



**Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)**

Medienatlas NRW

Forschungsprojekt im Auftrag der LfM über die Medienstrukturen in Nordrhein-Westfalen, durchgeführt vom FORMATT-Institut Dortmund

März 2009

Vorwort

Der vorliegende Bericht beendet ein Forschungsprojekt im Auftrag der LfM über die Medienstrukturen in Nordrhein-Westfalen. Das Projekt wurde im September 2007 aufgenommen und im Wesentlichen Ende 2008 beendet. Das Projekt verfolgte vor allem das Ziel, Transparenz herzustellen über die Angebots- und Anbieterstrukturen lokal informierender Medien in Nordrhein-Westfalen und knüpfte dabei an Vorläuferstudien in Auftrag der LfM an.

Die Besonderheit des Projektes besteht darin, wesentliche Ergebnisse der Studie für ein Internetangebot der LfM aufzubereiten und die zum Teil komplexen Strukturen durch Grafik und Kartografie übersichtlich zu gestalten. Über die Anbieter von lokal informierenden Medien in Nordrhein-Westfalen ist zudem eine Datenbank angelegt worden. Es handelt sich um ein Firmenregister mit über 600 Unternehmen. Neben Angaben zur Rechtsform und zur Adresse werden insbesondere auch Angaben zu den jeweiligen Medienaktivitäten und Beteiligungen an weiteren Medienunternehmen gemacht. Zudem sind zu den Firmen die jeweiligen Eigner mit ihren Beteiligungshöhen aufgeführt. Zu allen Tageszeitungen, lokalen/regionalen Zeitschriften und Anzeigenblättern in NRW sind zusätzlich titelbezogen wesentliche Daten übersichtlich zusammengestellt.

Insgesamt wird mit diesem Projekt eine Transparenz über die Medienstrukturen geschaffen, wie sie für kein anderes Bundesland bekannt ist.

Inhalt

| | | |
|-----|---|-----|
| 1. | Tageszeitungen in NRW | 3 |
| 1.1 | Entwicklungen im deutschen Zeitungsmarkt | 4 |
| 1.2 | Aktuelle Entwicklungen und Strukturdaten zum Zeitungsmarkt NRW | 9 |
| 1.3 | Tendenz zur Monopolisierung im Zeitungsmarkt - Situation in den Regierungsbezirken | 18 |
| 1.4 | Marktstellungen von Tageszeitungen in NRW | 29 |
| 2. | Anzeigenblätter in NRW | 44 |
| 3. | Der Fernsehstandort NRW | 73 |
| 4. | Lokalfunk | 80 |
| 5. | Lokalfernsehen | 87 |
| 5.1 | Lokalfernsehen | 95 |
| 6. | Anbieter von lokaler Information im Internet | 107 |
| 7. | Crossmediale Entwicklungen | 120 |
| 8. | Die Medienbranche in Daten | 128 |
| 9. | Games-Branche in NRW | 145 |
| 10. | Rundfunk-Distribution | 152 |

1. Tageszeitungen in NRW

Zum Redaktionsschluss der vorliegenden Studie sind für den Zeitungsmarkt NRW erhebliche Veränderungen angekündigt, die nicht bzw. nicht unmittelbar mit einem für das nächste Jahr gleichfalls angekündigten nachlassenden Werbeumsatz verbunden sind. Sollte der Werbeumsatz in 2009 tatsächlich deutlich nachlassen und Großverlage wie der WAZ-Konzern und der Süddeutsche Verlag Sparmaßnahmen auch mit einem Abbau von Beschäftigten verbinden, sind ähnliche Aktionen – begründet mit betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten oder nicht – auch von anderen Verlagen zu erwarten. Die Unruhe, die die Zeitungsbranche seit einigen Jahren erfasst hat, dürfte sich fortsetzen. Markante Hinweise darauf waren (Teil-)Verkäufe von hochauflagen Zeitungen und deren Häufung auf der Kapitalseite sowie Reorganisationen von redaktionellen Strukturen und Abläufen verbunden mit dem Verlust von eigenständigen journalistischen Leistungen auf den Angebotsseiten. Beide Trends werden sich – so ist zu befürchten – fortsetzen und zu einer erheblichen Einschränkung der ohnehin stark eingeschränkten Vielfalt im Zeitungsmarkt führen.

Exemplarisch dafür sind die angekündigten Einschnitte beim WAZ-Konzern in Essen. Dort sollen wesentliche Funktionen der drei Hauptredaktionen von *Westdeutscher Allgemeinen Zeitung*, der *Neuen Ruhr/Rhein Zeitung* und der *Westfälischen Rundschau* in einer Großredaktion zusammengefasst werden. Damit gibt der Konzern auch das so genannte WAZ-Modell auf, dass die Bündelung aller Verlagsabteilungen von getrennten Titeln bei Aufrechterhaltung der redaktionellen Eigenständigkeit jedes Titels vorsieht. Wie stark die redaktionelle Eigenständigkeit der Titel dadurch eingeschränkt werden wird, ist noch nicht zu übersehen. Zudem müssen Schließungen von Lokalredaktionen befürchtet werden und damit der Rückzug aus Teilmärkten mit der Folge einer weiteren Vielfaltreduktion.

Angekündigt sind zudem Anteilsverkäufe beim Zeitungsverlag Aachen und beim Verlag des *Westfalen-Blatts* in Bielefeld. Dort will der Springer-Konzern eine Beteiligung in Höhe von rund 15 Prozent veräußern, könnte den Anteil zunächst aus strategischen Gründen vielleicht aufstocken. Beim Zeitungsverlag Aachen geht es möglicherweise sogar um den Verkauf einer Mehrheitsbeteiligung.

Diese zum Teil tief greifenden Veränderungen der Zeitungsbranche finden nicht isoliert in NRW statt, sondern betreffen die Gesamtbranche in Deutschland. Daher werden im Folgenden zunächst wesentliche Veränderungen, Entwicklungen und Strukturdaten für den Gesamtmarkt referiert, bevor der Zeitungsmarkt NRW detailliert beschrieben wird.

1.1 Entwicklungen im deutschen Zeitungsmarkt

Originäre journalistische Leistungen erhalten auch dadurch zunehmend Gewicht, weil sie im Zeitungsjournalismus seltener werden. Als der Anzeigenmarkt im Jahr 2001 einbrach, haben viele Zeitungsunternehmen die Anpassung der Kosten an die gesunkenen Einnahmen auch durch Einsparungen in der Redaktion erzielt. Bis dahin hatten die Rationalisierungen in der technischen Produktion für das betriebswirtschaftlich Gewünschte in der Regel ausgereicht. Personalkürzungen in den Redaktionen haben nun vielerorts zu hohen Belastungen, oft zu Überlastungen im redaktionellen Alltag geführt.¹ Dabei wurden vielfach die redaktionellen Eigenleistungen gekürzt und teilweise durch Textbeschaffungen auf der Basis von Kooperationsmodellen ersetzt. Diese Verfahrensweisen sind im Zeitungsjournalismus tradiert und werden für die überregionale Berichterstattung in der Organisation von in der Regel sehr dauerhaften Zeitungsgruppen, bei denen eine Zeitung auch für die anderen die überregionale Berichterstattung leistet (Bezug der Mantelberichterstattung), seit Jahrzehnten praktiziert. Gleichzeitig wurden über Jahrzehnte immer mehr Hauptredaktionen aufgegeben, wenn sich weitere Titel bereits bestehenden Zeitungsgruppen angeschlossen haben. Im letzten Jahrzehnt ist dieser Prozess deutlich verlangsamt worden. Aus Verlagssicht schien eine optimale Organisation für die Redaktionsstruktur gefunden.

Ein weiterer Abbau von Redaktionspotenzialen wird innerhalb dieser Redaktionsorganisation kaum noch aufzufangen sein. Entsprechend werden schon heute Kooperationen über Titel- und Unternehmensgrenzen hinweg intensiviert. Sie betreffen die Inlands- und Auslandskorrespondenten, die Wochenendbeilagen und die nicht-tagesaktuellen themenspezifischen Seiten (wie etwa Bauen und Wohnen, Auto, Gesundheit etc.), die zugleich auch den Rahmen für jeweils themengerechte Anzeigen darstellen. Diese Kooperationen werden zunehmend auch auf die klassischen Ressorts ausgedehnt werden, wenn ein Arbeitsplatzabbau in einer Dimension wie etwa

für die *Berliner Zeitung* angekündigt realisiert wird. Die Mecom-Gruppe verfolgt dort Pläne, die derzeit noch 130 Stellen in der Redaktion auf 90 zu reduzieren.

Ähnliche Pläne werden auch in anderen Verlagen verfolgt und in der Summe zu tief greifenden Veränderungen führen. Eine der größten Verlagsgruppen, der WAZ-Konzern, mag dies illustrieren. Gerade die Expansion des WAZ-Konzerns in seinem Stammland Nordrhein-Westfalen Anfang der 1970er Jahre hatte die Kritik an der Pressekonzentration intensiviert. Der Konzern war dieser Kritik mit dem so genannten WAZ-Modell begegnet. Dieses Modell sieht im Kern die titelübergreifende Zusammenarbeit insbesondere in der Produktion, der Distribution, der Anzeigenakquisition und der Verwaltung bei Beibehaltung der redaktionellen Autonomie der einzelnen Titel vor. Zeitgleich sind sehr ähnliche Strukturen auch für die beiden Zeitungen in Stuttgart aufgebaut worden. Der WAZ-Konzern selbst hat dieses Modell später auf seine Beteiligungsunternehmen in Thüringen, in Österreich und in Südosteuropa übertragen. Auch andere Verlage haben es übernommen, so zum Beispiel DuMont Schauberg in Köln. Nun wird dieses Modell ausgerechnet an seinem Ausgangspunkt in Nordrhein-Westfalen in Frage gestellt. Im WAZ-Konzern werden derzeit Möglichkeiten für titelübergreifende Kooperationsformen im Redaktionsbereich geprüft. Damit wird das Kernstück des Modells, die redaktionelle Autonomie, zunächst eingeschränkt und -- so ist zu befürchten -- sukzessive aufgehoben.

Ein entscheidender Aspekt des verfassungsrechtlichen Vielfaltspostulats besteht in der Vielfalt originärer journalistischer Leistungen. Wenn diese eigenständigen Leistungen durch die Distribution derselben Stoffe über immer mehr Medien (Zeitungen und auch Internetangebote) ersetzt werden, wird die Vielfalt verspielt. Diese Vielfalt ist aber für den gesellschaftlichen Diskurs unverzichtbar. Dies gilt unabhängig von den Motiven für vielfaltsbegrenzende oder sogar gefährdende Maßnahmen. Sie mögen im Einzelfall ihre betriebswirtschaftliche Berechtigung durch nachlassende Werbeeinnahmen oder den seit Jahren ungebrochen anhaltenden Auflagenschwund der Tagespresse haben, in anderen Fällen auch auf übertriebenen Renditeerwartungen beruhen. Wenn eine unter Vielfaltaspekten auch in visuellen Zeiten zentrale Branche wie jene der Zeitungsverlage nicht mehr ausreichend leistungsfähig ist, wird die politische Befassung mit der Medienvielfalt überfällig.

Das Internet hat das publizistische Angebot verbreitert. Die Zugänglichkeit von Nachrichtenangeboten über Ländergrenzen hinweg sorgt für ein vielfältiges Angebot insbesondere von internationalen und überregionalen Nachrichten. Für das lokale Angebot gilt das so nicht. Gerade auf diesem Gebiet bestehen aber die Vielfaltsdefizite. Mit dem kräftigen Wachstum der Onlinewerbung steigen die Chancen für Angebots-erweiterungen, die Einnahmen werden aber für einen Qualitätsjournalismus im Lokalen kaum ausreichen.

In den beiden letzten Jahren ist die Konzentration im Zeitungsmarkt so stark gestiegen wie seit vielen Jahren nicht mehr. Der Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen stieg gegenüber der letzten Untersuchung im I. Quartal 2006ⁱⁱ um 3,2 Prozentpunkte auf 58,5 Prozent der Gesamtauflage der Tageszeitungen in Deutschland. Der Zugewinn fiel bei den fünf größten Gruppen mit 3,5 Prozentpunkten auf aktuell 44,8 Prozent noch deutlicher aus. Maßgeblich für diesen Konzentrationsschub waren Übernahmen auch von hochauflagigen Zeitungen durch die führenden Konzerne. Erstmals seit Beginn dieser Marktuntersuchungen wurde sogar eine der führenden Verlagsgruppen (*Süddeutsche Zeitung*) durch eine andere Gruppe (Stuttgart) annähernd vollständig übernommen. Dadurch hat sich auch die Zusammensetzung der Gruppe der auflagenstärksten Verlagsgruppen verändert: Den Platz der bislang eigenständigen Gruppe der Süddeutschen Zeitung hat mit der Mecom erstmals ein Unternehmen im ausländischen Besitz übernommen.

Für die zuletzt ungewöhnlich große Bewegung in der Branche sprechen auch die Rangverschiebungen unter den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen: Die Stuttgarter Gruppe überholt den WAZ-Konzern trotz dessen Zukäufen in Niedersachsen und liegt nun auf Rang zwei. Die Kölner Gruppe DuMont Schauberg platziert sich wieder vor der Ippen-Gruppe. Holtzbrinck- und FAZ-Gruppe bleiben auf Rang sechs und sieben. Die Madsack-Gruppe hat ihren Teileigner, die ddvg, von Platz acht verdrängt. Erstmals unter den Großverlagen wird die Mecom mit ihren drei Zeitungen in Berlin und in Hamburg registriert (vgl. Tabelle 1.1).

Auffallend gegenüber früheren Jahren ist die stattliche Zahl von vollständigen bzw. teilweisen Übernahmen hochauflagiger Zeitungen, so zum Beispiel *Süddeutsche Zeitung* (450 000 Exemplare), *Frankfurter Rundschau* (153 700 Exemplare), *Hamburger*

Morgenpost (110 800 Exemplare), *Braunschweiger Zeitung* (141 200 Exemplare), *Schwarzwälder Bote* (104 400 Exemplare), *Freies Wort/stz Südthüringer Zeitung* (75 700 Exemplare) und *Financial Times Deutschland* (101 700 Exemplare) (vgl. Tabelle 2). Die Häufung kann aber kaum als Beleg für eine damit begonnene Umbruchzeit in der Branche gewertet werden, denn die Übernahmen betrafen überwiegend nicht die marktdominanten Regionalzeitungen, sondern die Nebenmärkte: die überregionalen Titel *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Rundschau* und *Financial Times Deutschland* sowie die Kaufzeitung *Hamburger Morgenpost*. Andererseits zeigen nachlassende Bindungen der Erbgeneration sowohl an die Zeitung als auch an das Unternehmen, dass die Zahl von Käufen und Verkäufen auch in den nächsten Jahren auf relativ hohem Niveau verharren könnte. Auch im Zeitungsmarkt gelten die Gesetzmäßigkeiten einer Economy of Scale, die die Mengenvorteile einer Massenproduktion in den Vordergrund rückt. Entsprechend dürften nicht mehr nur wie seit Jahrzehnten anhaltend Kleinverlage zum Verkauf stehen, sondern vermehrt auch größere.ⁱⁱⁱ Trifft die These zu, wird das Kartellrecht in den nächsten Jahren noch wichtiger werden als in den vergangenen Jahren. Wäre die Zeitungsbranche allein dem Markt überlassen geblieben, sähe dieser bereits heute in großen Teilen anders aus.

Nicht zuletzt wegen der beschriebenen Transaktionen der letzten zwei Jahre hat sich der Konzentrationsgrad im Zeitungsmarkt gegenüber der letzten Untersuchung 2006 deutlich erhöht. 2008 stammen nunmehr 58,5 Prozent der verkauften Exemplare aus den zehn größten Verlagsgruppen (2006: 55,3 %, vgl. Tabelle 3). Auf die fünf größten Verlage entfallen bereits 44,8 Prozent der Auflage (2006: 41,3 %). Nie zuvor seit 1989 war der Konzentrationsgrad in der Tageszeitungsbranche so hoch. Betrachtet man nur den Markt der Abonnementzeitungen, so ist der Konzentrationsgrad hier für die fünf führenden Verlagsgruppen 2006 bis 2008 um 4,9 Prozentpunkte auf 33,9 Prozent gestiegen. Einzig bei den Kaufzeitungen ist der Marktanteil der fünf größten Anbieter gegenüber 2006 leicht um 1,2 Prozentpunkte gesunken, aber mit einem Anteil von 96,1 Prozent immer noch extrem hoch.

