/va/verbreitungsanalyse-tageszeitungen-va> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2018a). *IVW Auflagenliste, 1. Quartal 2018* [Datenset]. Abgerufen von https://www.ivw.de/ali/20181_ivw_auflagenliste.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2018b). *IVW Verbreitungsanalyse Tageszeitungen, VA Verbreitungsanalyse* [Datenset]. Abgerufen von <https://www.ivw.de/print/va/verbreitungsanalyse-tageszeitungen-va> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2019). *IVW Auflagenliste, 1. Quartal 2019* [Datenset]. Abgerufen von https://www.ivw.de/ali/20191_ivw_auflagenliste.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Institut für Demoskopie Allensbach (2019). *Auszug. Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse (Medien AWA 2019)* [PDF]. Abgerufen von https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA2019/Codebuchausschnitte/AWA2019_Band_Medien_Basisstabelle_Printmedien.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

IQ Initiative Qualität im Journalismus (2016). *Umfrage zur Journalistenausbildung* [PDF]. Abgerufen von http://www.initiative-qualitaet.de/fileadmin/IQ/Aktuelles/Referat_und_Auswertung_Umfrage.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ivw.eu (2016, 21. April). *IVW-Quartal 1/2016* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.ivw.eu/print/quartalsauflagen/pressemitteilungen/ivw-quartal-12016> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ivw.eu (2019, 18. April). *Auflagenzahlen des 1. Quartals 2019* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.ivw.eu/print/quartalsauflagen/pressemitteilungen/auflegenzahlen-des-1-quartals-2019> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ivw.eu (o. D.). *ePAPER* [Online]. Abgerufen von <https://www.ivw.eu/print/epaper/epaper> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journalistenschule.de (o. D.). *Erst Kernphase, dann Profilphase* [Online]. Abgerufen von <https://journalistenschule.de/ausbildung/zeiten/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journalismuslab.de (o. D. a). *Förderprogramm Journalistische Weiterbildung* [Online]. Abgerufen von <https://www.journalismuslab.de/foerderung/abgelaufene-ausschreibungen/foerderprogramm-journalistische-weiterbildung/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journalismuslab.de (o. D. b). *Lokalmedien in NRW – gib deinen Ortsnamen ein* [Online]. Abgerufen von <https://www.journalismuslab.de/karte/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journalistenpreise.de (o. D. a). *Ferag Leser-Blatt-Bindungs-Preis* [Online]. Abgerufen von <http://www.journalistenpreise.de/?id=preis&pid=246> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journalistenpreise.de (o. D. b). *Gewinner: Ferag Leser-Blatt-Bindungs-Preis* [Online]. Abgerufen von <http://www.journalistenpreise.de/?id=gewinner&pid=246> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journal-nrw.de (2018, 9. August). *Hauptstadredaktion: Madsack/DuMont-Deal läuft* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/hauptstadredaktion-madsackdumont-deal-laeuft/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

journal-nrw.de (2019, 15. August). *Westfalen-Blatt bleibt im Tarif* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/westfalen-blatt-bleibt-im-tarif/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Kaiser, U. (o. D. a). *Arbeitsmarkt und Berufschancen*. *djv.de*. Abgerufen von <https://www.djv.de/en/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Kaiser, U. (o. D. b). *Weiterbildung, Stiftungen, Auslandsprogramme*. *djv.de*. Abgerufen von <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/weiterbildung.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

