

Lokale und regionale Informationsvielfalt im Pressewesen

Jürgen Rauh



Die Presse- und Medienlandschaft in Deutschland ist in Bewegung. Nach wie vor erreicht die Abonnement-Tagespresse als regionales und lokales Informationsinstrument einen hohen Anteil

der Bevölkerung. Die Konkurrenz verschärft sich jedoch aus verschiedenen Richtungen: Kostenlos verteilte Anzeigenblätter erweitern vielfach ihren redaktionellen Teil, Regional- und Lokalfernsehen sowie -rundfunk sind in der Lage, Informationen, die vormals den Tageszeitungen vorbehalten waren, „just in time“ zu liefern, und das Internet steht auch als lokales und regionales Informationsforum erst am Anfang eines viel versprechenden Diffusionsprozesses. Der zunehmende Kostendruck hat Reaktionen erforderlich gemacht, die sich u.a. in verlegerischen Konzentrationen artikulieren. Die Herstellungskosten, die zu einem großen Anteil auflagenunabhängig sind – z.B. die Kosten für Redaktion und Satz –, sowie die Vergabepraxis bei Anzeigen bringen Verlage mit hohen Auflagen in eine günstigere Position als Zeitungen mit kleiner Auflage (vgl. SCHÜTZ 1996). Die Informationsvielfalt und -reichweite ist Veränderungen unterworfen.

vielfalt aus, wenn an einem Ort lediglich eine oder auch mehrere Tageszeitungen mit demselben Zeitungsmantel erscheinen **3**.

Räumliche Konzentrationen

Großräumig ist eine Konzentration von Kreisen, in denen ausschließlich lokale und regionale Tageszeitungen mit demselben Zeitungsmantel angeboten werden, in den neuen Ländern festzustellen. Das bedeutet, dass in zwei Dritteln der ostdeutschen Kreise und für ca. 4 Mio. Haushalte bei einem Abonnement einer regionalen Tageszeitung keine Auswahl bzgl. des redaktionellen Teils des Zeitungsmantels besteht, auch wenn unterschiedliche Lokalausgaben existieren sollten. Obwohl mehr als die Hälfte aller früheren Zeitungen in der DDR nicht mehr am Markt sind, bestimmen 14 ehemalige SED-Bezirkszeitungen die Zeitungslandschaft im freien Pressemarkt (vgl. Medienbericht 1998). 1990/91 wurden durch die Treuhandanstalt diese ehemaligen Bezirkszeitungen als ganze Betriebe an westdeutsche Medienunternehmen verkauft. SCHÜTZ (1996) beschreibt die ausschließlich aus wirtschaftlichen Aspekten heraus getroffene Entscheidung als Auslöser des größten Konzentrationsschubs in der deutschen Pressegeschichte. Eine Aufteilung der Verbreitungsgebiete, Entflechtung oder Pluralisierung blieb aus. Viele der von kleineren Verlagen gegründeten lokalen Zeitungen in Ostdeutschland konnten sich daher gegen die alten ostdeutschen Zeitungen nicht durchsetzen. Neben den 14 Vollredaktionen der Regionalzeitungen existiert nur mehr eine Vollredaktion einer neu gegründeten Zeitung.

In Leipzig bestanden 1990 kurzfristig sieben regionale Tageszeitungen – heute wird nur mehr die Leipziger Volkszeitung in verschiedenen Lokalausgaben angeboten. In Berlin wird die Pressekonzentration auch dadurch deutlich, dass von zehn Tageszeitungen sieben im Besitz einer Verlagsgruppe sind; den lokalen Markt beherrschen drei Großverlage.

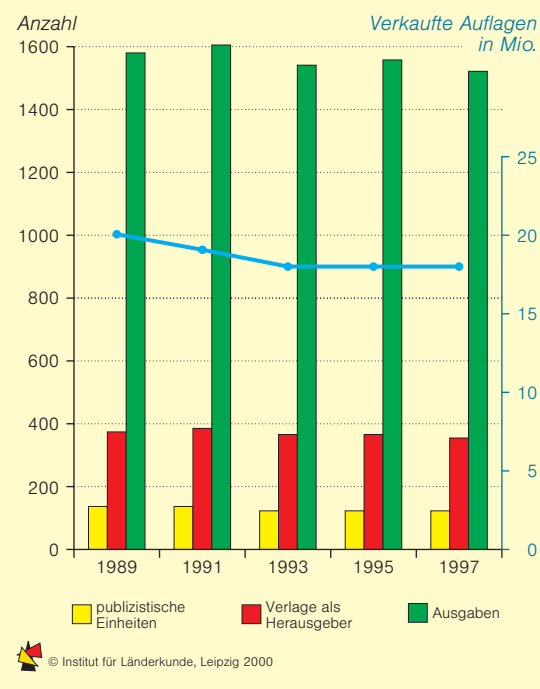
In den alten Ländern ist die Pressekonzentration schon seit den 1950er Jahren ein Thema. Mehrere Indikatoren deuten darauf hin, dass die Konzentration der Tagespresse inzwischen ein derart hohes Niveau erreicht hat, dass Schließungen von Tageszeitungen weitgehend ausgeschlossen sind (vgl. RÖPER 1993). Einstellungen von regionalen Ausgaben sind jedoch weiterhin zu beobachten. Dies macht sich auch räumlich bemerkbar: In 38 Kreisen und kreisfreien Städten der alten Länder wurden 1998 weniger Titel regionaler Tageszeitungen gezählt als vor elf Jah-

ren; dagegen sind in vier Landkreisen bzw. Stadtkreisen mehr Titel am Markt als noch 1988. Etwa 11 Millionen Haushalte in den alten Ländern können in ihren Landkreisen nur eine regionale Tageszeitung abonnieren (= 39,3% aller Haushalte). Dies ist in der Hälfte aller westdeutschen Stadt- und Landkreise der Fall. Insbesondere im Saarland, in Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein und Niedersachsen finden sich überdurchschnittlich viele Kreise, in denen zwar verschiedene Lokalausgaben, aber überall derselbe Zeitungsmantel angeboten wird.