Tab 1.1: Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes
 anteilige Auflage, in %

| | 2008 | | 2006 | | 2004 | | 2002 | | 2000 | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | in % |
| Tageszeitungen gesamt | | | | | | | | | | |
| Axel Springer AG | 1 | 22,1 | 1 | 22,5 | 1 | 22,7 | 1 | 23,4 | 1 | 23,6 |
| Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse | 2 | 8,5 | 3 | 5,2 | 3 | 5,0 | 3 | 4,9 | 3 | 5,0 |
| Verlagsgruppe WAZ, Essen | 3 | 6,0 | 2 | 5,6 | 2 | 6,0 | 2 | 6,1 | 2 | 6,0 |
| Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln | 4 | 4,2 | 5 | 3,9 | 4 | 4,0 | 4 | 4,2 | 4 | 4,4 |
| Ippen-Gruppe | 5 | 4,0 | 4 | 4,1 | 5 | 3,9 | 5 | 3,8 | 7 | 2,9 |
| Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾ | | 44,8 | | 41,3 | | 41,6 | | 42,3 | | 42,3 |
| Holtzbrinck, Stuttgart | 6 | 3,8 | 6 | 3,7 | 6 | 3,6 | 6 | 3,4 | 9 | 2,5 |
| Frankfurter Allgemeine Zeitung (Süddeutsche Zeitung, München) | 7 | 3,0 | 7 | 3,0 | 7 | 3,1 | 7 | 2,9 | 6 | 3,0 |
| Madsack, Hannover | 8 | 2,5 | 8 | 2,6 | 10 | 2,5 | 9 | 2,6 | 5** | 3,3 |
| DDVG, Hamburg | 9 | 2,4 | 10 | 2,2 | - | - | - | - | - | - |
| (Gruener + Jahr, Hamburg) | - | - | - | - | 8 | 2,8 | 8 | 2,8 | 8 | 2,8 |
| BV Deutsche Zeitungsholding | 10 | 2,0 | | | | | | | | |
| Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen ¹⁾ | | 58,5 | | 55,3 | | 56,1 | | 56,3 | | 55,9 |
| Abonnementzeitungen | | | | | | | | | | |
| Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm | 1 | 10,8 | 2 | 6,7 | 2 | 6,4 | 2 | 6,4 | 2 | 6,5 |
| Verlagsgruppe WAZ, Essen | 2 | 7,7 | 1 | 7,1 | 1 | 7,7 | 1 | 7,9 | 1 | 7,9 |
| Axel Springer AG | 3 | 6,4 | 3 | 6,2 | 3 | 6,0 | 3 | 6,0 | 3 | 6,3 |
| Holtzbrinck, Stuttgart | 4 | 4,8 | 4 | 4,8 | 4 | 4,7 | 4 | 4,4 | - | - |
| Ippen-Gruppe | 5 | 4,2 | 5 | 4,2 | - | - | - | - | - | - |
| (Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln) | - | - | - | - | 5 | 4,0 | 5 | 4,1 | 4 | 4,2 |
| (Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung) | - | - | - | - | - | - | - | - | 5 | 3,9 |
| Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾ | | 33,9 | | 29,0 | | 28,8 | | 28,8 | | 28,8 |
| Kaufzeitungen | | | | | | | | | | |
| Axel Springer AG | 1 | 79,3 | 1 | 80,4 | 1 | 81,1 | 1 | 81,5 | 1 | 81,0 |
| BV Deutsche Zeitungsholding | 2 | 5,5 | 2 | 5,3 | 5 | 2,7 | - | - | - | - |
| Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln | 3 | 4,3 | 3 | 4,3 | 2 | 4,4 | 2 | 4,5 | 2 | 4,8 |
| Abendzeitung, München | 4 | 3,5 | 4 | 3,8 | 3 | 3,6 | 3 | 3,4 | 3 | 3,3 |
| Ippen-Gruppe, München | 5 | 3,5 | 5 | 3,5 | 4 | 3,3 | 4 | 3,1 | 5 | 2,8 |
| (Hamburger Morgenpost) | - | - | - | - | - | - | 5 | 2,1 | - | - |
| (Gruener + Jahr) | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 | 3,2 |
| Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾ | | 96,1 | | 97,3 | | 95,1 | | 94,6 | | 95,1 |

1. Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

** Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung /Friedmann Erben (Abendzeitung, München)

2. Nur Berliner Kurier.

Quelle: Media Perspektiven 8/2008, S. 421

1.2 Aktuelle Entwicklungen und Strukturdaten zum Zeitungsmarkt NRW

Die Darstellung zum deutschen Zeitungsmarkt hat gezeigt, dass die einst regionalisierte Verlagsbranche in Bezug auf die Eignerstruktur längst über die Landesgrenzen hinaus national geprägt ist. Dennoch bestehen in den Flächenländern noch überwiegend je eigenständig geprägte Angebotsstrukturen. Dies gilt auch für NRW und rechtfertigt eine isolierte Betrachtung. Wesentlicher Grund für diese Eigenständigkeit ist die Dominanz der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen in Deutschland. Die überregionalen Titel haben – anders als in vielen anderen europäischen Staaten – nur einen eng begrenzten Marktanteil. Allein die Boulevardzeitung *Bild* erreicht auch in NRW eine hohe Teilauflage. Die einzelnen Zeitungstypen haben in NRW folgende Auflagen:

Tab. 1.2: Verkaufte Auflagen und Marktanteile (MA) nach Zeitungstyp in NRW

| Zeitungstyp | 2008 | | 2006 | | 2002 | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | Auflage | Marktanteil | Auflage | Marktanteil | Auflage | Marktanteil |
| Regionalpresse (exkl. Express) | 3.153.900 | 73,7% | 3.329.500 | 74,5% | 3.609.300 | 73,4% |
| überregionale Zeitungen (exkl. Bild) | 2.229.600** | 5,4% | 232.800* | 5,2% | 224.504 | 4,6% |
| Boulevardzeitungen (Bild und Express) | 894.100 | 20,9% | 907.100 | 20,3% | 1.081.264 | 22,0% |
| Tageszeitungen gesamt | 4.277.600** | 100,0% | 4.469.400 | 100,0% | 4.915.068 | 100,0% |

Quelle: iwv; Auflagenzahlen jeweils für das I. Quartal.

* ohne *Neues Deutschland* und *Financial Times Deutschland*.

** ohne die Titel *Neues Deutschland*, *Financial Times* und *Die Tageszeitung*.

Knapp drei Viertel der verkauften Auflage der Tagespresse gehen in NRW auf das Konto der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen. Sie prägen entsprechend die hiesige Zeitungslandschaft. Insgesamt werden in NRW neben der Fachtageszeitung *Handelsblatt* noch 42 Tageszeitungen (inkl. *Express*) verlegt. Die Hälfte davon verfügt über eine eigene Hauptredaktion. Die anderen Titel beziehen die überregionale Berichterstattung von anderen NRW-Verlagen, in der Regel von größeren Verlagen in der Nachbarschaft. Die Auflage dieser Titel ist in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Von 1993 bis 2008 die Titel in NRW fast genau 1 Mio. Exemplare bei der verkauften Auflage verloren. Das entspricht einem Minus von 23 Prozent in

15 Jahren. Dieser Auflagenverlust hält an und betrifft bundesweit fast jeden Titel. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht absehbar.

Tabelle 1.3: Auflagen der überregionalen Zeitungen in NRW

| Titel | gesamt | Auflage 2008 | | Auflage 2002 | |
|--|-----------|--------------|--------------------------------------|--------------|--------------------------------------|
| | | in NRW | Anteil NRW an Ges.- Aufl. in % | in NRW | Anteil NRW an Ges.- Aufl. in % |
| Frankfurter Allgemeine Zeitung | 368.700 | 76.200 | 20,7 | 78.108 | 20,0 |
| Die Welt / Welt kompakt ¹ | 278.100 | 58.800 | 21,1 | 49.607 | 21,2 |
| Süddeutsche Zeitung | 450.200 | 45.400 | 10,1 | 31.439 | 7,1 |
| Frankfurter Rundschau | 153.700 | 13.300 | 8,2 | 14.925 | 7,9 |
| Die Tageszeitung | 55.400 | k.A. | k.A. | 11.368 | 18,9 |
| Neues Deutschland | 42.400 | k.A. | k.A. | 591 | 1,1 |
| Handelsblatt ¹ | 147.800 | 35.900 | 24,3 | 38.466 | 27,2 |
| Financial Times Deutschland ¹ | 101.700 | k.A. | k.A. | k. A. | k. A. |
| Bild | 3.326.200 | 682.100 | 19,3 | 808.764 | 19,8 |
| Überreg. Tageszeitungen ges. | 4.924.200 | 914.900 | 17,7 | 1.033.268 | 18,2 |
| Bild am Sonntag | 1.680.200 | 336.800 | 21,0 | 465.000 | 20,9 |
| Welt am Sonntag | 404.300 | 113.600 | 28,0 | 125.700 | 19,6 |
| Frankf. Allg. Sonntagszeitung | 325.900 | k.A. | k.A. | k. A. | k. A. |

¹ Montag bis Samstag; bei den anderen Titeln Montag bis Freitag.

Quelle: iwv; Auflagenzahlen jeweils für das I. Quartal

Einzelne der überregionalen Zeitungen haben sich dem Aufschwund entziehen können. Die *Süddeutsche Zeitung* hat auch in den letzten Jahren wider den Branchentrend sogar die Auflage gesteigert. Das gilt auch für Nordrhein-Westfalen. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Die Welt* inkl. des Schwesterblatts *Welt kompakt* erreichen allerdings weiterhin in NRW höhere Auflagen. Insgesamt waren die Auflagen der überregionalen Titel in NRW zuletzt rückläufig. Diesem Trend hat sich auch der Titel *Bild* nicht entziehen können, der seit Jahren sogar die absolut höchsten Auflagenverluste aufweist, dennoch aber mit 640.000 Exemplaren auch in NRW weiterhin die höchste Auflage aller Zeitungen erreicht. Das Blatt gibt in NRW seit Jahren acht Regionalausgaben heraus, die folgende Teilaufgaben erreichen:

Tab. 1.4: Teilausgaben von Bild in NRW

| Teilbelegung | Standort | 2008 | | 2006 | | 2002 | |
|--|------------|---------|--------------------|---------|--------------------|---------|--------------------|
| | | Auflage | Anteil an NRW ges. | Auflage | Anteil an NRW ges. | Auflage | Anteil an NRW ges. |
| Ruhr-West | Essen | 118.100 | 18,4% | 127.200 | 18,6% | 140.800 | 17,7% |
| Ruhr-Ost | Dortmund | 111.600 | 17,4% | 118.400 | 17,4% | 140.100 | 17,6% |
| Düsseldorf | Düsseldorf | 91.700 | 14,3% | 99.300 | 14,6% | 110.100 | 13,8% |
| Köln/Bonn | Köln | 76.400 | 11,9% | 79.800 | 11,7% | 88.500 | 11,1% |
| Aachen | Aachen | 38.400 | 6,0% | 41.500 | 6,1% | 46.500 | 5,8% |
| Münsterland | Münster | 49.500 | 7,7% | 51.800 | 7,6% | 61.200 | 7,7% |
| Ostwestfalen | Bielefeld | 84.800 | 13,2% | 88.800 | 13,0% | 104.500 | 13,1% |
| Südwestfalen/ Bergisches Land/ Niederrhein | Arnsberg | 70.300 | 11,0% | 75.400 | 11,1% | 104.100 | 13,1% |
| NRW gesamt | | 640.800 | 100,0% | 682.200 | 100,0% | 795.800 | 100,0% |

Auflagenzahlen nach iwv jeweils für das I. Quartal.

Unter den in NRW ansässigen Zeitungen erreicht die *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* die mit Abstand höchste Auflage. Wie bei anderen Titeln auch kann diese allerdings nur geschätzt werden. Der WAZ-Konzern meldet der zentralen Kontrollinstanz iwv nur Auflagenzahlen mit Relevanz für die Werbewirtschaft. Überall dort, wo zwei Titel des Konzerns parallel erscheinen, besteht für die Anzeigenkunden ein Belegungszwang beider Titel, Insertionen in nur einem Titel sind nicht möglich. Entsprechend veröffentlicht der Verlag überwiegend kombinierte Auflagenzahlen, nur in Ausnahmen titelbezogene, aber jedenfalls keine Gesamtauflagen einzelner Titel. Da entsprechend auch der Verlag DuMont Schauberg in Köln mit seinen Titeln *Kölner Stadt-Anzeiger* und *Kölnische Rundschau* verfährt, sowie der Zeitungsverlag Aachen mit den *Aachener Nachrichten* und der *Aachener Zeitung* können auch deren Gesamtauflagen nur geschätzt werden. Zudem fehlen zu diesen Titeln überwiegend auch Angaben zu den Auflagen von Lokalausgaben und titelbezogene Auflagenzahlen auf lokaler Ebene.

Tab. 1.5: Regionale und lokale Tageszeitungen in NRW

| Titel | Verkaufte Auflage 2008 | Verkaufte Auflage 2006 | Verlag |
|--|------------------------|------------------------|--|
| Aachener Nachrichten ¹ | 136.900 | 141.700 | Zeitungsverlag Aachen GmbH |
| Aachener Zeitung ¹ | | | Zeitungsverlag Aachen GmbH |
| Ahlener Zeitung | 7.000 | 7.200 | Everhard Sommer GmbH & Co KG |
| Allgemeine Zeitung, Coesfeld | 18.200 | 18.400 | J. Fleißig GmbH & Co KG |
| Bocholter-Borkener Volksblatt | 23.800 | 24.100 | Temming Verlag KG |
| Borkener Zeitung | 17.800 | 17.900 | J. Mergelsberg GmbH & Co KG |
| Dülmener Zeitung | 9.200 | 9.400 | J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co KG |
| Emsdettener Volkszeitung | 8.400 | 8.800 | Vg. Emsdettener Volksztg. GmbH |
| General-Anzeiger, Bonn ² | 84.500 | 89.900 | Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt Neusser GmbH |
| Die Glocke, Oelde | 58.100 | 59.100 | E. Holterdorf GmbH & Co KG |
| Haller Kreisblatt | 12.100 | 12.400 | Haller Kreisblatt Verlags-GmbH |
| Hellweger Anzeiger, Unna | 25.800 | 26.000 | Graphische Betriebe Rubens KG |
| Ibbenbürener Volkszeitung | 21.400 | 21.700 | IVZ Medien GmbH & Co KG |
| Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung | 25.000 | 26.300 | Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanz. und Ztg. GmbH & Co KG |
| Kölner Stadt-Anzeiger ³ | 345.000 | 359.500 | DuMont Schauberg Expedition der |
| Kölnische Rundschau ³ | | | Kölnischen Ztg. GmbH & Co KG |
| Lippische Landes-Zeitung | 45.100 | 46.200 | Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co KG |
| Lüdenscheider Nachrichten | 31.600 | 32.800 | Märk. Zeitungsvg. GmbH & Co KG |
| Mindener Tageblatt | 35.400 | 36.100 | J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH |
| Münsterländische Volkszeitung | 16.700 | 17.100 | Altmoppen-Verlag GmbH & Co KG |
| Neue Ruhr/Rhein Zeitung ⁴ | | | Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co Essen KG |
| Neue Westfälische, Bielefeld | 153.300 | 154.900 | Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co KG |
| Neuß-Grevenbroicher Zeitung | 49.000 | 49.700 | Neußer Zeitungsverlag GmbH |
| Der Patriot, Lippstadt | 26.300 | 27.200 | Zeitungsverlag Der Patriot GmbH |
| Recklinghäuser Zeitung | 65.800 | 65.900 | Verlag J. Bauer KG |
| Remscheider General-Anzeiger | 19.800 | 21.100 | Ziegler KG Druckerei und Verlag |
| Rheinische Post, Düsseldorf | 318.300 | 325.400 | Rheinische Post Verlagsges. mbH |
| Ruhr Nachrichten ⁵ , Dortmund | 202.800 | 186.100 | Vg. Lensing-Wolff GmbH & Co KG |
| Siegener Zeitung ⁶ | 58.100 | 59.600 | Siegener Zeitung Vorländer + Rothmalers GmbH & Co KG |
| Soester Anzeiger | 31.700 | 32.300 | W. Jahn Verlag GmbH & Co KG |
| Solinger Tageblatt | 25.600 | 26.300 | B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co KG |
| Süderländer Tageblatt, Plettenberg | 5.200 | 5.300 | Süderländer Tageblatt Plettenberger Zeitung Hundt GmbH & Co KG |

| | | | |
|--|-----------|------------|--|
| Tageblatt für den Kreis Steinfurt | 4.000 | 4.200 | Druck und Verlag Kirch GmbH |
| Westdeutsche Allgemeine Zeitung ⁴ , Essen | 827.800 | 926.600 | Westd. Allgemeine Zeitungsverlag Brost & Funke GmbH & Co KG |
| Westdeutsche Zeitung, Düsseld. | 130.900 | 142.400 | W. Girardet KG |
| Westfalen-Blatt, Bielefeld | 125.300 | 127.600 | Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH |
| Westfalenpost ⁴ , Hagen | | | Westfalenpost GmbH & Co Verlags-KG |
| Westfälische Nachrichten | 115.100 | 119.300 | Aschendorff Medien GmbH & Co |
| Westfälische Rundschau ⁴ | | | Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co KG |
| Westfälischer Anzeiger, Hamm | 41.900 | 44.100 | Westfälischer Anzeiger Verlag GmbH & Co KG |
| Abo-Presse gesamt ⁷ | 3.122.900 | 3.373.200* | |
| Düsseldorf-Express | 45.700 | 48.900 | Düsseldorf-Express Verlags GmbH |
| Express, Köln | 166.300 | 176.100 | DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Ztg. GmbH & Co KG |
| Boulevard-Presse gesamt | 212.000 | 225.000 | |
| Regionalpresse gesamt | 3.334.900 | 3.598.200* | |
| Handelsblatt | 147.800 | 144.000 | Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH |

Quelle: FORMATT-Institut; Auflagenzahlen nach ivw für das I. Quartal 2008.