- Kallenbach, A. (2016, 14. November). Projekt "Hier ankommen" startet in 88 Klassen. *ruhrnachrichten.de*. Abgerufen von <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/projekt-hier-ankommen-startet-in-88-klassen-81822.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- kek-online.de (o. D.). *Mediendatenbank* [Online]. Abgerufen von <https://www.kek-online.de/medienkonzentration/mediendatenbank> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Keller, D., & Eggert, C. (2018). Tendenzen und Perspektiven – Die wirtschaftliche Lage der Branche. In Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (Hrsg.), *Zeitungen 2018/19* (S. 41-118). Berlin: ZV Edition.
- Klose, M.-L. (2014, 17. Dezember). *Trotz guter Ausbildung: Keine Chance auf Zukunft im Journalismus* [Online]. Abgerufen von <https://userpage.fu-berlin.de/melab/wordpress/?p=2465> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Krämer, B., & Blümel, C. (2018, 9. August). *Tariffucht in Ostwestfalen* [Online]. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/tariffucht-in-ostwestfalen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Krause, S. (2018, 12. März). Prekäre Lage. *tagesspiegel.de*. Abgerufen von <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/studie-zu-freien-journalisten-prekaere-lage/21057764.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- Landesanstalt für Medien NRW (2019). *Medienvielfaltsbericht 2018/2019* [PDF]. Abgerufen von <https://www.medienanstalt-nrw.de/service/berichte/medienkonzentrationsbericht-medienvielfaltsbericht.html> [letzter Aufruf am 5.12.2019]
- Lessenich, N. (2019, 11. Februar). Neue App mit alter Stärke. *aachener-zeitung.de*. Abgerufen von <https://www.aachener-zeitung.de/digital/neue-news-app-mit-neuem-design-bei-az-und-an-aid-36549741> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- madsack.de (2017, 29. September). *RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) beliefert ab Oktober Redaktionsnetz Westfalen – tägliche Gesamtauflage des RND steigt auf 1,5 Mio. Exemplare* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.madsack.de/Presse/2017/RND-beliefert-RNW> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- medienanstalt-nrw.de (2017, 30. November). *Medienkonzentrationsbericht* [online]. Abgerufen von <https://www.medienanstalt-nrw.de/service/berichte/medienkonzentrationsbericht.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- medienmoral-nrw.de (o. D. a). *Funke: NRW-Betriebsräte sehen 300 Stellen allein in NRW auf der Kippe* [Online]. Abgerufen von <https://www.medienmoral-nrw.de/2019/02/funke-nrw-betriebsraete-sehen-300-stellen-allein-in-nrw-auf-der-kippe/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- medienmoral-nrw.de (o. D. b). *Münstersche Zeitung will „Sanierungsfusion“ mit Westfälischen Nachrichten* [Online]. Abgerufen von <https://www.medienmoral-nrw.de/2014/08/munstersche-zeitung-will-sanierungsfusion-mit-westfalischen-nachrichten/#more-1964> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- meedia.de (2017a, 5. April). DuMont stellt Bonner Ausgabe des Express ein und startet wöchentliche Beilage Bonn kompakt. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2017/04/05/dumont-stellt-bonner-ausgabe-des-express-ein-und-startet-woechentliche-beilage-bonn-kompakt/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]
- meedia.de (2017b, 19. Oktober). „Stark verändertes Nutzungsverhalten der Zuschauer“: Die Rheinische Post stampft center.tv ein. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2017/10/19/stark-ver%c2%adaen%c2%adderndes->

[nut%c2%adzungs%c2%adver%c2%adhal%c2%adten-der-zuschauer-die-rheinische-post-stampft-center-tv-ein/](#) [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2018a, 16. Mai). Bundeskartellamt erlaubt Übernahme des Bonner General-Anzeigers. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/newsline-detail/bundeskartellamt-erlaubt-uebernahme-des-bonner-general-anzeigers/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2018b, 8. Mai). Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung fusionieren Stadt-Redaktionen. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/newsline-detail/aachener-nachrichten-und-aachener-zeitung-fusionieren-stadt-redaktionen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019a, 4. Januar). Neue Zeitungsholding in Westfalen: Westfalen-Blatt und Westfälische Nachrichten fusionieren. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/01/04/neue-zeitungsholding-in-westfalen-westfalen-blatt-und-westfaelische-nachrichten-fusionieren/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019b, 7. Februar). Spar-Hammer bei Funke: Mediengruppe plant Stellenabbau in Berliner Zentralredaktion und NRW-Titeln. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/02/07/spar-hammer-bei-funke-mediengruppe-plant-stellenabbau-in-berliner-zentralredaktion-und-nrw-titeln/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019c, 21. Mai). Paywall im Rheinland: Dumont führt Bezahlschranke für Ksta und Rundschau ein. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/05/21/paywall-im-rheinland-dumont-fuehrt-bezahlschranke-fuer-ksta-und-rundschau-ein/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019d, 7. Juni). Schluss mit dem Artikel-Einzelverkauf! Blendle setzt künftig voll auf das Premium-Modell. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/06/07/schluss-mit-dem-artikel-einzelverkauf-blendle-setzt-kuenftig-voll-auf-das-premium-modell/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019e, 8. Juli). Mantelredaktion in Bielefeld: Ostwestfälische Verlagshäuser bündeln überregionale und regionale Inhalte. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/07/08/mantelredaktion-in-bielefeld-ostwestfaelische-verlagshaeuser-buendeln-ueberregionale-und-regionale-inhalte/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