Die Nutzung der regionalen Abonnementzeitungen ist im Osten geringfügig höher als im Westen. In den Kernstädten und Agglomerationen Deutschlands ist im Allgemeinen eine unterdurchschnittliche Dichte von Tageszeitungsabonnements festzustellen. Vor allem Berlin, München und Hamburg fallen mit extrem niedrigen Werten auf. Im zeitlichen Vergleich wird auch deutlich, dass in den Stadtkreisen die Auflagen der regionalen Tageszeitungen z.T. stark zurückgehen. Köln, München, Bremen, Nürnberg und Essen haben seit 1988 besonders starke Rückgänge in den Verkaufsaufträgen zu konstatieren. In den Großstädten tritt die erwähnte Konkurrenzsituation durch Lokalrundfunk, Straßenzeitungen und Anzeigenblätter verschärft zutage. Auch setzen in den Städten postmoderne Verhaltensmuster der Konsumenten häufig früher ein. Sie führen zu einem Pluralismus neuer Formen der Lebensstile, was sich auch im Zeitungsleseverhalten artikuliert. Kennzeichen hierfür ist eine Hinwendung zu überregionalen Tageszeitungen bzw. zu Straßenverkaufszeitungen. Zudem ist die Unsicherheit der Zeitungszustellung, verursacht durch z.B. die schwere Zugänglichkeit der Briefkästen in Altstadt- und Mietshäusern oder durch Zeitungsdiebstahl, in den Städten größer als im ländlichen Raum.

Die veränderten Bedingungen gehen einher mit einem Trend zu verlegerischen Kooperationen und Anzeigengemeinschaften sowie einer Neuausrichtung der Geschäftsfelder der Tageszeitungsverlage. Neben einer Ausdehnung des originären Betätigungsfeldes, z.B. in Richtung 7-Tage-Zeitung, Anzeigenblätter oder Buch- oder Zeitschriftenverlag, gibt es Beispiele von einem über das Anzeigen- und Beilagesgeschäft hinausgehenden Zustellservice, von Betätigungen als Internetprovider und -informationsanbieter oder als Call Center (▶▶ Beitrag Gräf) wie auch von Beteiligungen bei regionalen Fernseh- und Rundfunksendern u.v.m.♦

1 Abonnementzeitungen mit überwiegend lokaler/regionaler Verbreitung 1989-1997



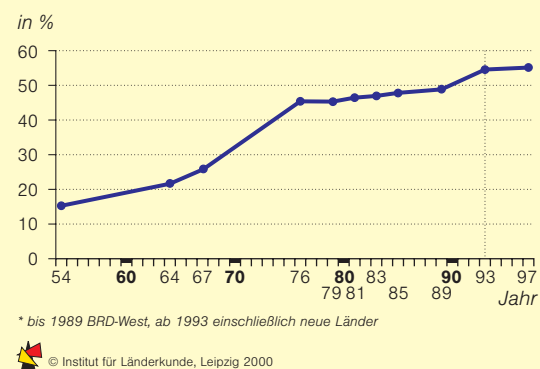
Zeitliche Entwicklung

In Deutschland werden von 29 Mio. verkauften Tageszeitungen 62,7% im Abonnement vertrieben. Dieser Anteil blieb über Jahre hinweg fast konstant (1989: 59,0% alte Länder), wenngleich die Zahlen zur Entwicklung der verkauften Auflagen von Tageszeitungen seit 1993 einen rückläufigen Trend andeuten und besonders in den neuen Ländern seit 1990 ein Rückgang der verkauften Exemplare lokaler und regionaler Abo-Zeitungen zu verzeichnen ist. Insbesondere jüngere Menschen zeigen ein deutlich vermindertes Interesse am Tageszeitungsabonnement.

Vor allem die lokalen und regionalen Abo-Zeitungen haben mit einer Auflage von 17,1 Mio. Exemplaren eine große Bedeutung **1**. Dem Medienbericht der Bundesregierung zufolge ist die Zahl der Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, zwischen 1993 und 1997 um 3,4%, die Zahl der Vollredaktionen, die auch als „Publizistische Einheiten“ bezeichnet werden, um 1,5% sowie die Zahl der redaktionellen Ausgaben um 1,2% zurückgegangen (▶▶ Beitrag Bode, Bd. 1) **2**.

Heute (1999) werden die insgesamt rd. 1600 Zeitungsausgaben Deutschlands von nur 135 Vollredaktionen erstellt, d.h. dass sie – unabhängig von der Zahl der Lokalredaktionen – lediglich 135 verschiedene Zeitungsmantel aufweisen. Somit ist die Vielfalt des überregionalen Teils, der i.d. Regel aus der allgemeinen Politik und Wirtschaft sowie aus überregionalen Sport-, Kultur- und Unterhaltungsteilen besteht, relativ gering. Besonders gravierend wirkt sich dieser Umstand auf die Meinungs-

2 Anteil der Kreise mit Tageszeitungen mit nur einem Mantel 1954-1997*



* bis 1989 BRD-West, ab 1993 einschließlich neue Länder

Regionale Abonnement-Tageszeitungen 1988* und 1998 nach Kreisen