*) In der Summe sind auch Auflagen inzwischen eingestellter Titel enthalten.

- 1 Geschätzte Teilauflage für *Aachener Zeitung* 90.000 Exemplare, für *Aachener Nachrichten* 50.000 Exemplare. Jene Lokalredaktionen, deren Produkt beiden Zeitungen beigelegt wird, werden bei der Anzahl der Ausgaben der *Aachener Zeitung* zugerechnet.
- 2 Der *General-Anzeiger* verkauft 6.900 Exemplare in den Kreisen Neuwied und Ahrweiler in Rheinland-Pfalz.
- 3 Teilauflagen geschätzt auf Basis der ivw-Gesamtauflage: für *Kölner Stadt-Anzeiger* 255.000 Exemplare und *Kölnische Rundschau* 95.000 Exemplare.
- 4 Gesamtauflage der 4 Titel in NRW: 827.800 Exemplare. Teilauflagen geschätzt auf Basis der ivw-Gesamtauflage: *Neue Ruhr/Rhein Zeitung* 125.000 Exemplare; *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* 470.000 Exemplare; *Westfälische Rundschau* 140.000 Exemplare und *Westfalenpost* 115.000 Exemplare.
- 5 Gesamtauflage der *Ruhr Nachrichten* ohne Rücksicht auf reorganisierte Verlagsstruktur mit outgesourceten Lokalausgaben.
- 6 Die *Siegener Zeitung* verkauft einen Auflagenanteil von 6.100 Exemplaren im Westerwaldkreis in Rheinland-Pfalz.
- 7 In der Summe nicht berücksichtigt sind insgesamt 6.500 Exemplare, die von Zeitungen aus benachbarten Bundesländern in grenznahen Orten diesseits der Grenze verkauft werden. Bei der Summe der hierzulande verkauften auswärtigen Regionalzeitungen sind insbesondere folgende Titel zu berücksichtigen: *Neue Osnabrücker Zeitung* 3.800 Exemplare im Kreis Steinfurt; *Kreiszeitung*, Syke, 1.200 Exemplare im Kreis Minden-Lübbecke; *Dewezet* 1.500 Exemplare im Kreis Lippe.

Dem Doppelcharakter der Tagespresse als ökonomischem und publizistischem Gut folgend werden zur Klärung der Branchenstruktur zwei Kategorien genutzt:

- Zeitungsgruppen und
- Verlagsgruppen.

Zeitungsgruppen

Zu Zeitungsgruppen werden all jene Titel zusammengefasst, die über eine identische oder zumindest weitgehend identische überregionale Berichterstattung, den so genannten Zeitungsmantel, verfügen. Insbesondere kleinere Verlage unterhalten häufig keine eigenen Hauptredaktionen sondern kaufen diese Mantelseiten fertig von benachbarten Verlagen ein. Eigenständig erstellen sie nur die Lokalberichterstattung. Von den 42 Regionaltiteln in NRW (inkl. *Express*) unterhalten noch genau die Hälfte eigene Hauptredaktionen.¹ Diese Zahl ist seit Jahren relativ stabil.

¹ Teilweise verfügen solche Hauptredaktionen nicht mehr über alle klassischen Ressorts (Nachrichten, Wirtschaft, Kultur, Sport, Vermischtes), sondern produzieren nur noch Teile des Mantels selbst. In NRW gilt dies etwa für die *Aachener Nachrichten*, die nur noch eine titelbezogene Nachrichtenredaktion haben und die Seiten der übrigen Ressorts von der *Aachener Zeitung* übernehmen.

Tab. 1.6: Zeitungsgruppen in NRW: Gemeinsamer Hauptteil

| Mantel | Titel | Auflage 2008 | Auflage 2002 |
|--------------------------|---|--|--|
| Rheinische Post | Rheinische Post, Düsseldorf Neuß-Grevenbroicher Zeitung Bocholter-Borkener Volksblatt | 318.300 49.000 23.800 | 339.900 52.000 25.000 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 391.100 | 416.900 |
| Ruhr Nachrichten | Ruhr Nachrichten, Dortmund (inkl. Münstersche Zeitung) Ibbenbürener Volkszeitung Emsdettener Volkszeitung | 202.800 21.400 8.400 | 230.100 16.900 9.500 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 232.600 | 256.500 |
| Neue Westfälische | Neue Westfälische, Bielefeld Lippische Landes-Zeitung Haller Kreisblatt | 153.300 45.100 12.100 | 160.200 45.000 13.100 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 210.500 | 218.300 |
| Westfälische Nachrichten | Westfälische Nachrichten Borkener Zeitung Allgemeine Zeitung, Coesfeld Münsterländische Volkszeitung Dülmener Zeitung Ahleener Zeitung Tageblatt für den Kreis Steinfurt | 115.100 17.800 18.200 16.700 9.200 7.000 4.000 | 130.200 18.700 18.600 17.900 9.900 8.000 4.300 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 188.000 | 207.600 |
| Westdeutsche Zeitung | Westdeutsche Zeitung, Düsseld. Solinger Tageblatt Remscheider General-Anzeiger | 130.900 25.600 19.800 | 160.700 28.300 22.900 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 176.300 | 211.900 |
| Westfälischer Anzeiger | Westfälischer Anzeiger, Hamm Soester Anzeiger Lüdenscheider Nachrichten Der Patriot, Lippstadt Hellweger Anzeiger, Unna Süderländer Tageblatt Vlothoer Anzeiger (2 x wö.) * | 41.900 31.700 31.600 26.300 25.800 5.200 - | 48.700 38.800 36.100 28.500 24.600 6.000 5.200 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 162.500 | 187.900 |
| Westfalenpost | Westfalenpost, Hagen Iserlohner Kreisanz. und Zeitung | 115.000 25.000 | 140.000 29.100 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 140.000 | 169.100 |
| Recklinghäuser Zeitung | Recklinghäuser Zeitung Buersche Zeitung ** | 65.800 - | 71.000 9.200 |
| Zeitungsgruppe gesamt | | 65.800 | 80.200 |
| 7 Zeitungsgruppen gesamt | | 1.501.000 | 1.748.400 |

* nicht mehr eigenständig. ** eingestellt.

Publizistisch gewinnen über solche Zeitungsgruppen z. T. auch Zeitungen mit kleiner Auflage ein deutliches größeres Gewicht. In NRW gilt dies beispielsweise für den *Westfälischen Anzeiger* in Hamm, der selbst nur eine Auflage von gut 40.000 Exemplaren erreicht, dessen überregionale Berichterstattung über kooperierende Verlage aber in Zeitungen mit einer Gesamtauflage von über 160.000 Exemplaren erscheint. In NRW liefern insgesamt noch sieben Hauptredaktionen ihren Mantel an ansonsten eigenständige Zeitungen. Insgesamt erreichen diese sieben Zeitungsgruppen eine Auflage von 1,5 Mio. Exemplaren und einen Marktanteil von 45 Prozent.

Tab. 1.7: Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen

| | 2008 | 2006 | 2002 | 1993 * |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Zeitungen | 42 | 44 | 44 | 50 |
| Hauptredaktionen | 21 | 21 | 21 | 22 |
| verkaufte Auflage | 3.334.900 | 3.598.200 | 3.881.800 | 4.330.800 |

Quelle: iwv; Auflagenzahlen jeweils für das I. Quartal. Angaben jeweils ohne die überregionale Zeitung *Handelsblatt*.

* Vgl. Pätzold/Röper 1995

Verlagsgruppen

Verlagsgruppen basieren auf den im Zuge der horizontalen Konzentration seit Jahrzehnten wachsendem Beteiligungsgeflecht. Früher wurden insbesondere kleinauflagige Titel nach einem Kauf durch in der Regel größere Verlage häufig eingestellt, weil die Marktpositionen unrentabel waren oder ein Auflagentransfer zum Titel des Käufers angestrebt wurde. Bei dem ausgedünnten Angebote im Zeitungsmarkt, sind Akte der publizistischen Konzentration in der Folge von ökonomischer Konzentration eher selten geworden, da die noch existierenden Titel heute in der Regel stattliche Marktanteile aufweisen. Entsprechend haben Verlagsgruppen² im Zeitungsmarkt ein erhebliches Gewicht. Dies gilt auch für NRW.

² In der Tab. 1.8 sind nur direkte und indirekte Beteiligungen berücksichtigt, die gerundet mindestens 25 Prozent des Kapitals am Beteiligungsverlag umfassen. Bei der Berechnung anteiliger Auflagen wird einer Verlagsgruppe jeweils nur ein Auflagenanteil zugerechnet, der der Höhe der Kapitalbeteiligung entspricht. Ab einer Beteiligungshöhe von 75 Prozent wird die Auflage vollständig angerechnet.

Tab. 1.8: Verlagsgruppen in NRW nach Kapitalverflechtungen

| Verlagsgruppe | Kapital- anteil in % | Verkaufte Auflage 2008 | Anteilige Auflage 2008 | Verkaufte Auflage 2002 |
|---|-------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Westdeutsche Allg. Zeitung * | 100,0 | 849.800 | 849.800 | 594.600 |
| Westfalenpost * | 100,0 | | | 140.000 |
| Westfälische Rundschau * | 86,9 | | | 160.000 |
| Neue Ruhr/Rhein Zeitung * | 89,4 | | | 155.000 |
| Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung | 24,8 | 25.000 | 6.200 | 29.100 |
| Verlagsgruppe gesamt | | 874.800 | 856.000 | 1.078.700 |
| Kölner Stadt-Anzeiger * | 100,0 | 345.000 | 345.000 | 270.100 |
| Kölnische Rundschau * | 100,0 | | | 135.000 |
| Express | 100,0 | 166.300 | 166.300 | 209.300 |
| Düsseldorf-Express | 50,0 | 45.700 | 22.850 | 63.200 |
| Verlagsgruppe gesamt | | 557.000 | 534.150 | 677.600 |
| Rheinische Post | 100,0 | 318.300 | 318.300 | 339.900 |
| Neuß-Grevenbroicher Zeitung | 50,0 | 49.000 | 24.500 | 52.000 |
| Aachener Zeitung * | 24,5 | 136.900 | 33.540 | k. A. |
| Aachener Nachrichten * | 24,5 | | | k. A. |
| Verlagsgruppe gesamt | | 504.200 | 376.340 | 391.900 |
| Ruhr Nachrichten (inkl. Münstersche Zeitung) | 100,0 | 202.800 | 202.800 | 196.100 34.000 |
| Emsdettener Volkszeitung | 100,0 | 8.400 | 8.400 | 9.500 |
| Recklinghäuser Zeitung | 40,0 | 65.800 | 26.320 | 71.000 |
| Verlagsgruppe gesamt | | 277.000 | 237.520 | 310.600 |
| Westdeutsche Zeitung | 100,0 | 130.900 | 130.900 | 160.700 |
| Düsseldorf-Express | 50,0 | 45.700 | 22.850 | 63.200 |
| Verlagsgruppe gesamt | | 176.600 | 153.750 | 223.900 |
| Westfälische Nachrichten | 100,0 | 115.100 | 115.100 | - |
| Ahlener Zeitung | 100,0 | 7.000 | 7.000 | - |
| Verlagsgruppe gesamt | | 122.100 | 122.100 | - |
| Verlagsgruppen gesamt | | 2.511.700 | 2.279.860 | 2.682.700 |

Auflagen nach ivw jeweils für das 1. Quartal. * Jeweils gemeinsame Auflage der markierten Titel. Titelbezogene Auflagen liegen nicht vor.

Neben kleineren Veränderungen ist in den letzten Jahren insbesondere die Verlagsgruppe der *Rheinischen Post* gewachsen. Nach einer Anteilserhöhung beim Zeitungsverlag Aachen werden nun auch dessen Titel zur Verlagsgruppe gezählt. Auch

dieser Fall weist auf die im Rheinland inzwischen ausgeprägte Konzentration bei der Tagespresse hin. Die Gesamtauflage der sechs Verlagsgruppen in NRW liegt bei 2,5 Mio. Exemplaren und einem Marktanteil von 75 Prozent, die anteile Auflage erreicht mit 2,3 Mio. Exemplaren 68 Prozent. Die Vermachtung des Zeitungsmarktes zu Gunsten der führenden Anbieter ist auch in NRW entsprechend weit vorangeschritten.

1.3 Tendenz zur Monopolisierung im Zeitungsmarkt

Unter Vielfaltsaspekten, aber auch unter dem ökonomischen Aspekt des Wettbewerbs ist das zentrale Problem im Zeitungsmarkt die anhaltende Tendenz Monopolisierung. Der am überregionalen Geschehen interessierte Leser hat zwar praktisch überall in Deutschland eine stattliche Auswahl, weil neben den lokalen/regionalen Tageszeitungen auch die überregionalen Titel zugänglich sind. Für die lokale Berichterstattung existiert eine Vielzahl von Quellen heute nur noch in Ausnahmen, z. B. in Berlin. Die am Markt nachrangigen Zeitungen wurden und werden weiterhin eingestellt, und Marktzugänge gibt es außerhalb von Nischen praktisch seit Jahrzehnten nicht mehr. Die Konzentration im Zeitungsmarkt grassiert bundesweit und hat mit zeitlichem Verzug längst auch Nordrhein-Westfalen erreicht.

Tab. 1.9: Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise 2006

| Bundesland | Ein-Zeitungs-Kreise | | | Mehr-Zeitungs-Kreise | | |
|---------------------|---------------------|-------------------|----------------|----------------------|-------------------|----------------|
| | Anzahl Kreise | Bevölker. absolut | Bevölker. in % | Anzahl Kreise | Bevölker. absolut | Bevölker. in % |
| Baden-Württemberg | 21 | 4.376,5 | 40,8 | 23 | 6.359,2 | 59,2 |
| Bayern | 59 | 6.489,4 | 52,0 | 37 | 5.979,3 | 48,0 |
| Berlin | - | - | - | - | 3.395,2 | 100,0 |
| Brandenburg | 13 | 1.910,1 | 74,6 | 5 | 649,4 | 25,4 |
| Bremen | 1 | 116,6 | 17,6 | 1 | 546,9 | 82,4 |
| Hamburg | - | - | - | - | 1.743,6 | 100,0 |
| Hessen | 10 | 1.791,4 | 29,4 | 16 | 4.301,0 | 70,6 |
| Mecklenburg-Vorp. | 17 | 1.508,0 | 88,3 | 1 | 199,3 | 11,7 |
| Niedersachsen | 35 | 5.567,5 | 69,6 | 11 | 2.426,4 | 30,4 |
| Nordrhein-Westfalen | 9 | 2.214,1 | 12,3 | 45 | 15.844,0 | 87,7 |
| Rheinland-Pfalz | 27 | 2.994,1 | 73,8 | 9 | 1.064,7 | 26,2 |
| Saarland | 5 | 708,4 | 67,4 | 1 | 341,9 | 32,6 |
| Sachsen | 22 | 2.654,0 | 62,1 | 7 | 1.619,8 | 37,9 |
| Sachsen-Anhalt | 19 | 1.699,5 | 68,8 | 5 | 770,2 | 31,2 |
| Schleswig-Holstein | 11 | 1.872,3 | 66,1 | 4 | 960,6 | 33,9 |
| Thüringen | 12 | 1.105,6 | 47,4 | 11 | 1.229,0 | 55,6 |
| Gesamt 2006 | 261 | 33.007,5 | 42,5 | 178 | 47.430,5 | 57,5 |
| Gesamt 2004 | 256 | 34.735,3 | 42,1 | 183 | 47.801,4 | 57,9 |

Quelle: Media Perspektiven 11/2007, S. 560ff

Über 60 Prozent der Kreise und kreisfreien Städte in Deutschland weisen inzwischen Angebotsmonopole mit nur noch einer lokal informierenden Tageszeitung auf. 42,5 Prozent der Bevölkerung sind von diesen Monopolen betroffen.