meedia.de (2019f, 18. Dezember). DuMont-Chef Bauer will am Standort Köln festhalten – Zukunft von „Mopo“ und „Mitteldeutscher Zeitung“ ungewiss. *meedia.de*. Abgerufen von <https://meedia.de/2019/12/18/dumont-chef-bauer-will-am-standort-koeln-festhalten-zukunft-von-mopo-und-mitteldeutscher-zeitung-ungewiss/> [letzter Aufruf am 18.12.2019]

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (2008). *Richtlinien und Lehrpläne für die Grundschule in Nordrhein-Westfalen* (1. Aufl.) [PDF]. Abgerufen von

https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/upload/klp_gs/LP_GS_2008.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (2011). *Kernlehrplan für die Hauptschule in Nordrhein-Westfalen Deutsch* (1. Aufl.) [PDF]. Abgerufen von

https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplan/7/Deutsch_HS_KLP_Endfassung.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (2019). *Kernlehrplan für die Sekundarstufe 1 Gymnasium Nordrhein-Westfalen Deutsch* (1. Aufl.) [PDF]. Abgerufen von

https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplan/196/3409_Deutsch.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Möhring, W. (2013). Profession mit Zukunft? Zum Entwicklungsstand des Lokaljournalismus. In H. Pöttker & A. Vehmeier (Hrsg.), *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus* (S. 63-75). Wiesbaden: Springer VS.

Möhring, W. (2015). Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft. In Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.), *LfM-Dokumentation* (Band 51).

Morgenthaler, R. (2015, 17. November). Journalismus á la carte. *deutschlandfunkkultur.de*. Abgerufen von

https://www.deutschlandfunkkultur.de/unternehmen-blendle-verkauft-zeitungsartikel-journalismus-a.976.de.html?dram:article_id=337188 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Müller, F. (2014, 1 September). "Westfälische Nachrichten" dürfen "Münstersche Zeitung" übernehmen. *horizont.net*. Abgerufen von

<https://www.horizont.net/medien/nachrichten/Trotz-Quasi-Monopol-Westfaelische-Nachrichten-duerfen-Muenstersche-Zeitung-uebernehmen-122064> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Neue deutsche Medienmacher e. V. (2016). *Wir wären dann so weit. Argumente für mehr Vielfalt in den Medien* [PDF]. Abgerufen von

https://www.neuemedienmacher.de/wp-content/uploads/2016/10/NdM_Broschu%CC%88re_WEB_20161216.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

neuemedienmacher.de (o. D. a). *Journalisten mit Migrationshintergrund* [Online]. Abgerufen von

<https://www.neuemedienmacher.de/journalisten-mit-migrationshintergrund/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

new-business.de (2017, 25. August). Gemeinsame Mantelredaktion von 'Ruhr Nachrichten' und 'Hellweger Anzeiger' genehmigt. *new business*. Abgerufen von <https://www.new-business.de/medien/detail.php?rubric=MEDIEN&nr=711403> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

new-business.de (2019a, 16. Juli). 'Bergischer Volksbote' wird verkauft und geht im 'Remscheider Generalanzeiger' auf. *new business*. Abgerufen von <https://www.new-business.de/medien/detail.php?rubric=MEDIEN&nr=739046> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