Bei der oben zitierten Untersuchung wird das Zeitungsangebot mit lokaler Information auf der Ebene der Kreise und kreisfreien Städte gemessen. Für die Landkreise sind wegen der Unterschiedlichkeit der Zeitungsdichte in Teilgebieten die Angaben teilweise ungenau. Wird die Zeitungsdichte auf der Ebene der Gemeinden erfasst, ist der Grad der Monopolisierung auch in Nordrhein-Westfalen größer. Eine

Untersuchung auf dieser Ebene liegt aktuell allerdings nur für Nordrhein-Westfalen vor, erlaubt entsprechend keinen Ländervergleich.³

In NRW ist eine Auswahl im Zeitungsmarkt noch deutlich häufiger gegeben als im Bundesgebiet, aber auch hierzulande wachsen die Monopole. Knapp ein Viertel der Bevölkerung (23,5 %) kann sich nur noch aus einer Zeitung über das jeweilige lokale Geschehen informieren.

Tab. 1.10: **Entwicklung der Zeitungsdichte in NRW**

| Jahr | 1 Zeitung | | | 2 Zeitungen | | | 3 (4) Zeitungen * | | |
|------|---------------------|-----------|---------------|---------------------|------------|---------------|---------------------|-----------|---------------|
| | Ge- mein- den | Einwohner | Einw. in % | Ge- mein- den | Einwohner | Einw. in % | Ge- mein- den | Einwohner | Einw. 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 |

* Davon jeweils 4 Zeitungen gab es 1992: in 8 Gemeinden mit 223.000 Einwohnern (1,3 %); 2002: in 3 Gemeinden mit 45.000 Einwohnern (0,2 %); 2006: in 3 Gemeinden mit 29.800 Einwohnern (0,2 %); 2008: in 3 Gemeinden mit 29.500 Einwohnern (0,2 %).

Quelle: FORMATT-Institut

Eine Auswahl unter vier Tageszeitungen gibt es praktisch nicht mehr. Sie ist noch gerade in drei Gemeinden mit einem Bevölkerungsanteil von 0,2 Prozent gegeben. Unter drei Zeitungen auswählen können in NRW noch 18 Prozent der Bevölkerung. Zwei Zeitungen stehen noch knapp 60 Prozent der Bevölkerung zur Verfügung. Der Grad der Monopolisierung ist in den einzelnen Regierungsbezirken sehr unterschiedlich. Im Regierungsbezirk Münster lebt bereits fast die Hälfte der Bevölkerung in Monopolgebieten, in Düsseldorf sind es mit unter 20 Prozent vergleichsweise wenige.

³ Zur Methodenkritik vgl. die Drucksache 13/5415 des Landtags NRW, hier S. 112 bis 115.

Tab. 1.11: **Zeitungsdichte in den Regierungsbezirken 2008**

| Regierungsbe- zirk | Anteil der Bevölkerung in % mit | | | |
|-----------------------|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 Zeitung | 2 Zeitungen | 3 Zeitungen | 4 Zeitungen |
| Köln | 20,7 | 71,4 | 7,5 | 0,4 |
| Düsseldorf | 16,9 | 52,8 | 30,1 | 0,3 |
| Münster | 47,8 | 51,0 | 1,2 | 0,0 |
| Arnsberg | 20,1 | 52,0 | 27,9 | 0,0 |
| Detmold | 22,0 | 68,6 | 9,3 | 0,0 |
| NRW gesamt | 23,5 | 58,7 | 17,7 | 0,2 |

Im Folgenden wird die Situation in den einzelnen Regierungsbezirken näher beschrieben:

Regierungsbezirk Köln

Die Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Köln ist seit 2006 praktisch unverändert geblieben. Der Anteil der Monopolgebiete liegt knapp drei Prozentpunkte unter dem Landesdurchschnitt, andererseits haben aber mit 7,5 Prozent nur undurchschnittlich viele Bürger drei Zeitungen zur Auswahl. Bei den Monopolgebieten handelt es sich von der Großstadt Bonn abgesehen zudem um Regionen, in denen teilweise noch eine Auswahl gegeben ist. Sowohl der Zeitungsverlag Aachen als auch der Verlag DuMont nutzen dafür die Konstruktion, denselben Lokalteil mit unterschiedlichen Zeitungsmänteln anzubieten. In großen Teilen des Oberbergischen Kreises kann der Leser Lokalausgaben sowohl des *Stadt-Anzeigers* als auch der *Rundschau* kaufen, erhält aber jeweils denselben Lokalteil. Ähnlich verhält es sich bei Lokalausgaben der *Aachener Nachrichten* und der *Aachener Zeitung* in Teilen der Kreise Aachen, Düren und Heinsberg.

Zwischen diesen beiden im Regierungsbezirk dominanten Verlagen besteht praktisch kein Wettbewerb. Die Verbreitungsgebiete ihrer Titel grenzen aneinander, überschneiden sich aber nicht. Nur in den beiden kleinen Gemeinden Nörvenich und Heimbach (Kreis Düren) ist dieser Fall gegeben und führt zu der Auffälligkeit, dass dort vier Zeitungen angeboten werden. Über die Marktstellungen der jeweils alternativ zueinander angebotenen Aachener bzw. Kölner Titel ist nichts bekannt, da beide Verlage für ihre jeweiligen Titel Belegungseinheiten gebildet haben und für die wer-

bende Wirtschaft nur die gemeinsame Auflage für jeweils beide Titel veröffentlichen, nicht aber titelbezogene Einzelauflagen.

Die größte Zeitungsdichte weist im Regierungsbezirk der Rhein-Sieg-Kreis auf, da dort neben den Kölner Titeln in Teilen auch der *General-Anzeiger* aus Bonn erscheint und damit in sechs Städten jeweils drei Titel zur Auswahl stehen. Ansonsten ist dies im gesamten Regierungsbezirk nur noch in der Stadt Leichlingen (Rheinisch-Bergischer Kreis) gegeben, wo neben der *Rheinischen Post (RP)* und dem *Kölner Stadt-Anzeiger* auch das *Solinger Tageblatt* noch einen kleinen Marktanteil hält.

Tab. 1.12: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Köln

| Zeitungsdichte | Anzahl Gemeinden und Städte | Bevölkerung | Bevölkerungsanteil |
|----------------|-----------------------------|-------------|--------------------|
| 1 Zeitung | 27 | 910.300 | 20,7 |
| 2 Zeitungen | 63 | 3.136.3 | 71,4 |
| 3 Zeitungen | 7 | 328.900 | 7,5% |
| 4 Zeitungen | 2 | 15.800 | 0,4% |
| gesamt | 99 | 4.391.100 | 100,0% |

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Regierungsbezirk Düsseldorf

Der Regierungsbezirk Düsseldorf weist mit seinen zehn Großstädten das vielfältigste Angebot im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt auf. In zwei dieser Großstädte bestehen allerdings Monopole: in Wuppertal erscheint allein die *Westdeutsche Zeitung (WZ)*, in Mönchengladbach erreicht sie im Wettbewerb mit der *RP* nicht einmal 5 Prozent beim Marktanteil. Auch in der Nachbarschaft von Mönchengladbach, im Kreis Viersen, war die Auflage der *WZ* zuletzt so stark rückläufig, dass statistisch neben Brüggen und Schwalmtal nun auch Niederkrüchten und Viersen als Monopolgebiete ausgewiesen werden. In der Randgemeinde Rommerskirchen (Rhein-Kreis Neuss) überschreitet der *Kölner Stadt-Anzeiger* die Grenze zwischen den Regierungsbezirken und stellt eine Alternative zur *Neuß-Grevenbroicher Zeitung* dar. In Kaarst, Neuss und Dormagen stehen sogar drei Zeitungen zur Auswahl, von denen die *Rheinische Post* und die *Neuß-Grevenbroicher Zeitung* allerdings mit identischer überregionaler Berichterstattung erscheinen. Gleichfalls drei Zeitungen werden im

südlichen Kreis Mettmann angeboten, wo neben der *RP* und der *WZ* auch die *Neue Ruhr/Rhein Zeitung* (NRZ) erscheint.

An der nördlichen Grenze des Kreises Wesel überschneiden sich die Verbreitungsgebiete von Zeitungen und stellen damit eine Auswahl her. In Hamminkeln erscheint neben den im gesamten Kreisgebiet vertriebenen Zeitungen *Rheinische Post* und *Neue Ruhr/Rhein Zeitung* auch das *Bocholter-Borkener Volksblatt* aus dem Münsterland. In Schermbeck werden neben *RP* und *NRZ* aus dem benachbarten Dorsten auch die *Ruhr Nachrichten* und die *WAZ* vertrieben. Zudem erscheint die *WAZ* auch im übrigen Kreis Wesel, dort allerdings mit dem jeweiligen Lokalteil der *NRZ* und wird wegen der fehlenden eigenständigen Lokalberichterstattung bei der Zeitungsdichte nicht berücksichtigt.

Tab. 1.13: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Düsseldorf

| Zeitungsdichte | Anzahl Gemeinden und Städte | Bevölkerung | Bevölkerungsanteil |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------|---------------------------|
| 1 Zeitung | 11 | 877.700 | 16,9 |
| 2 Zeitungen | 44 | 2.748.900 | 52,8 |
| 3 Zeitungen | 10 | 1.568.100 | 30,1 |
| 4 Zeitungen | 1 | 13.700 | 0,3% |
| gesamt | 66 | 5.208.300 | 100,0% |

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Trotz des geringen Monopolisierungsgrades mit nur 11 betroffenen Gemeinden bzw. Städten ist der Wettbewerb im Zeitungsmarkt des Regierungsbezirkes nur schwach ausgeprägt. In Essen, Mülheim und Oberhausen gibt es jeweils nur die beiden Titel des WAZ-Konzerns, die *WAZ* und die *NRZ*. Wettbewerb existiert allenfalls in Bezug auf die journalistischen Angebote. In anderen Teilen werden alternativ die *RP* und die *WZ* angeboten, die nur eingeschränkt konkurrieren. Die beiden Verlagsunternehmen sind über eine Vielzahl von gemeinsamen Aktivitäten miteinander verbunden und weisen zudem – wenn auch nur in bescheidenem Ausmaß – wechselseitige Beteiligungen auf.

Regierungsbezirk Münster

Im Regierungsbezirk Münster sind Veränderungen im Zeitungsangebot ausgeblieben. Nachdem sich die *Ruhr Nachrichten* aus Gelsenkirchen zurückgezogen haben und nur wenige Monate später die *Buersche Zeitung* dort aufgegeben worden ist, sind zusammen mit Bottrop nun zwei der drei Großstädte Monopolgebiete. Nur in drei Gemeinden - jeweils am Rand des Bezirks gelegen - informieren jeweils drei Zeitungen. Der Anteil der 3-Zeitungs-Gebiete ist mir gerade mal 1 Prozent entsprechend dürftig und so niedrig wie sonst nirgendwo in NRW. Im Kreis Recklinghausen ist noch nicht abzusehen, ob die *WAZ* ihren Status als Zweitzeitung in jenen Gemeinden wird halten können, in denen statt der früheren Lokalteile eine Kreisausgabe angeboten wird. Noch ist dies der Fall.

Tab. 1.14: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Münster

| Zeitungsdichte | Anzahl Gemeinden und Städte | Bevölkerung | Bevölkerungsanteil |
|----------------|-----------------------------|-------------|--------------------|
| 1 Zeitung | 40 | 1.249.500 | 47,8 |
| 2 Zeitungen | 35 | 1.334.600 | 51,0 |
| 3 Zeitungen | 3 | 31.700 | 1,2 |
| 4 Zeitungen | | 0 | 0,0% |
| gesamt | 78 | 2.614.400 | 100,0% |

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Regierungsbezirk Arnsberg

Seit 2006 hat es im Zeitungsmarkt des Regierungsbezirks Arnsberg keine Angebotsänderungen gegeben. Die Zeitungsdichte liegt oberhalb des Landesdurchschnitts. Da in einzelnen Regionen die Dritt- oder auch die Zweitzeitungen nur noch sehr schwache Marktpositionen haben, ist die Angebotsstruktur allerdings latent gefährdet. In Dortmund ist in Teilen bereits eine Anpassung vollzogen worden, als die *WAZ* ihre Lokalredaktion auf eine minimale Besetzung kürzte und seitdem große Teile der Lokalberichterstattung von dem Schwestertitel *Westfälische Rundschau (WR)* übernimmt. Dennoch ist Dortmund weiterhin mit einer Zeitungsdichte von drei registriert.

Ähnlich wie im Regierungsbezirk Düsseldorf fehlt es zudem vielerorts an echtem Wettbewerb im Zeitungsmarkt, da z. B. in großen Teilen des Sauerlands die beiden einzigen Zeitungen, die *Westfalenpost* und die *WR*, jeweils zum *WAZ*-Konzern gehö-

ren. Für beide Konzern-Titel werden nur gemeinsame Auflagenzahlen veröffentlicht. Deshalb kann letztlich auch nicht mit Bestimmtheit festgestellt werden, ob beide Titel in ihren Verbreitungsgebieten tatsächlich jeweils einen Marktanteil von 5 Prozent erreichen und damit die statistische Schwelle überschreiten. Zumindest im Altkreis Siegen scheint dies sehr zweifelhaft.

Tab. 1.15: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Arnsberg

| Zeitungsdichte | Anzahl Gemeinden und Städte | Bevölkerung | Bevölkerungsanteil |
|----------------|-----------------------------|-------------|--------------------|
| 1 Zeitung | 15 | 746.900 | 20,1 |
| 2 Zeitungen | 48 | 1.937.500 | 52,0 |
| 3 Zeitungen | 20 | 1.039.400 | 27,9 |
| 4 Zeitungen | 0 | 0 | 0,0% |
| gesamt | 83 | 3.723.700 | 100,0% |

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Regierungsbezirk Detmold

Auch im Regierungsbezirk Detmold hat es seit 2006 keine Änderungen im Zeitungsangebot gegeben. Die in der Karte vermerkte Reduzierung der Zeitungsdichte von drei auf zwei in Borgholzhausen und in Halle (Kreis Gütersloh) ist statistisch bedingt. Im Verbreitungsgebiet seines Kooperationspartners *Haller Kreisblatt* erreicht die *Neue Westfälische* die Schwelle von 5 Prozent Marktanteil nicht mehr.

Tab. 1.16: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Detmold

| Zeitungsdichte | Anzahl Gemeinden und Städte | Bevölkerung | Bevölkerungsanteil |
|----------------|-----------------------------|-------------|--------------------|
| 1 Zeitung | 15 | 453.800 | 22,0 |
| 2 Zeitungen | 45 | 1.413.200 | 62,6 |
| 3 Zeitungen | 10 | 192.200 | 9,3 |
| 4 Zeitungen | 0 | 0 | 0,0% |
| gesamt | 70 | 2.059.200 | 100,0% |

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Während die Monopolisierung der Angebotsstruktur in NRW noch nicht so weit fortgeschritten ist wie durchschnittlich in Deutschland ist die Monopolisierung der Anbieterstruktur in NRW bereits weit fortgeschritten, mutmaßlich stärker ausgeprägt als im

übrigen Bundesgebiet, allerdings liegen auf dieser Ebene keine Vergleichszahlen vor. In NRW verlegen sowohl der WAZ-Konzern als auch der Zeitungsverlag Aachen und M. DuMont Schauberg in Köln in großen Teilen ihrer Verbreitungsgebiete jeweils zwei Zeitungen an. Häufig handelt es sich dabei jeweils um die beiden einzigen Tageszeitungen am Markt. In diesem Gebiet besteht zwar kein Angebotsmonopol aber ein Anbietermonopol. Die Vermachtung des Zeitungsmarktes ist also auch jenseits der Angebotsmonopole weit fortgeschritten und betrifft in etwa die gleiche Bevölkerungszahl wie das klassische Zeitungsmonopol: 4,2 Mio. Bürger wohnen in Ein-Zeitungs-Gebieten und weitere 4,2 Mio. Bürger in Gebieten mit einem Anbietermonopol. Das gilt insbesondere für den Regierungsbezirk, wo *Kölner Stadt-Anzeiger* und *Kölnische Rundschau* überwiegend ohne weitere Alternativen im Markt angeboten werden. Ähnlich ist die Situation in großen Teilen des Ruhrgebiets mit den Zeitungen *Westdeutsche Allgemeine* bzw. *Neue Ruhr/Rhein Zeitung* und in Teilen des Sauerlands einschließlich Hagen mit der *Westfalenpost* und der *Westfälischen Rundschau*.

In der folgenden Übersicht ist der Stand der Monopolisierung im 1. Quartal 2008 auf der Ebene der Kreise und kreisfreien Städte zusammengefasst. Ausgewiesen werden Angebotsmonopole, also Ein-Zeitungs-Gebiete, sowie Anbietermonopole, also Gebiete, in denen zwar mehr als eine Zeitung lokal berichtet, diese Zeitungen aber zur selben Verlagsgruppe gehören. Wettbewerb findet in diesen Gebieten allenfalls auf der Ebene der Redaktionen statt. Im Anzeigenbereich ist bei Anbietermonopolen regelmäßig ein Belegungszwang gegeben, der Insertionen in nur einem Titel ausschließt. Vom Angebotsmonopol betroffen sind in NRW 4,2 Mio. Einwohner. In den Gebieten mit eingeschränktem Wettbewerb bei Anbietermonopolen leben weitere 4,2 Mio. Bürger.

Tab. 1.17: Kreise und kreisfreie Städte mit einem Angebots- oder Anbietermonopol

| Kreis/kreisfreie Stadt | Vom Angebotsmonopol betroffene Einwohner | Vom Anbietermonopol betroffene Einwohner | Bemerkungen |
|------------------------|--|--|--|
| Stadt Aachen | | 259.000 | Verlagsmonopol |
| Kreis Aachen | 150.700 | 159.300 | Zeitungsmonopol in Eschweiler, Monschau, Roetgen, Simmerath, Stolberg; Verlagsmonopol in Alsdorf, Baesweiler, Herzogenrath, Würselen |
| Bonn | 316.400 | | Zeitungsmonopol |
| Kreis Borken | 291.800 | | Zeitungsmonopol außer in Ahaus, Heek, Isselburg, Raesfeld, Südlohn |
| Bottrop | 118.600 | | Zeitungsmonopol |
| Kreis Coesfeld | 175.500 | | Zeitungsmonopole außer in: Ascheberg, Nordkirchen, Nottuln, Olfen |
| Kreis Düren | 70.000 | 185.000 | Zeitungsmonopol in Aldenhoven, Jülich, Linnich, Titz Verlagsmonopol in Düren, Hürtgenwald, Inden, Kreuzau, Langerwehe, Merzenich, Nideggen, Niederzier, Vettweiss nicht betroffen: Heimbach, Nörvenich |
| Ennepe-Ruhr-Kreis | 56.600 | 131.300 | Zeitungsmonopol in Hattingen Verlagsmonopol zusätzlich außer in Herdecke, Sprockhövel, Witten |
| Essen | | 582.100 | Verlagsmonopol |
| Kreis Euskirchen | | 193.000 | Verlagsmonopol |
| Gelsenkirchen | 264.800 | | Zeitungsmonopol |
| Hagen | | 193.800 | Verlagsmonopol |
| Hamm | 183.100 | | Zeitungsmonopol |
| Kreis Heinsberg | 126.000 | | Zeitungsmonopol in Gangelt, Geilenkirchen, Heinsberg, Selfkant, Übach-Palenberg, Waldfeucht |
| Herne | 168.500 | | Zeitungsmonopol |
| Hochsauerlandkreis | 90.600 | 183.300 | Zeitungsmonopol in Brilon, Hallenberg, Marsberg, Medebach, Olsberg, Winterberg Verlagsmonopol im restlichen Kreis |
| Kreis Kleve | 70.300 | | Zeitungsmonopol in Geldern, Kerken, Straelen, Wachtendonk |
| Köln | | 995.400 | Verlagsmonopol |
| Kreis Lippe | 292.200 | | Zeitungsmonopol außer in Extertal, Lügde, Leopoldshöhe, Oerlinghausen, Schlangen |
| Märkischer Kreis | 133.700 | | Zeitungsmonopol in Hemer, Iserlohn |

| | | | |
|-------------------------|-----------|-----------|--|
| Kreis Minden-Lübbecke | 161.600 | | Zeitungsmonopol in Hille, Minden, Petershagen, Porta Westfalica |
| Mönchengladbach | 260.000 | | Zeitungsmonopol |
| Mülheim | | 168.900 | Verlagsmonopol |
| Oberbergischer Kreis | 247.200 | | Zeitungsmonopol außer in Hückeswagen, Radevormwald |
| Oberhausen | | 217.100 | Verlagsmonopol |
| Kreis Olpe | | 121.000 | Verlagsmonopol außer in Wenden |
| Kreis Recklinghausen | 76.000 | | Zeitungsmonopol in Gladbeck |
| Rhein.-Bergischer Kreis | | 195.700 | Verlagsmonopol außer in Burscheid, Leichlingen, Wermelskirchen |
| Rhein-Erft-Kreis | | 464.200 | Verlagsmonopol |
| Rhein-Kreis Neuss | 64.300 | | Zeitungsmonopol in Grevenbroich |
| Rhein-Sieg-Kreis | | 118.700 | Verlagsmonopol in Eitorf, Lohmar, Much, Neunkirchen-Seelscheid, Ruppichteroth, Windeck |
| Kreis Soest | 114.400 | | Zeitungsmonopol in Anröchte, Erwitte, Geseke, Lippstadt |
| Kreis Steinfurt | 200.700 | | Zeitungsmonopol in Altenberge, Emsdetten, Hörstel, Hopsten, Ibbenbüren, Ladbergen, Lengerich, Lotte, Mettingen, Nordwalde, Recke |
| Kreis Viersen | 126.700 | | Zeitungsmonopol in Brüggen, Niederkrüchten, Schwalmatal, Viersen |
| Kreis Warendorf | 122.100 | | Zeitungsmonopol in Beckum, Beelen, Ennigerloh, Everswinkel, Oelde, Ostbevern, Telgte |
| Wuppertal | 356.400 | | Zeitungsmonopol |
| gesamt | 4.238.200 | 4.167.800 | |

Um einen Rest an Zeitungsvielfalt zu bewahren bzw. sogar zu ergänzen, fehlt es im Zeitungsmarkt insbesondere an Gründungen. Die letzte erfolgreiche Zeitungsründung in NRW war jene des *Express* in Köln Mitte der 80er Jahre. Typischerweise handelte es sich bei der regionalen Boulevardzeitung um einen Marktzugang außerhalb des Hauptmarktes mit den lokalen/regionalen Abonnementzeitungen. Abgesehen von Ostdeutschland nach dem Ende der DDR handelte es sich auch im übrigen Deutschland bei den wenigen Zeitungsründungen um Nischenprodukte. So etwa die *Financial Times Deutschland* als Fachtageszeitung oder *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* im Sonntagsmarkt. Selbst die Ausweitung von Verbreitungsgebieten etablierter Titel in Nachbarregionen findet im Markt kaum einmal statt. In NRW sind in den letzten Jahren die Versuche der *Neuen Presse Iserlohn*, quasi ein Able-

ger der *Lüdenscheider Nachrichten*, sowie eine zusätzliche Ausgabe der *WAZ* für Haltern im Kreis Recklinghausen gescheitert. Allein eine noch junge Ausgabe des *Westfälischen Anzeigers* für Drensteinfurt im Kreis Warendorf besteht noch fort.

Wenn Gründungen oder Gebietserweiterungen im Markt nicht zu realisieren sind, ist der Bestandsschutz zum Erhalt des Restes an Vielfalt umso dringlicher. Dieser Aufgabe folgen viele Länder der Europäischen Union mit speziellen, zum Teil sehr unterschiedlichen Förderprogrammen, denn das Problem der Pressekonzentration ist in fast allen Ländern real. In Deutschland haben derartige Förderprogramme allerdings keinerlei Tradition und sind auch nach dem Wechsel der Zuständigkeiten von der Bundes- auf die Landesebene im Zuge der Föderalismusreform bislang nirgendwo eingeführt worden. In einzelnen Ländern hat die Politik in den letzten Jahren zumindest Förderungsmöglichkeiten diskutiert, z. B. Mecklenburg-Vorpommern oder auch in NRW.

1.4 Marktstellungen von Tageszeitungen in NRW

Für den dauerhaften Bestand von konkurrierenden Tageszeitungen in den diversen-lokalen Räumen ist die Marktposition der Zweit- und Drittzeitungen ein wesentlicher – mutmaßlich der zentrale – Indikator. Im Folgenden werden die Marktanteile von lokalen/regionalen Tageszeitungen auf der Ebene der Kreise und kreisfreien Städte dargestellt. Damit wird die Bedeutung von Erst- und Zweitzeitungen – teilweise auch von Drittzeitungen – deutlich. Bei den kreisfreien Städten ist zudem die jeweilige Zeitungsdichte, also die Anzahl der konkurrierenden Titel, ablesbar. Für die Kreise gilt dies nicht in gleicher Weise, da einzelne Titel häufig nicht im gesamten Kreisgebiet, sondern jeweils nur in Kreisteilen verbreitet werden.⁴

⁴ Anmerkungen zur Methode: Berücksichtigt bei den Marktanteilsberechnungen sind die Auflagen lokaler/regionaler Abozeitungen mit lokaler Berichterstattung für das jeweilige Gebiet. Nur in Ausnahmen werden auch Nachbarausgaben berücksichtigt, wenn die Höhe der Auflage die Akzeptanz als lokales Medium ausweist. Bei den Kreisen Berechnung auf Kreisebene ohne Berücksichtigung von örtlich unterschiedlichen Angebotsstrukturen. *) In den markierten Kreisen und kreisfreien Städten liegen zum Teil keine titelbezogenen Auflagenzahlen vor, da für jeweils zwei Titel von den Verlagen nur eine gemeinsame Auflagenzahl angegeben wird. In diesen Fällen wurde die gemeinsame Auflage nach Marktposition den Kategorien zugeordnet. Basis der Berechnungen sind die Daten der iwv Verbreitungsanalyse 2008 für das 1. Quartal 2008.

Die Tabellen auf der Ebene der Regierungsbezirke zeigen sehr deutlich, dass die Wettbewerbsposition von Zweit- und Drittzeitungen in NRW nur noch schwach ist. Da in einigen Fällen keine titelbezogenen Auflagen vorliegen und die gemeinsame Berücksichtigung dieser Titel meistens in der Rubrik der Erstzeitungen diese statistisch stärker ausweist, als sie im Markt sind, ist das Ergebnis unter dem publizistischen Aspekt der Zeitungsdichte in Teilen verzerrt. Unter wirtschaftlichen Aspekten gilt dies nicht, da die gemeinsam ausgewiesenen Titel jeweils zu einer Verlagsgruppe gehören, entsprechend allenfalls journalistisch im Wettbewerb stehen und im Werbemarkt ohnehin eine Einheit darstellen. Für die Regierungsbezirke Detmold und Münster ist das statistische Problem nicht gegeben. Dort spielen Drittzeitungen mit Marktanteilen von 1,3 Prozent (Detmold) bzw. 0,3 Prozent (Münster) kaum noch eine Rolle. Auch die Zweitzeitungen erreichen nur noch bescheidene Marktanteile: in Detmold 17,7 Prozent und in Münster 11,7 Prozent.

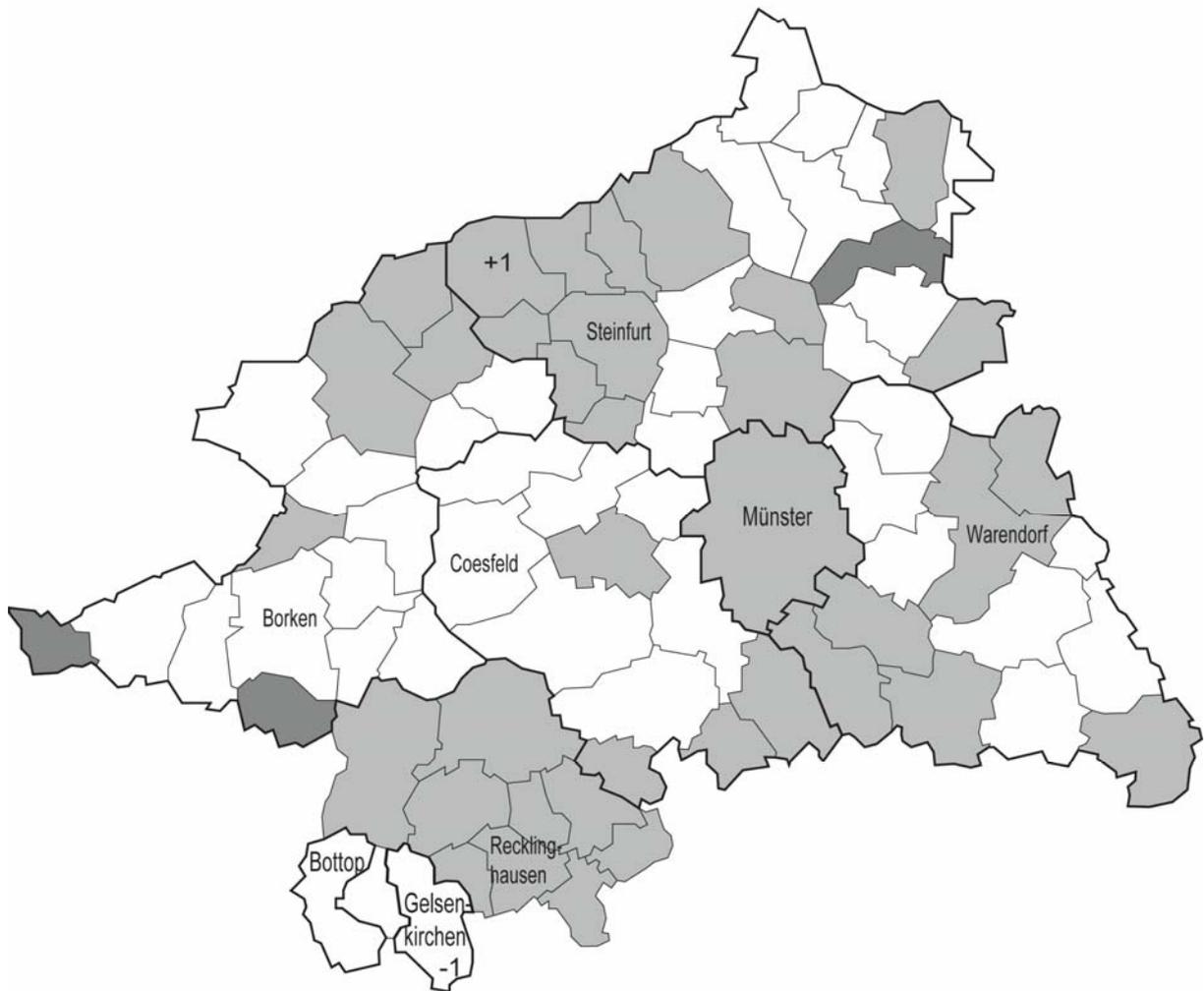
Regierungsbezirk Münster

Drittzeitungen spielen im Regierungsbezirk Münster faktisch keine Rolle mehr und auch die Marktpositionen von Zweitzeitungen sind überwiegend schwach. Allein in Münster erreicht die *Münstersche Zeitung* einen Marktanteil von einem Viertel, ansonsten sind die Marktanteile auch in den Kreisen gering.

Tab. 1.18: Regierungsbezirk Münster: Marktanteile nach Marktposition

| | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|----------------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | abs. | MA in % | abs. | MA in % | abs. | MA in % |
| Bottrop | 22.300 | 97,2 | 600 | 2,8 | | |
| Gelsenkirchen | 38.600 | 100,0 | | | | |
| Münster | 42.600 | 74,6 | 14.500 | 25,3 | | |
| Kreis Borken | 71.600 | 95,9 | 2.500 | 3,4 | 500 | 0,6 |
| Kreis Coesfeld | 45.100 | 96,2 | 1.800 | 3,8 | | |
| Kreis Recklinghausen | 109.100 | 82,4 | 22.300 | 16,9 | 900 | 0,7 |
| Kreis Steinfurt | 81.100 | 87,6 | 11.300 | 12,2 | 200 | 0,2 |
| Kreis Warendorf | 47.900 | 85,7 | 8.000 | 14,3 | | |
| gesamt (520.900) | 458.300 | 88,0 | 61.000 | 11,7 | 1.600 | 0,3 |

Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Münster



Berücksichtigt sind sämtliche Abonnement-Tageszeitungen mit eigenständiger lokaler Information und einem Marktanteil von mindestens 5 Prozent an der Gesamtauflage der jeweiligen lokalen und regionalen Zeitungen.
 Die Ziffern weisen auf Veränderungen der Zeitungsdichte zwischen 2006 und 2008 hin und zeigen den Verlust, seltener den Zugewinn.