new-business.de (2019b, 19. August). Gemeinsame Mantelredaktion von 'Ruhr Nachrichten' und 'Hellweger Anzeiger' genehmigt. *new business*. Abgerufen von <https://www.new-business.de/medien/detail.php?rubric=MEDIEN&nr=740304> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

nw.de (2019, 8. Juli). OWL-Verlage gründen Gemeinschaftsredaktion. *nw.de*. Abgerufen von

https://www.nw.de/nachrichten/wirtschaft/22502824_OWL-Verlage-gruenden-Gemeinschaftsredaktion.html [letzter Aufruf am 25.11.2019]

nw.de (o. D.). Autoren. *nw.de*. Abgerufen von

<https://www.nw.de/microsites/autoren> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ozguruz.de (o. D.). *Can Dünder* [Online]. Abgerufen von

<https://ozguruz.de/ueber-can-duendar/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

plista.com (o. D.). *Linkpulse FAQ für Publisher* [PDF]. Abgerufen von

https://www.plista.com/wp-content/uploads/2017/08/Linkpulse_FAQ_Publisher_deu.pdf [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Pöttker, H. (2013, 2. August). Mangel an Zahlen und Forschung. *mediendienst-integration.de*. Abgerufen von <https://mediendienst-integration.de/artikel/mehr-vielfalt-als-weg-zur-integration.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

PWC (o. D.). *Zeitungsmarkt* [Online]. Abgerufen von <https://outlook.pwc.de/outlooks/2017-2021/zeitungen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

radiobielefeld.de (2019, 8. Juli). OWL-Verlage gründen Gemeinschaftsredaktion. *radiobielefeld.de*. Abgerufen von [https://www.radiobielefeld.de/nachrichten/lokalmeldungen/detailansicht/owl-verlage-gruenden-gemeinschaftsredaktion.html?L=0&cHash=e275e120608d9d11069d64656b5a880a&sword_list\[\]=OWL-verlage&no_cache=1](https://www.radiobielefeld.de/nachrichten/lokalmeldungen/detailansicht/owl-verlage-gruenden-gemeinschaftsredaktion.html?L=0&cHash=e275e120608d9d11069d64656b5a880a&sword_list[]=OWL-verlage&no_cache=1) [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Rähm, J. (2018, 14. April). Der Adblock-Krieg. *deutschlandfunk.de*. Abgerufen von https://www.deutschlandfunk.de/online-werbung-der-ads-block-krieg.684.de.html?dram:article_id=415592 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Rakel, W. (2019, 19. August). IVZ übernimmt Lokalausgabe der Westfälischen Nachrichten. *DNV Online*. Abgerufen von <https://www.dnv-online.net/medien/detail.php?nr=137619&Medien> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Ramon, G.-Z. (2019). Alles neu, alles alt, alles gut?. In B. M. Gossel, K. Konyen (Hrsg.), *Quo Vadis Journalistenausbildung?* (S. 163-170). Wiesbaden: Springer VS.
DOI: 10.1007/978-3-658-23123-1

regiotv.nrw. (o. D.). *Bürgerreporter* [Online]. Abgerufen von <https://www.regiotv.nrw/buergerreporter/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Reith, V. (2018, 6. Juni). Weiße Flecken beseitigen. *deutschlandfunk.de*. Abgerufen von https://www.deutschlandfunk.de/lokaljournalismus-in-schweden-weisse-flecken-beseitigen.2907.de.html?dram:article_id=419587 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

rga.de (o. D.). Impressum. *rga.de*. Abgerufen von <https://www.rga.de/ueber-uns/impressum/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

rheinschepostmediengruppe.de (2017, 6. Juli). *Die Rheinische Post und das Bocholter-Borkener Volksblatt vereinbaren neue Kooperation* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.rheinschepostmediengruppe.de/unternehmen/pressemitteilungen/detail/detail/die-rheinische-post-und-das-bocholter-borkener-volksblatt-vereinbaren-neue-kooperation-24> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