FORMATT-Institut, Dortmund 2008

Am Beispiel des Regierungsbezirks Münster kann aber auch gezeigt werden, dass einzelne Titel in einzelnen Kreisteilen, zum Teil sogar nur in einzelnen Gemeinden so stark sind, dass sie zumindest als nicht akut gefährdet eingestuft werden können. So erreichen die *Westfälischen Nachrichten* beispielsweise in der Stadt Warendorf einen Marktanteil von 37 und im benachbarten Sassenberg 28 Prozent; *Die Glocke* in Ahlen 29 und der *Westfälische Anzeiger* in Drensteinfurt 23 Prozent. Die absoluten Auflagen der jeweiligen Lokalteile sind aber auch in Verbindung mit den in der jeweiligen Nachbarschaft erzielten Verkäufen gering.

Tab. 1.19: Marktanteile der Zeitungen im Kreis Warendorf

| Ortsname | Anz. | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|---------------|------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % |
| Ahlen | 2 | 6.843 | 71,1% | 2.777 | 28,9% | | |
| Beckum | 1 | 7.436 | 100,0% | | | | |
| Beelen | 1 | 1.143 | 100,0% | | | | |
| Drensteinfurt | 2 | 2.460 | 76,9% | 739 | 23,1% | | |
| Ennigerloh | 1 | 3.174 | 100,0% | | | | |
| Everswinkel | 1 | 1.910 | 100,0% | | | | |
| Oelde | 1 | 6.511 | 100,0% | | | | |
| Ostbevern | 1 | 2.101 | 100,0% | | | | |
| Sassenberg | 2 | 1.928 | 72,1% | 745 | 27,9% | | |
| Sendenhorst | 2 | 2.367 | 90,7% | 242 | 9,3% | | |
| Telgte | 1 | 4.223 | 100,0% | | | | |
| Wadersloh | 2 | 2.441 | 89,6% | 283 | 10,4% | | |
| Warendorf | 2 | 5.350 | 62,7% | 3.185 | 37,3% | | |
| gesamt | | 47.887 | 85,7% | 7.971 | 14,3% | 0 | |

Im flächenmäßig enorm großen Kreis Steinfurt erscheint eine Vielzahl von Lokalausgaben und vielerorts immerhin noch zwei Zeitungen. Von den Zweitzeitungen erreichen hohe Marktanteile aber nur die Ausgabe der *Münsterschen Zeitung* für Greven und Saerbeck, die *Westfälischen Nachrichten* in Westerkappeln und Tecklenburg sowie die *Münsterländische Volkszeitung* in Neuenkirchen. Gerade dort zeigt sich auch exemplarisch, dass der Marktanteil allein nicht aussagekräftig ist, wenn es um Bestandsprognosen geht. Die *Münstersche Zeitung* ist mit ihrer Ausgabe Rheine dort mit 2.100 Exemplaren Marktführer. Erreicht aber in der bedeutenderen Stadt Rheine

mit 1.900 Exemplaren nur einen Marktanteil von 11 Prozent. Insgesamt ist die Ausgabe damit in einer eher schwachen Position. Dies gilt für die Zweitzeitungen überwiegend auch in den anderen Gemeinden.

Tab. 1.20: Marktanteile der Zeitungen im Kreis Steinfurt

| Ortsname | Anz. | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|---------------|------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % |
| Altenberge | 1 | 1.957 | 100,0% | | | | |
| Emsdetten | 1 | 8.198 | 100,0% | | | | |
| Greven | 2 | 4.197 | 55,6% | 3.345 | 44,4% | | |
| Hopsten | 1 | 1.609 | 100,0% | | | | |
| Hörstel | 1 | 3.595 | 100,0% | | | | |
| Horstmar | 2 | 1.089 | 71,9% | 426 | 28,1% | | |
| Ibbenbüren | 1 | 10.367 | 100,0% | | | | |
| Ladbergen | 1 | 1.181 | 100,0% | | | | |
| Laer | 2 | 1.291 | 91,8% | 115 | 8,2% | | |
| Lengerich | 1 | 3.858 | 100,0% | | | | |
| Lienen | 2 | 1.554 | 94,6% | 88 | 5,4% | | |
| Lotte | 1 | 2.323 | 100,0% | | | | |
| Metelen | 2 | 1.172 | 82,1% | 255 | 17,9% | | |
| Mettingen | 1 | 2.551 | 100,0% | | | | |
| Neuenkirchen | 2 | 2.093 | 62,6% | 1.252 | 37,4% | | |
| Nordwalde | 1 | 1.892 | 100,0% | | | | |
| Ochtrup | 2 | 3.673 | 94,2% | 227 | 5,8% | | |
| Recke | 1 | 2.438 | 100,0% | | | | |
| Rheine | 2 | 15.201 | 88,8% | 1.913 | 11,2% | | |
| Saerbeck | 2 | 852 | 58,2% | 611 | 41,8% | | |
| Steinfurt | 2 | 6.205 | 80,9% | 1.464 | 19,1% | | |
| Tecklenburg | 3 | 1.136 | 62,1% | 534 | 29,2% | 159 | 8,7% |
| Westerkappeln | 2 | 1.165 | 57,1% | 876 | 42,9% | | |
| Wettringen | 2 | 1.510 | 89,5% | 178 | 10,5% | | |
| gesamt | | 81.107 | 87,6% | 11.284 | 12,2% | 159 | 0,2% |

Im Kreis Coesfeld sind Zweitzeitungen kaum noch relevant. Allein in Ascheberg erzielt die Zweitzeitung *Ruhr Nachrichten* mit einem Drittel noch einen guten Marktanteil

Tab. 1.21: Marktanteile der Zeitungen im Kreis Coesfeld

| Ortsname | Anz. | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|--------------|------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % |
| Ascheberg | 2 | 2.165 | 66,5% | 1.092 | 33,5% | | |
| Billerbeck | 1 | 2.727 | 100,0% | | | | |
| Coesfeld | 1 | 8.757 | 100,0% | | | | |
| Dülmen | 1 | 9.172 | 100,0% | | | | |
| Havixbeck | 1 | 2.567 | 100,0% | | | | |
| Lüdinghausen | 1 | 5.059 | 100,0% | | | | |
| Nordkirchen | 2 | 2.135 | 95,1% | 110 | 4,9% | | |
| Nottuln | 2 | 3.750 | 90,9% | 376 | 9,1% | | |
| Olfen | 2 | 2.325 | 91,1% | 227 | 8,9% | | |
| Rosendahl | 1 | 2.511 | 100,0% | | | | |
| Senden | 1 | 3.967 | 100,0% | | | | |
| gesamt | | 45.135 | 96,2% | 1.805 | 3,8% | 0 | |

Der Kreis Borken ist bereits überwiegend monopolisiert. Der Wettbewerb ist marginal.

Tab. 1.22: Marktanteile der Zeitungen im Kreis Borken

| Ortsname | Anz. | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|-----------|------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % | Abs. | MA in % |
| Ahaus | 2 | 7.131 | 88,1% | 967 | 11,9% | | |
| Bocholt | 1 | 15.709 | 100,0% | | | | |
| Borken | 1 | 8.369 | 100,0% | | | | |
| Gescher | 1 | 3.510 | 100,0% | | | | |
| Gronau | 1 | 8.020 | 100,0% | | | | |
| Heek | 2 | 1.087 | 64,2% | 605 | 35,8% | | |
| Heiden | 1 | 1.814 | 100,0% | | | | |
| Isselburg | 3 | 1.718 | 75,6% | 359 | 15,8% | 195 | 8,6% |
| Legden | 1 | 1.348 | 100,0% | | | | |
| Raesfeld | 3 | 1.715 | 68,7% | 494 | 19,8% | 288 | 11,5% |

| | | | | | | | |
|-------------|---|--------|--------|-------|------|-----|------|
| Reken | 1 | 2.825 | 100,0% | | | | |
| Rhede | 1 | 4.245 | 100,0% | | | | |
| Schöppingen | 1 | 1.133 | 100,0% | | | | |
| Stadtlohn | 1 | 4.120 | 100,0% | | | | |
| Südlohn | 2 | 1.710 | 93,6% | 117 | 6,4% | | |
| Velen | 1 | 2.648 | 100,0% | | | | |
| Vreden | 1 | 4.527 | 100,0% | | | | |
| gesamt | | 71.629 | 95,9% | 2.542 | 3,4% | 483 | 0,6% |

Im Kreis Recklinghausen hat sich die Wettbewerbssituation durch die Schließung von Lokalredaktionen der WAZ deutlich verändert. Die *Recklinghäuser Zeitung* führt in ihrem Verbreitungsgebiet uneingeschränkt. Die WAZ kommt in den diesen Städten auf einen Marktanteil von etwa 10 Prozent. Eine quasi idealtypische Wettbewerbsposition besteht in Castrop-Rauxel, wo der Marktführer (WAZ) einen Anteil von 57 und der Zweitanbieter (*Ruhr Nachrichten*) 43 Prozent hält. Nennenswerten Wettbewerb gibt es ansonsten nur noch in der Stadt Dorsten.

Tab. 1.23: Marktanteile der Zeitungen im Kreis Recklinghausen

| Ortsname | Anz. | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|------------------|------|---------------|---------|----------------|-------|----------------|---------|
| | | Abs. | MA in % | Abs. | Abs. | Abs. | MA in % |
| Castrop-Rauxel * | 2 | 8.544 | 56,6% | 6.548 | 43,4% | | |
| Datteln | 2 | 6.457 | 88,2% | 866 | 11,8% | | |
| Dorsten | 2 | 13.631 | 73,4% | 4.942 | 26,6% | | |
| Gladbeck | 1 | 12.833 | 100,0% | | | | |
| Haltern | 2 | 9.898 | 90,0% | 1.102 | 10,0% | | |
| Herten | 2 | 10.246 | 80,0% | 1.620 | 12,7% | 937 | 7,3% |
| Marl | 2 | 14.800 | 84,9% | 2.627 | 15,1% | | |
| Oer-Erkenschwick | 2 | 5.312 | 91,5% | 493 | 8,5% | | |
| Recklinghausen | 2 | 21.697 | 86,1% | 3.514 | 13,9% | | |
| Waltrop | 2 | 5.710 | 90,5% | 600 | 9,5% | | |
| gesamt | | 109.128 | 82,4% | 22.312 | 16,9% | 937 | 0,7% |

*) Zweitzeitung ist die WAZ, deren Lokalteil in Castrop-Rauxel auch mit der WR angeboten wird. Die Auflagenzahl bezieht sich auf beide Titel.

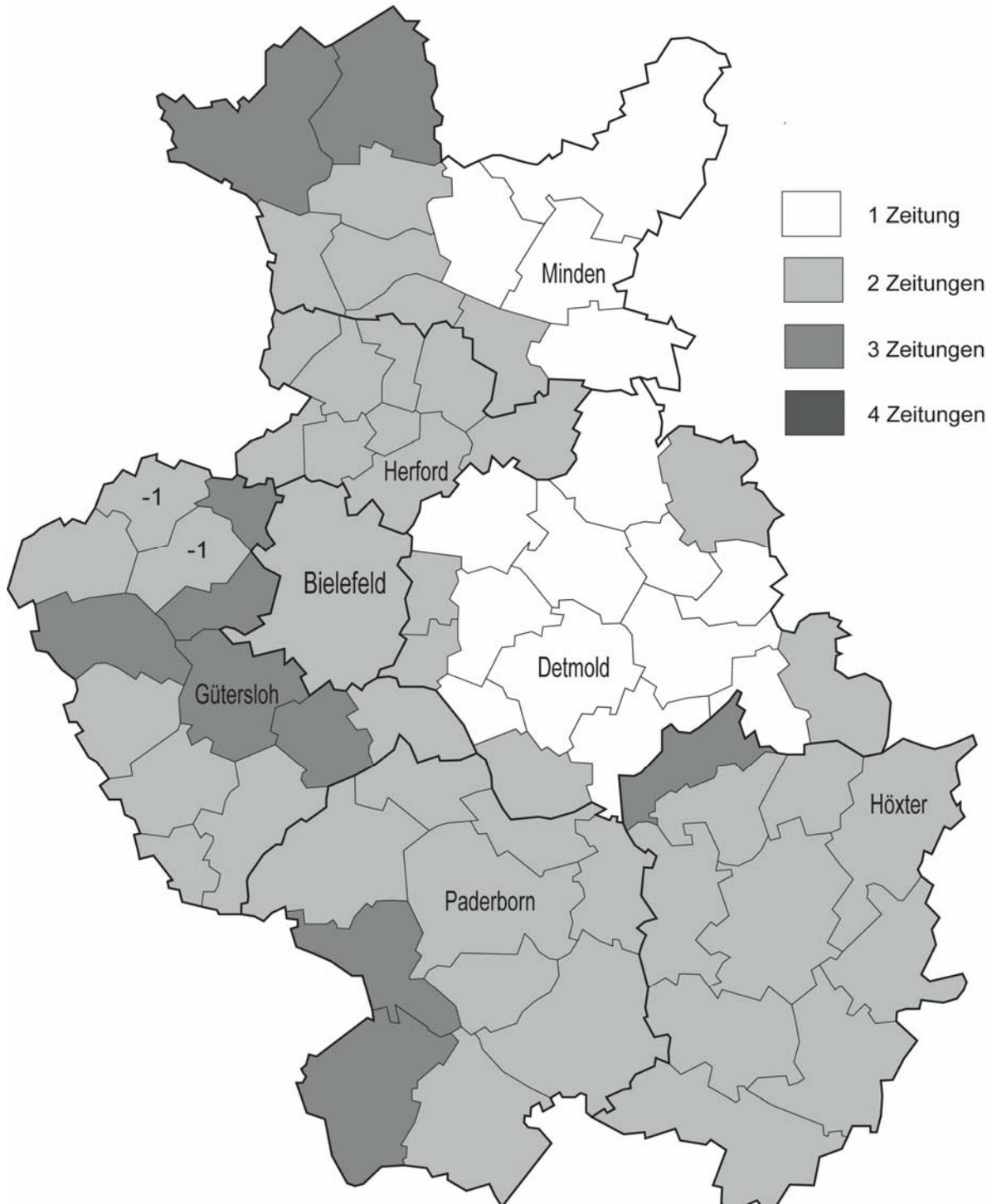
Regierungsbezirk Detmold

Drittzeitungen existieren nur noch in einzelnen Gemeinden des Kreises Gütersloh. Die Position von Zweitzeitungen ist im Kreis Herford noch relativ stark und ähnlich auch in Teilen des Kreises Gütersloh. Eher schwach sind die Zweitzeitungen in Bielefeld (*Westfalen-Blatt*) und in den Kreisen Höxter und Paderborn (jeweils *Neue Westfälische*).

Tab. 1.24: Regierungsbezirk Detmold: Marktanteile nach Marktposition

| | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|-----------------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | abs. | MA in % | abs. | MA in % | abs. | MA in % |
| Bielefeld | 51.800 | 83,9 | 9.900 | 16,1 | | |
| Kreis Gütersloh | 51.200 | 71,0 | 15.800 | 21,9 | 5.100 | 7,1 |
| Kreis Herford | 36.800 | 70,8 | 15.100 | 29,2 | | |
| Kreis Höxter | 23.100 | 80,2 | 5.600 | 19,5 | | |
| Kreis Lippe | 47.900 | 94,7 | 2.700 | 5,3 | | |
| Kreis Minden-Lübbecke | 54.300 | 84,9 | 9.100 | 14,3 | | |
| Kreis Paderborn | 43.700 | 81,9 | 9.100 | 17,1 | | |
| gesamt (381.200) | 308.800 | 81,0 | 67.300 | 17,7 | 5.100 | 1,3 |

Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Detmold



Berücksichtigt sind sämtliche Abonnement-Tageszeitungen mit eigenständiger lokaler Information und einem Marktanteil von mindestens 5 Prozent an der Gesamtauflage der jeweiligen lokalen und regionalen Zeitungen.
Die Ziffern weisen auf Veränderungen der Zeitungsdichte zwischen 2006 und 2008 hin und zeigen den Verlust, seltener den Zugewinn.

FORMATT-Institut, Dortmund 2008

Regierungsbezirk Arnsberg

Nur in Dortmund (*Westfälische Rundschau* und mit kleiner Auflage *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*) und im Kreis Unna weisen Zweitzeitungen noch größere Marktanteile aus. Für den Kreis Siegen-Wittgenstein gilt das so nicht, weil die Struktur des Zeitungsmarktes sehr unterschiedlich ist. Die Drittzeitungen im Regierungsbezirk sind durchweg in einer schwachen Marktposition.

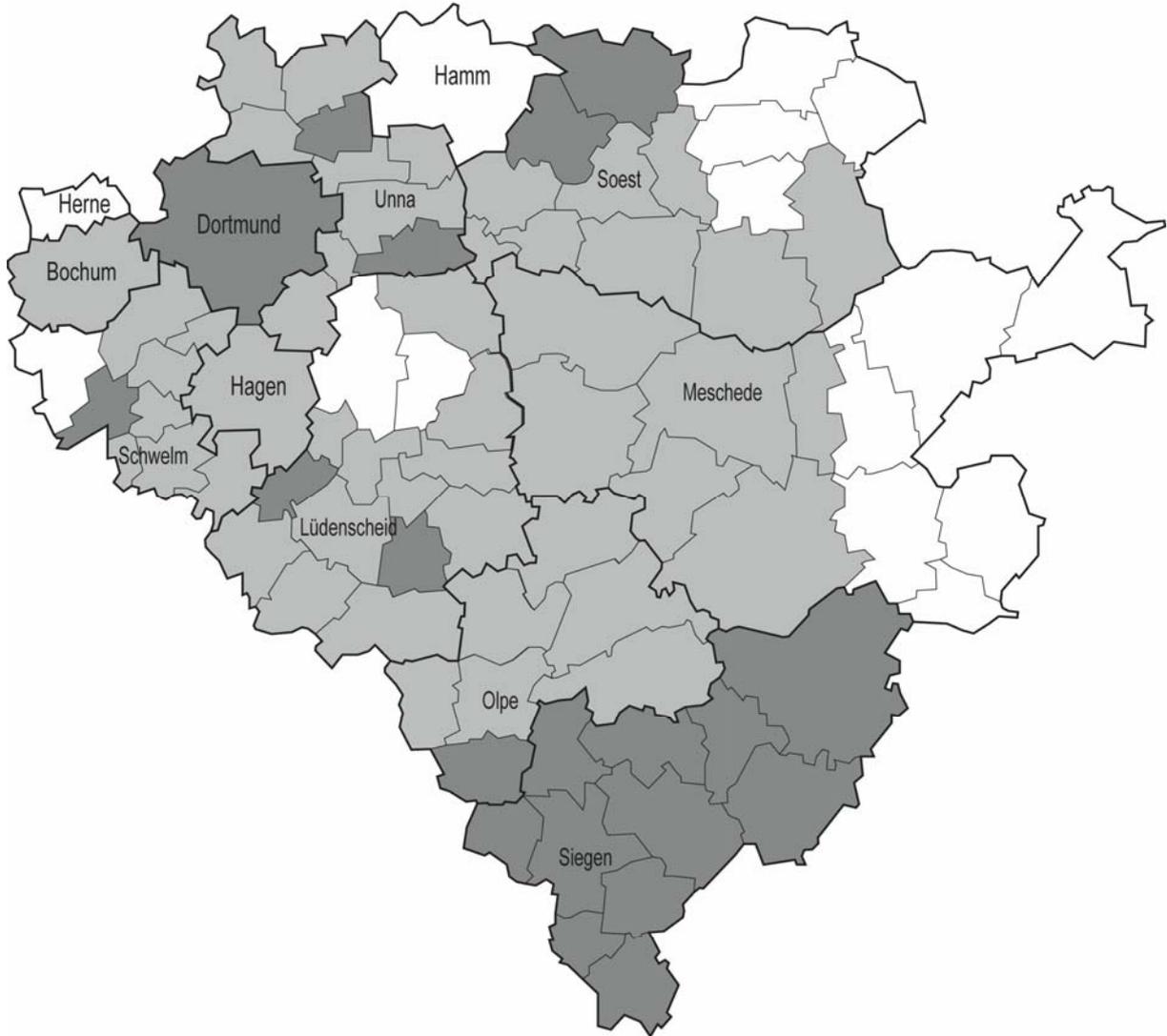
Tab. 1.25: Regierungsbezirk Arnsberg: Marktanteile nach Marktposition

| | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|---------------------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | abs. | MA in % | abs. | MA in % | abs. | MA in % |
| Bochum | 61.600 | 93,4 | 4.300 | 6,6 | | |
| Dortmund * | 72.900 | 62,5 | 43.600 | 37,5 | | |
| Hagen * | 34.800 | 100,0 | | | | |
| Hamm | 33.100 | 100,0 | | | | |
| Herne | 26.700 | 100,0 | | | | |
| Ennepe-Ruhr-Kreis * | 59.300 | 88,3 | 6.900 | 10,2 | 1.000 | 1,5 |
| Hochsauerlandkreis * | 59.400 | 100,0 | | | | |
| Kreis Olpe * | 29.800 | 96,3 | 1.100 | 3,7 | | |
| Kreis Siegen-Wittgenstein | 50.100 | 76,5 | 15.400 | 23,5 | | |
| * | | | | | | |
| Kreis Soest | 56.700 | 82,8 | 10.900 | 16,0 | 800 | 1,2 |
| Kreis Unna * | 58.600 | 67,7 | 26.400 | 30,5 | 1.600 | 1,8 |
| Märkischer Kreis | 72.000 | 77,3 | 20.100 | 21,6 | 1.000 | 1,1 |
| gesamt (748.100) | 615.000 | 82,2 | 128.700 | 17,2 | 4.400 | 0,6 |

* In Hagen, dem Ennepe-Ruhr-Kreis, dem Hochsauerlandkreis, dem Kreis Olpe und dem Kreis Unna sind in der Kategorie Erstzeitung jeweils zwei Zeitungen mit der gemeinsamen Auflage registriert, da titelbezogene Auflagen unbekannt sind. In Dortmund und dem Kreis Siegen-Wittgenstein gilt dies jeweils für die Zweitzeitungen.

In den Regierungsbezirken Köln und Düsseldorf wird der Überblick über fehlende titelbezogene Auflagen nicht nur erschwert, sondern die Statistik ist nur höchst eingeschränkt aussagefähig. Die Daten werden hier insbesondere unter dem Aspekt der Vollständigkeit dokumentiert.

Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Arnsberg



Berücksichtigt sind sämtliche Abonnement-Tageszeitungen mit eigenständiger lokaler Information und einem Marktanteil von mindestens 5 Prozent an der Gesamtauflage der jeweiligen lokalen und regionalen Zeitungen.



FORMATT-Institut, Dortmund 2008

Regierungsbezirk Köln

Gerade für den Regierungsbezirk Köln ist die Darstellung wegen des statistischen Problems der fehlenden titelbezogenen Auflagen nur bedingt aussagefähig. Weder für den *Kölner Stadt-Anzeiger* und die *Kölnische Rundschau* noch für die *Aachener Zeitung* und die *Aachener Nachrichten* liegen diese Auflagen vor. Das sowohl die Kölner Zeitungen als auch die Aachener ein im Wesentlichen jeweils deckungsgleiches Verbreitungsgebiet haben, kann in allen Kreisen und kreisfreien Städten außer in Bonn von der Existenz jeweils zweier Zeitungen ausgegangen werden. Der marginale Auflagenanteil der hier als Zweitzeitungen registrierten Titel zeigt allerdings, dass der Zeitungsmarkt des Regierungsbezirks von den beiden genannten Verlagsgruppen sowie vom *General-Anzeiger* aus Bonn geprägt wird.

Tab. 1.26: Regierungsbezirk Köln: Marktanteile nach Marktposition

| | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|---------------------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | abs. | MA in % | abs. | MA in % | abs. | MA in % |
| Aachen, Stadt * | 33.500 | 100,0 | | | | |
| Bonn | 40.900 | 97,3 | | | | |
| Köln * | 109.700 | 100,0 | | | | |
| Leverkusen | 19.100 | 88,0 | 2.600 | 12,0 | | |
| Kreis Aachen * | 41.500 | 100,0 | | | | |
| Kreis Düren * | 35.700 | 98,7 | 500 | 1,3 | | |
| Kreis Euskirchen * | 27.700 | 100,0 | | | | |
| Kreis Heinsberg * | 28.300 | 88,1 | 3.800 | 11,9 | | |
| Oberbergischer Kreis * | 71.800 | 97,1 | 2.100 | 2,9 | | |
| Rhein-Erft-Kreis * | 55.800 | 100,0 | | | | |
| Rhein.-Bergischer Kreis * | 43.400 | 86,9 | 6.200 | 12,5 | 300 | 0,6 |
| Rhein-Sieg-Kreis * | 67.400 | 86,4 | 9.800 | 12,6 | 800 | 1,1 |
| gesamt (600.900) | 574.800 | 95,7 | 25.000 | 4,2 | 1.100 | 0,1 |

* In der Kategorie Erstzeitung sind zwei Zeitungen mit der gemeinsamen Auflage registriert, da titelbezogene Auflagen unbekannt sind.

Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Köln



Berücksichtigt sind sämtliche Abonnement-Tageszeitungen mit eigenständiger lokaler Information und einem Marktanteil von mindestens 5 Prozent an der Gesamtauflage der jeweiligen lokalen und regionalen Zeitungen.
 Die Ziffern weisen auf Veränderungen der Zeitungsdichte zwischen 2006 und 2008 hin und zeigen den Verlust, seltener den Zugewinn.



FORMATT-Institut, Dortmund 2008

Regierungsbezirk Düsseldorf

Im Regierungsbezirk Düsseldorf haben die nachrangigen Titel insgesamt eine wesentlich größere Bedeutung als im Regierungsbezirk Köln; der Markt ist quantitativ stärker besetzt. Mehrere Zweitzeitungen erreichen Marktanteile von zum Teil deutlich über 20 Prozent und haben publizistisch in den Teilmärkten eine entsprechende Relevanz. Die Marktanteile der Drittzeitungen sind allerdings überwiegend schwach. Dies gilt in Düsseldorf und im Kreis Mettmann für die *Neue Rhein Zeitung* und in Duisburg für die *Rheinische Post*.

Tab. 1.27: Regierungsbezirk Düsseldorf: Marktanteile nach Marktposition

| | Erstzeitungen | | Zweitzeitungen | | Drittzeitungen | |
|-------------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| | abs. | MA in % | abs. | MA in % | abs. | MA in % |
| Düsseldorf | 62.800 | 74,8 | 13.900 | 16,8 | 7.500 | 8,9 |
| Duisburg * | 63.800 | 89,2 | | | 6.900 | 10,5 |
| Essen * | 100.500 | 100,0 | | | | |
| Krefeld | 26.500 | 72,1 | 10.800 | 27,9 | | |
| Mönchengladbach | 32.600 | 96,0 | 1.500 | 4,0 | | |
| Mülheim * | 33.800 | 100,0 | | | | |
| Oberhausen * | 37.000 | 100,0 | | | | |
| Remscheid | 14.400 | 77,8 | 4.100 | 22,2 | | |
| Solingen | 24.900 | 88,8 | 3.100 | 11,2 | | |
| Wuppertal | 53.700 | 100,0 | | | | |
| Kreis Kleve | 45.400 | 82,5 | 9.600 | 17,5 | | |
| Kreis Mettmann | 43.000 | 53,6 | 18.400 | 23,0 | 18.100 | 22,6 |
| Kreis Viersen | 32.500 | 70,3 | 13.800 | 29,7 | | |
| Kreis Wesel * | 62.700 | 65,0 | 30.000 | 31,1 | | |
| Rhein-Kreis Neuss | 48.600 | 64,9 | 15.300 | 20,5 | 9.400 | 12,6 |
| gesamt (844.600) | 682.200 | 80,8 | 120.500 | 14,3 | 41.900 | 5,0 |

* In der Kategorie Erstzeitung sind zwei Zeitungen mit der gemeinsamen Auflage registriert, da titelbezogene Auflagen unbekannt sind.

Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Düsseldorf



Berücksichtigt sind sämtliche Abonnement-Tageszeitungen mit eigenständiger lokaler Information und einem Marktanteil von mindestens 5 Prozent an der Gesamtauflage der jeweiligen lokalen und regionalen Zeitungen.
 Die Ziffern weisen auf Veränderungen der Zeitungsdichte zwischen 2006 und 2008 hin und zeigen den Verlust, seltener den Zugewinn.

FORMATT-Institut, Dortmund 2008

2. Anzeigenblätter

Anzeigenblätter sind Presseprodukte, die sich ausschließlich über Werbung finanzieren, entsprechend kostenlos abgegeben und an Haushalte in einem bestimmten Verbreitungsgebiet zugestellt werden. Diese Zustellung trennt sie definitorisch von jenen Printprodukten, die zwar gleichfalls für ein begrenztes Gebiet erstellt und kostenlos abgegeben werden, aber – in der Regel von der jeweiligen Zielgruppe stark frequentierten Stellen – zur Mitnahme ausgelegt werden. Praktisch ausnahmslos konzentrieren sich Anzeigenblätter redaktionell auf die Lokalberichterstattung und Serviceberichte. Vereinsberichterstattung hat oft eine herausgehobene Bedeutung. Die drucktechnische Verarbeitung und Aufmachung ist sehr unterschiedlich und reicht vom zeitungähnlichen Produkt in allen üblichen Formaten bis zum zeitschriftenähnlichen Produkt, oft im DIN A4- oder gar DIN A5-Format. Die marktdominanten Titel erscheinen heute weit überwiegend in der Form von Zeitungen und werden wöchentlich verlegt. Daneben wird eine Vielfalt von Erscheinungsweisen genutzt: zweiwöchentlich, monatlich, quartalsweise oder auch zehnmal jährlich bis hin zu unregelmäßig. Den nicht-wöchentlichen Turnus – äußerlich häufig einhergehend mit einem Zeitschriften-ähnlichen Produkt – bevorzugen relativ kleinauflagige Titel mit eng begrenzten Verbreitungsgebieten.

Über die publizistische Bedeutung von Anzeigenblättern zu urteilen, ist schwierig und wegen der höchsten heterogenen Praktiken der Branche kaum möglich. Dass sie anders als der Blick in manches Treppenhaus von Wohnhäusern am Tag der Zustellung verheißt genutzt und gelesen werden, ist unstrittig. Das Belegen nicht nur Hunderte von Copy-Tests für einzelne Titel sondern auch die Buchungspraxis speziell von größeren Anzeigenkunden z. B. aus der Lebensmittelbranche, die ohne Erfolgskontrolle nicht Millionenbeträge für Insertionen in Anzeigenblättern ausgeben würden.

Jenseits der publizistischen Relevanz ist die ökonomische Bedeutung von Anzeigenblättern unstrittig. Nach Angaben des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) haben Anzeigenblätter in 2006 Netto-Werbeinnahmen von 1,94 Mrd. € erzielt. Das entspricht fast dem dreifachen der Ausgaben für Hörfunkwerbung (680

Mio. €), liegt höher als der Werbeumsatz von Publikumszeitschriften (1,86 Mrd. €) und macht 43 Prozent des Werbeumsatzes von Tageszeitungen (4,53 Mrd. €) aus.⁵

Im Verhältnis zu dieser ökonomischen Relevanz kann der Kenntnisstand über die Branche getrost als bescheiden bezeichnet werden. Seitdem die Pressestatistik des Bundes eingestellt worden ist, liegen nicht einmal mehr zuverlässige Daten über die Anzahl der Titel und ihrer Verlage oder über die Gesamtauflage vor. Die einzigen nennenswerten Angaben stammen regelmäßig vom Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA). Ältere Regionalstudien und erneut die vorliegende Studie zeigen, dass der BVDA die Branche nicht vollständig abbildet. So gibt der BVDA für Nordrhein-Westfalen 304 Titel mit einer Gesamtauflage von 19,1 Mio. Exemplaren an. Im Zuge der vorliegenden Studie sind für NRW jedoch 545 Titel mit einer Gesamtauflage von 25,2 Mio. Exemplaren identifiziert worden. Die Daten des BVDA sind aber die einzigen für das Bundesgebiet vorliegenden Zahlen und erlauben Langzeitvergleiche. Geht man von der plausiblen These aus, dass der Erfassungsgrad der Branche über die Jahre und flächendeckend relativ gleich geblieben ist, zeigen die Daten zumindest die Trends der Branchenentwicklung.

Tab. 2.1: Branchenentwicklung der Anzeigenblätter in Deutschland

| Jahr | Anzahl Titel | Anzahl Verlage | Auflage in Mio. | Umsatz in Mio. € |
|------|--------------|----------------|-----------------|------------------|
| 1985 | 952 | | 49,3 | 624 |
| 1990 | 1.034 | | 53,5 | 1.005 |
| 1995 | 1.325 | | 78,1 | 1.491 |
| 2000 | 1.311 | | 88,6 | 1.792 |
| 2001 | 1.336 | | 90,8 | 1.751 |
| 2002 | 1.312 | | 88,9 | 1.702 |
| 2003 | 1.292 | | 86,8 | 1.746 |
| 2004 | 1.288 | | 85,1 | 1.836 |
| 2005 | 1.306 | | 85,6 | 1.898 |
| 2006 | 1.350 | | 86,4 | 1.943 |
| 2007 | 1.374 | 471 | 88,6 | 1.971 |
| 2008 | 1.393 | 466 | 90,8 | k. A. |

Quelle: BVDA

⁵ Vgl. ZAW: Werbung in Deutschland 2007. Berlin 2007; hier S. 13.