rheinschepostmediengruppe.de (2018a, 19. August). *Der Bonner General-Anzeiger wird Teil der Rheinische Post Mediengruppe* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.rheinschepostmediengruppe.de/unternehmen/pressemitteilungen/detail/detail/die-r-bonner-general-anzeiger-wird-teil-der-rheinische-post-mediengruppe-3> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

rheinschepostmediengruppe.de (2018b, 21. Dezember). *Die Rheinische Post beliefert die Münstersche Zeitung ab Januar 2019 mit überregionalen Inhalten* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.rheinschepostmediengruppe.de/unternehmen/pressemitteilungen/detail/detail/die-rheinische-post-beliefert-die-muenstersche-zeitung-ab-januar-2019-mit-ueberregionalen-inhalten-2> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

rheinlandcard.shop (o. D.). *Entdecke deine Wünsche mit der ReheinlandCard. Rheinlandcard 2020 Erwachsener Abovorteil* [Online]. Abgerufen von

<https://rheinlandcard.shop/de/karten/7/rheinlandcard-2020-erwachsener-abovorteil?c=5>

[letzter Aufruf am 25.11.2019]

Röper, H. (2018). Zeitungsmarkt 2018: Pressekonzentration steigt rasant an. *Media Perspektiven*, 5, 216-234.

Röper, H. (2019). Printbranche im Wandel am Beispiel des Funke-Konzerns. *Media Perspektiven*, 1, 14-23.

Rüsberg, K. (2017, 28. Juni). „Özgürüz“ jetzt auch gedruckt. *deutschlandfunk.de*. Abgerufen von

https://www.deutschlandfunk.de/tuerkisches-exilmagazin-oezgueruez-jetzt-auch-gedruckt.2907.de.html?dram:article_id=389806 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Saal, M. (2019, 7. November). Verleger jubeln über reduzierten Steuersatz auf digitale Presseprodukte. *horizont.net*. Abgerufen von

https://www.horizont.net/medien/nachrichten/jahressteuergesetz-verleger-jubeln-ueber-reduziertensteuersatz-auf-digitale-presseprodukte-178867?utm_source=%2Fmeta%2Fnewsflash%2Fvor9&utm_medium=newsletter&utm_campaign=nl37024&utm_term=78e97868963498e150511f9e5c3c1c15 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Sausen, T. (2016, 18. April). *OVK-Messung: Erstmals leichter Rückgang der Adblocker-Rate* [Pressemitteilung]. Abgerufen von

<https://www.bvdw.org/presse/detail/artikel/ovk-messung-erstmals-leichter-rueckgang-der-adblocker-rate/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Sausen, T. (2017, 21. August). *BVDW-Messung: Adblocker-Rate bleibt stabil* [Pressemitteilung]. Abgerufen von

<https://www.bvdw.org/presse/detail/artikel/bvdw-messung-adblocker-rate-bleibt-stabil/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Schade, M. (2017, 21. Juni). DJV kritisiert „Tarifbruch“: WDR führt neue Honorar-Modelle für crossmediale Arbeiten ein. *meedia.de*. Abgerufen von

<https://meedia.de/2017/06/21/djv-kritisiert-tarifbruch-wdr-fuehrt-neue-honorar-modelle-fuer-crossmediale-arbeiten-ein/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Schade, M. (2018, 4. September). Köln-Bonn-Kartell: DuMont muss 16 Millionen Euro für verbotene Gebietsabsprachen zahlen. *meedia.de*. Abgerufen von

<https://meedia.de/2018/09/04/koeln-bonn-kartell-dumont-muss-16-millionen-euro-fuer-verbotene-gebietsabsprachen-zahlen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Schaffeld, C. (2019, 1. August). Lokalkompasspräsentiert: Heinz Kolb aus Gelsenkirchen. *lokalkompass.de*. Abgerufen von

https://www.lokalkompass.de/gelsenkirchen/c-lk-gemeinschaft/lokalkompass-praesentiert-heinz-kolb-aus-gelsenkirchen_a1183590 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Schlichter, C. (2019). Westfalen-Blatt verliert eigenständigen Mantel. *DJV NRW Journal*, (5), 28-29.

Schmitt, T. (2019, 11. April). WAZ-Redaktion mit Leser-Blatt-Bindungs-Preis ausgezeichnet. *waz.de*. Abgerufen von

<https://www.waz.de/staedte/bochum/waz-redaktion-mit-leser-blatt-bindungs-preis-ausgezeichnet-id216935705.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Schütz, W. J. (2012). Deutsche Tagespresse 2012. *Media Perspektiven*, 11, 570-593.

Schütz, W. J. & Stürzebecher, D. (2017). *Zeitungen in Deutschland (Teil 3): Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949-2012* [1. Auflage]. Leipzig: Vistas.

schulentwicklung.nrw.de (o. D. a). *Lehrplannavigator – Kernlehrpläne und Richtlinien für die Sekundarstufe I* [Online]. Abgerufen von <https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplannavigator-s-i/index.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

schulentwicklung.nrw.de (o. D. b). *Aufgaben und Ziele des Deutschunterrichts* [Online]. Abgerufen von <https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplannavigator-s-i/gymnasium-g8/deutsch-g8/deutsch-klp/aufgaben-ziele/index.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

score-media.de (o. D.). *Marken Bundesland: Nordrheinwestfalen* [Online]. Abgerufen von <https://score-media.de/marken-bundesland/nordrhein-westfalen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

service.zeitungsverlag-aachen.de (o. D.). *Aboplus – das Vorteilsprogramm für Abonnenten* [Online]. Abgerufen von <https://service.zeitungsverlag-aachen.de/kundenportal/exklusiv-fuer-abonnenten/aboplus-1405> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Simon, E. (2007). Migranten und Medien 2007. *Media Perspektiven*, 9, 426-435.

Simon, E., & Neuwöhner, U. (2011). Medien und Migranten 2011. *Media Perspektiven*, 10, 458-470.

Simon, U. (2019, 24. September). Wie BDZV-Präsident Mathias Döpfner die Verleger auf die Zukunft ein schwört. *horizont.net*. Abgerufen von <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/zeitungskongress-2019-wiebdzv-praesident-mathias-doepfner-die-verleger-auf-die-zukunft-einschwuert-177794> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

snowplowanalytics.com (o. D.). *The enterprise-grade event data collection platform* [Online]. Abgerufen von <https://snowplowanalytics.com/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

soester-anzeiger.de (2019, 11. November). Keine WhatsApp-Nachrichten mehr von soester-anzeiger.de: Das sind Ihre Alternativen. *soester-anzeiger.de*. Abgerufen von <https://www.soester-anzeiger.de/lokales/soest/wichtigsten-anzeiger-nachrichten-ueber-whatsapp-handy-6942070.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

solinger-tageblatt.de (2019, 13. Mai). Beim Uni-Vortrag geht es heute um das Thema Pflege. *Solinger Tageblatt*. Abgerufen von <https://www.solinger-tageblatt.de/solingen/solingen-beim-uni-vortrag-geht-heute-thema-pflege-12273602.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

solinger-tageblatt.de (o. D.). Impressum. *solinger-tageblatt.de*. Abgerufen von <https://www.solinger-tageblatt.de/ueber-uns/impressum/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2018). „Die Zukunft ist frei!“. *Journalistik Zeitschrift für Journalismusforschung*, (1), 47-59.

Stiftungssuche.de (o. D.). *Stiftungssuche. Suche nach Stiftungen und Dienstleistern für Stiftungen* [Online]. Abgerufen von <https://stiftungssuche.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

tarifregister.nrw.de (o. D.). *Tageszeitungsverlage* [PDF]. Abgerufen von <http://www.tarifregister.nrw.de/material/tageszeitung3.pdf> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

tbm-marketing.net (2016, 11. Mai). *Leser-Blatt-Bindungs-Preise gehen nach Hameln, Braunschweig, Hersbruck, Trier und Plettenberg* [Online]. Abgerufen von <https://www.tbm-marketing.net/2019/11/01/jule-umfrage-wie-erreichen-zeitungen-junge-zielgruppen/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

tbm-marketing.net (2019, 1. November). *Jule-Umfrage: Wie erreichen Zeitungen junge Zielgruppen?* [Online]. Abgerufen von <https://www.tbm-marketing.net/2016/05/11/leser-blatt-bindungs-preise-gehen-nach-hameln-braunschweig-hersbruck-trier-und-plettenberg/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Trepesch, S. (2019, 13. Mai). Apple News+: Die deutsche Alternative kostet fast nichts. *giga.de*. Abgerufen von <https://www.giga.de/apps/apple-news/tipps/apple-news-plus-die-deutsche-alternative-kostet-fast-nichts/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

twitter.com (o. D.). *#jnrw1* [Online]. Abgerufen von https://twitter.com/hashtag/jnrw1?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Ehashtag [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Ürük, B. (2017, 12. Juli). Verleger Lambert Lensing-Wolff baut massiv um: "Ruhr Nachrichten" sperren eigene Mantelredaktion zu. *kress.de*. Abgerufen von <https://kress.de/mail/news/detail/beitrag/138088-verleger-lambert-lensing-wolff-baut-massiv-um-ruhr-nachrichten-sperren-eigene-mantelredaktion-zu.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ver.di Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (2017, 28. Februar). *Ver.di kritisiert Kündigung der Gemeinsamen Vergütungsregeln für Tageszeitungen* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://dju.verdi.de/presse/pressemitteilungen/++co++c540deae-fdbd-11e6-9065-525400b665de> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

ver.di Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (2019, 9. Juli). *Ostwestfalen-Lippe: dju kritisiert Redaktionszusammenlegungen auf Kosten der Mitarbeiter* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://dju.verdi.de/presse/pressemitteilungen/++co++aae7746e-a22f-11e9-8569-525400f67940> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

von Garmissen, A. (2017, 31. Juli). Zeitung statt Schulbuch. *journal-nrw.de*. Abgerufen von <https://journal-nrw.de/zeitung-statt-schulbuch/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Voregger, M. (2010, 12. April). Die WAZ-Gruppe setzt auf „Bürgerreporter“. *ruhrbarone.de*. Abgerufen von <https://www.ruhrbarone.de/die-waz-setzt-auf-burgerreporter/9539> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Wasinski, R. (2018, 30. November). *Vor Ort NRW Preis 2018: Das sind die Gewinner* [Online]. Abgerufen von <https://www.journalismuslab.de/2018/11/30/vor-ort-nrw-preis-2018-das-sind-die-gewinner/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

waz.de (2018, 15. Januar). Das ist ProBO, das Projekt Bochum. *waz.de*. Abgerufen von <https://www.waz.de/staedte/bochum/projekt-bochum/das-ist-probo-das-projekt-bochum-id213116419.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wdr.de (2019a, 8. Juli). OWL-Verlage gründen Gemeinschaftsredaktion. *wdr.de*. Abgerufen von <https://www1.wdr.de/nachrichten/westfalen-lippe/zeitungen-ostwestfalen-lippe-gemeinschaftsredaktion100.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wdr.de (2019b, 5. Dezember). Westfalenblatt schließt Gütersloher Redaktion. *wdr.de*. Abgerufen von <https://www1.wdr.de/mediathek/video/sendungen/lokalzeit-ostwestfalen-lippe/video-westfalenblatt-schliesst-guetersloher-redaktion-102.html> [letzter Aufruf am 10.12.2019]

WDR-Kooperationsrichtlinien (2016). *Kooperationsrichtlinien des WDR gemäß § 7 Absatz 2 WDR-Gesetz* [PDF]. Abgerufen von <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/unternehmen/neue-kooperationsrichtlinien-wdr-100.pdf> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

welt.de (2018, 12. September). Honorarregelungen der AXEL SPRINGER SE. *welt.de*. Abgerufen von <https://www.welt.de/services/article13601965/Honorarregelungen-der-Axel-Springer-AG.html> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Weste, A. (2019, 12. Juni). Whatsapp verbietet den Newsletter-Versand. *t3n.de*. Abgerufen von <https://t3n.de/news/whatsapp-verbietet-den-newsletter-versand-1170123/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

westfalen-blatt.de (2019, 4. Januar). Neue Zeitungsholding in Westfalen. *westfalen-blatt.de*. Abgerufen von <https://www.westfalen-blatt.de/OWL/Bielefeld/Bielefeld/3604509-In-eigener-Sache-Neue-Zeitungsholding-in-Westfalen> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

westline.de (2019, 10. Juni). *westline.de sagt Tschüss!* [Online]. Abgerufen von <https://web.archive.org/web/20190915111956/http://www.westline.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wiedertaeufer.ms (o. D.). *Die Wiedertäufer: Nicht noch so'n Blog* [Online]. Abgerufen von <https://wiedertaeufer.ms/ueber-uns/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Wirbitzky, G. (2017, 14. Januar). Wer oder was ist ein BürgerReporter?. *lokalkompass.de*. Abgerufen von https://www.lokalkompass.de/bochum/c-ueberregionales/wer-oder-was-ist-ein-buergerreporter_a728373 [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Wissenschaftliche Dienste des deutschen Bundestags (2017). *Öffentliche Förderung journalistischer Informationsmedien in ausgewählten Ländern*. Sachstand WD 10 - 3000 - 064/16. WD 10: Kultur, Medien und Sport. Deutscher Bundestag.

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.

wn.de (2019, 4. Januar). Neue Westfälische Medien Holding bündelt jetzt publizistische Aktivitäten. *wn.de*. Abgerufen von <https://www.wn.de/Muensterland/3604890-In-eigener-Sache-Neue-Westfaelische-Medien-Holding-buendelt-publizistische-Aktivitaeten> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wn.de (o. D.) WN Leser-Vorteile. *wn.de*. Abgerufen von <https://www.wn.de/leservorteil> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wochenpost.de (o. D.). *WochenPost* [Online]. Abgerufen von <https://www.wochenpost.de/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Wolff, R. (2018, 20. Februar). Schweden fördert Lokalpresse. *taz.de*. Abgerufen von <https://taz.de/Subventionen-gegen-Zeitungssterben!/5482860/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

Worbs, S. (2010). Mediennutzung von Migranten in Deutschland. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (Hrsg.) *Integrationsreport*, Working Paper 34 der Forschungsgruppe des Bundesamtes, Teil 8.

www-anzeigenblaetter.de (o. D.). *Aktuelles. Hier finden Sie Neuigkeiten rund um den Verlag WVV / ORA* [Online]. Abgerufen von <https://www.www-anzeigenblaetter.de/unternehmen/aktuelles/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

wz.de (2019, 28. Juni). Der Bergische Volksbote hat ab Montag ein neues Gesicht. *wz.de*. Abgerufen von <https://www.wz.de/der-bergische-volksbote-hat-ab-montag-ein-neues-gesicht-aid-39755591> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

zaw.de (2015, 21. Mai). *Werbewirtschaft: Stabilität in 2014 und positive Prognose für 2015* [Pressemitteilung]. Abgerufen von <https://www.zaw.de/zaw/aktuelles/meldungen/Werbewirtschaft-Stabilitaet-in-2014-und-positive-Prognose-fuer-2015.php> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

zaw.de (2019, April). *Netto-Werbeeinnahmen der Medien 2018* [Online]. Abgerufen von <https://www.zaw.de/zaw/branchendaten/nettoumsatzentwicklung-der-werbetaeager/> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

zeit.de (2018, 19. April). Bundesgerichtshof erlaubt den Einsatz von Werbeblockern. *Zeit Online*. Abgerufen von <https://www.zeit.de/digital/internet/2018-04/adblocker-urteil-bgh-springer-adblock-plus> [letzter Aufruf am 25.11.2019]

zeit.de (2019, 29. November). *Förderung für Zeitungszustellung beschlossen*. *Zeit Online*. Abgerufen von <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2019-11/subventionierung-zeitungszustellung-foerderung-2020-bundestag> [letzter Aufruf am 4.12.2019]