Die Langzeitentwicklung weist bis zum Jahr 2000 Wachstum in allen Bereichen aus. Durch die im Jahr 2001 einsetzende Werbekrise endete diese Entwicklung zunächst. Ab 2005 setzt erneut Wachstum ein. Die zeitweiligen Umsatzeinbußen wurden bereits 2004 wieder wettgemacht. Die Auflage hat erst in 2008 wieder das Niveau von 2001 erreicht, nun aber auf der Basis einer gestiegenen Titelzahl.

Die regionalisierten Daten des BVDA weisen für NRW keine Auffälligkeiten auf. Der Anteil von NRW an der Titelzahl und der Gesamtauflage in Deutschland lag in 2007 und 2008 bei jeweils rund 21 Prozent. Nach dem BVDA erschienen 2008 fast 97 Prozent aller Titel wöchentlich – auch das ein Hinweis auf Dunkelziffern in der BVDA-Statistik. Auf die Wochentitel entfielen fast 90 Prozent der Gesamtauflage.

Auch nach der vorliegenden Untersuchung sind in NRW die wöchentlich erscheinenden Titel marktdominant und kommen auf einen Anteil von 84,3 Prozent an der Gesamtauflage von 25,2 Mio. Exemplaren und auf einen Anteil von 95,0 Prozent bei der auf eine wöchentliche Erscheinungsweise gewichteten Auflage. Diese Anteile lagen in 2002 noch jeweils um einige Prozentpunkte höher. In den letzten Jahren ist sowohl die Zahl der Monatstitel als auch jener mit einer sonstigen Erscheinungsweise gestiegen: die Zahl der Monatstitel von 84 auf 129 und der sonstigen Titel von 22 auf 84. Auch das ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass jenseits der marktdominanten Wochentitel Platz für Nischenprodukte gefunden wird. Die publizistische und ökonomische Bedeutung dieser Titel bleibt wegen ihrer niedrigen Auflagen aber relativ gering.

Die auf eine wöchentliche Erscheinungsweise gewichtete Gesamtauflage liegt bei 22,4 Mio. Exemplaren. Bei einer Gesamtzahl von 545 Titeln entspricht das einer Durchschnittsauflage von gewichtet 41.100 Exemplaren pro Titel. Verlegt werden diese Titel von 193 Verlagen in NRW. Hinzu kommen 13 auswärtige Verlage, die mindestens einen Titel in NRW vertreiben. Die durchschnittliche gewichtete Auflage pro Verlag beträgt 109.000 Exemplare.

Diese Durchschnittsauflage wird maßgeblich bestimmt von einer Vielzahl kleinauflagiger Titel mit nicht wöchentlicher Erscheinungsweise. Die insgesamt 332 Wochentitel kommen auf eine Gesamtauflage von 21,3 Mio. Exemplaren.

Tab. 2.2: Anzeigenblätter nach Erscheinungsweise

| | Wochen- titel | 2008 Monats- titel | Titel gesamt | Wochen- titel | 2002 Monats- titel | Titel gesamt |
|--|------------------|--------------------------|-----------------|------------------|--------------------------|-----------------|
| Titelzahl | 332 | 129 | 545 | 276 | 84 | 382 |
| Anteil an Titelzahl | 60,9% | 23,7% | 100,0% | 72,3% | 22,0% | 100,0% |
| Ausgabenzahl | 584 | 135 | 806 | 504 | 85 | 615 |
| Anteil an Ausgaben | 72,5% | 16,7% | 100,0% | 82,0% | 13,8% | 100,0% |
| Verbreitete Gesamtaufl. | 21.269.300 | 2.563.500 | 25.240.000 | 18.432.191 | 1.561.240 | 20.511.031 |
| Anteil an Gesamtaufl. | 84,3% | 10,2% | 100,0% | 89,9% | 7,6% | 100,0% |
| durchschnittliche Auflage pro Titel | 64.100 | 19.900 | 46.300 | 66.800 | 18.600 | 53.700 |
| Gewichtete Gesamtaufl. | 21.269.300 | 589.600 | 22.387.500 | 18.432.191 | 359.085 | 18.976.459 |
| Anteil an gewichteter Gesamtauflage | 95,0% | 2,6% | 100,0% | 97,1% | 1,9% | 100,0% |
| durchschn. gewichtete Auflage pro Titel | 64.100 | 4.600 | 41.100 | 66.800 | 4.300 | 49.700 |

Quelle: FORMATT-Institut

Auf die Darstellung der Daten zu den Anzeigenblättern mit sonstiger Erscheinungsweise wird aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichtet. Sie hatten schon in 2002 nur einen marginalen Anteil an der Branche; an der verbreiteten Auflage in NRW 2,5 % und an der gewichteten Auflage 1,0 %.

Ein wesentlicher Teil der Branche wird bestimmt von Zeitungsverlagen, die im Verbreitungsgebiet ihrer Tageszeitungen auch Anzeigenblätter vertreiben. Diese parallele Bearbeitung von lokalen Anzeigenmärkten mit unterschiedlichen Medien ist schon seit Jahren ein Charakteristikum der Branche.

In NRW weisen 60 Anzeigenblattverlage Beteiligungen von Zeitungsverlagen auf. Meistens handelt es sich um Tochterunternehmen von Verlagen. Zu diesen Verlagen gehören überwiegend die hochauflagigen Wochentitel. Insgesamt sind Zeitungsverlage an 271 der 545 Anzeigenblätter in NRW beteiligt, also fast genau an der Hälfte der Titel. Wie stark ihr Gewicht in der Branche ist, zeigt der Anteil dieser Titel an der verbreiteten Gesamtauflage in Höhe von 22,4 Mio. Exemplaren. Das sind 88,8 Prozent der Gesamtauflage in NRW. Die anteilige gewichtete Gesamtauflage der Zeitungsunternehmen beträgt 16,0 Mio. Exemplaren. Das entspricht immerhin einem Anteil von 71,4 Prozent am Gesamtmarkt in NRW.

Bei diesem hohen Anteil an der Branche ist es nicht verwunderlich, dass Zeitungsunternehmen auch bei den folgenden Rankings zu den auflagenstärksten Verlagen und

– noch stärker – beim Ranking der auflagenstärksten Verlagsgruppen stark vertreten sind.

Die größten Anzeigenblattverlage

Zwei der vier – gemessen an der Auflage – größten Anzeigenblattverlage in Nordrhein-Westfalen, weisen eine Gemeinsamkeit und zugleich gewichtige Unterschiede auf: Sowohl die WVV Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft mbH & Co KG (WVV) wie auch die WAZ-Medien Service GmbH & Co KG (WMS) gehören beide vollständig dem WAZ-Konzern in Essen. Im Vergleich zur WVV erscheint die Gesamtauflage der WMS aber bereits bescheiden. Die WVV kommt auf eine gewichtete Auflage⁶ von knapp 3,9 Mio. Exemplare, während die WMS mit 713.000 Exemplaren nicht mal ein Fünftel des Marktführers in NRW erreicht. Und während die WVV schon 1976 gegründet wurde und damit zu den älteren Verlagen dieser noch relativ jungen Branche gehört, ist die WMS noch ein Neuling. Der WAZ-Konzern verlegt erst seit Kurzem über die WMS den Titel *Wochenblick* und verbreitet ihn vornehmlich in den Großstädten des Ruhrgebiets zusätzlich zu seinen übrigen Titeln. Insgesamt bestückt der Konzern im Verbreitungsgebiet des *Wochenblicks* die Haushalte nun überwiegend dreimal wöchentlich mit unterschiedlichen Anzeigenblättern. Die WMS verlegt entsprechend ausschließlich Titel in Ergänzung zu ihrem Schwesterunternehmen und stellt ihre Titel nur den Haushalten zu, die nicht die *WAZ* abonniert haben. Damit kann den Werbekunden bei Kombinationsbuchungen eine volle Haushaltsabdeckung angeboten werden.

Das Verbreitungsgebiet der WVV ist auch flächenmäßig das mit Abstand größte in NRW und entspricht weitgehend den Verbreitungsgebieten der Tageszeitungen *Westdeutsche Allgemeine*, *Neue Ruhr/Rhein Zeitung*, *Westfälische Rundschau* und *Westfalenpost*. Es reicht von der Grenze zu den Niederlanden bis vor die Tore Ostwestfalens und umfasst den Niederrhein, das Ruhrgebiet und das Sauer- und Sieger-

⁶ Mit dem Verfahren des Gewichtens werden die Auflagen von Printmedien trotz z. T. sehr unterschiedlicher Erscheinungsweisen vergleichbar gemacht. Als Basis dient die wöchentliche Erscheinungsweise, die bei den Anzeigenblättern heute überwiegt. Die Auflagen von nicht wöchentlich erscheinenden Titeln werden fiktiv für eine wöchentliche Erscheinungsweise berechnet. Ein Beispiel: Ein Monatstitel mit 100.000 Exemplaren kommt bei fiktiver wöchentlicher Erscheinungsweise auf rund 25.000 Exemplare.

land. Dort hat sich die WVW in den letzten Jahren aus kleineren Teilgebieten zurückgezogen.

Auf Rang zwei der größten Verlage rangiert die Ostruhr Anzeigenblattgesellschaft (ORA). Auch an ihrer Gründung war der WAZ-Konzern beteiligt und besitzt eine Hälfte der Anteile. Die andere Hälfte der Anteile gehört der Verlagsgruppe um die *Ruhr Nachrichten* in Dortmund. Ursprünglich verlegte die ORA überall dort ihre Titel, wo beide Eigner mit ihren Zeitungen im Markt agierten. Inzwischen gilt dies nicht mehr uneingeschränkt, nachdem sich die *Ruhr Nachrichten* aus Teilmärkten zurückgezogen haben (Bottrop und Gladbeck). Die ORA erreicht mit wöchentlich 1,2 Mio. Exemplaren rund ein Drittel der Gesamtauflage des Marktführers WVW und liegt ihrerseits wiederum deutlich vor den weiteren Großverlagen der Branche. Auch dies zeigt, welche Sonderstellung die beiden Verlage in NRW innehaben.

Dass auf Rang drei ein Verlag außerhalb der großen Ballungsräume folgt, ist zunächst überraschend und auch darauf zurückzuführen, dass der Verlag des *Westfalen-Blatts* sämtliche Anzeigenblattaktivitäten in der Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH in Bielefeld gebündelt hat, während andere Zeitungsunternehmen über mehrere Anzeigenblattverlage verfügen. Panorama deckt das gesamte Verbreitungsgebiet des *Westfalen-Blatts* mit Wochentiteln ab und verbreitet punktuell noch weitere Titel mit geringerer Erscheinungsweise. Die Gesamtauflage liegt bei 760.000 Exemplaren, die gewichtete Auflage bei 725.000.

Die Kölner Anzeigenblatt GmbH & Co KG (Rang 5) verbreitet in Köln den *Wochen Spiegel* und rechtsrheinisch zudem das *Porzer Wochenende* mit zusammen rund 570.000 Exemplaren. Die Firma gehört den Zeitungsunternehmen DuMont Schauberg und dem Heinen Verlag jeweils hälftig. Auch bei weiteren Anzeigenblattverlagen in der Region Köln teilen sich die auch in anderen Bereichen kooperierenden Firmen den Besitz.

Auch die Verlage auf den Rängen sechs bis acht erreichen Gesamtauflagen von mehr als einer halben Million Exemplaren. Auch diese arbeiten außerhalb der Großstädte. Der Kurier Verlag Lennestadt GmbH in Lennestadt verbreitet seine Titel im Sauer- und im Siegerland und kommt auf 532.000 Exemplare. Der Kurier Verlag

spielt eine Sonderrolle, da er als einziger unter den großauflagigen Verlagen nicht von Zeitungsunternehmen gegründet worden. Erst vor einigen Jahren hat sich die Ippen-Gruppe bei dem Verlag eingekauft und ein Drittel der Anteile übernommen.

Die Niederrhein Verlag und Medienservice GmbH in Moers auf Rang 7 gehört vollständig zur Unternehmensgruppe um die *Rheinische Post* in Düsseldorf. Zu dieser Gruppe gehören vollständig oder anteilig noch weitere Anzeigenblattverlage. Der Verlag in Moers verbreitet wöchentlich 515.000 Exemplare in Duisburg und im Kreis Wesel.

Anders als die Verlagsbezeichnung Super Sonntag Verlag GmbH in Aachen (Rang 8) erwarten lässt, verbreitet der Verlag nicht nur Sonntagstitel sondern auch den *Super Mittwoch* in Aachen und Umgebung. Die Gesamtauflage von 510.000 Exemplaren ist dem Alleinbesitzer der Firma, dem Zeitungsverlag Aachen, zuzurechnen.

Die City Anzeigenblatt GmbH in Düsseldorf auf Rang 9 gehört der Panorama Anzeigenblatt GmbH in Düsseldorf, die als Holding im Anzeigenblattbereich dient, selbst aber nicht verlegerisch aktiv ist. Die Panorama gehört jeweils hälftig den Verlagen um die *Rheinische Post* und die *Westdeutsche Zeitung*. Der Düsseldorfer Verlag bearbeitet die Großstadt und den benachbarten Kreis Mettmann und kommt auf eine Gesamtauflage von 468.000 Exemplaren.

Mit einer Auflage von 460.000 Exemplaren rangiert der Siegerländer Wochenanzeiger in Siegen auf Rang 10. Der Verlag gehört zur Unternehmensgruppe um die *Sieger Zeitung* und vertreibt in deren Verbreitungsgebiet drei Titel.

Tab. 2.3: Die auflagenstärksten Anzeigenblattverlage

| Rang | Verlag | Sitz | Gesamtauflage in 1.000 | gewichtete Gesamtauflage in 1.000 |
|------|------------------------------------|-------------|------------------------|-----------------------------------|
| 1. | WVV Westdeutsche | Essen | 3.903 | 3.863 |
| 2. | Ost Ruhr Anzeigenblattgesellschaft | Lünen | 1.216 | 1.216 |
| 3. | Panorama Verlag | Bielefeld | 762 | 725 |
| 4. | WAZ-Medien Service | Essen | 713 | 713 |
| 5. | Kölner Anzeigenblatt | Köln | 572 | 572 |
| 6. | Kurier Verlag | Lenne Stadt | 532 | 532 |
| 7. | Niederrhein Verlag | Moers | 515 | 515 |
| 8. | Super Sonntag | Aachen | 510 | 510 |
| 9. | City Anzeigenblatt | Düsseldorf | 468 | 468 |
| 10. | Siegerländer Wochen-Anzeiger | Siegen | 460 | 460 |
| | gesamt | | 9.641 | 9.574 |

Quelle: FORMATT-Institut. Berücksichtigt sind die jeweils aktuellsten Auflagenzahlen. Die Verlagsangaben dazu beziehen sich überwiegend auf den Stand von Anfang 2008.

Die zehn auflagenstärksten Anzeigenblattverlage kommen auf eine Gesamtauflage von 9,6 Mio. Exemplaren. Dass diese Verlage fast ausschließlich Wochentitel verlegen, zeigte die nur geringe Abweichung der gewichteten Auflage von der ungewichteten. Der Anteil der zehn Marktführer an der gewichteten Gesamtauflage in NRW beträgt 42,5 Prozent.

Die größten Verlagsgruppen in der Anzeigenblatt-Branche

Bereits bei den Angaben zum Ranking der Anzeigenblattverlage ist verschiedentlich darauf hingewiesen worden, dass einzelne Verlageigner Beteiligungen an mehreren Verlagen der Branche halten. Um deren Gesamteinfluss in der Branche darzustellen, werden im Folgenden diese Beteiligungen zusammengefasst. Dazu werden Verlagsgruppen gebildet, zu denen jeweils alle Anzeigenblattverlage herangezogen werden, die einen gemeinsamen (Teil-)Eigner aufweisen, sofern dessen Beteiligung gerundet mindestens 25 Prozent erreicht. Um im Gesamtergebnis die jeweilige Beteiligungshöhe berücksichtigen zu können, werden die jeweiligen Auflagen anteilig ausgewiesen und zwar jeweils nach der Beteiligungshöhe. Ein Beispiel: Hält ein Unternehmen an einem Anzeigenblattverlag mit einer Gesamtauflage von 100.000 Exemplaren

eine Beteiligung in Höhe von 25 Prozent, wird diesem Unternehmen eine anteilige Auflage von 25.000 Exemplaren zugerechnet.

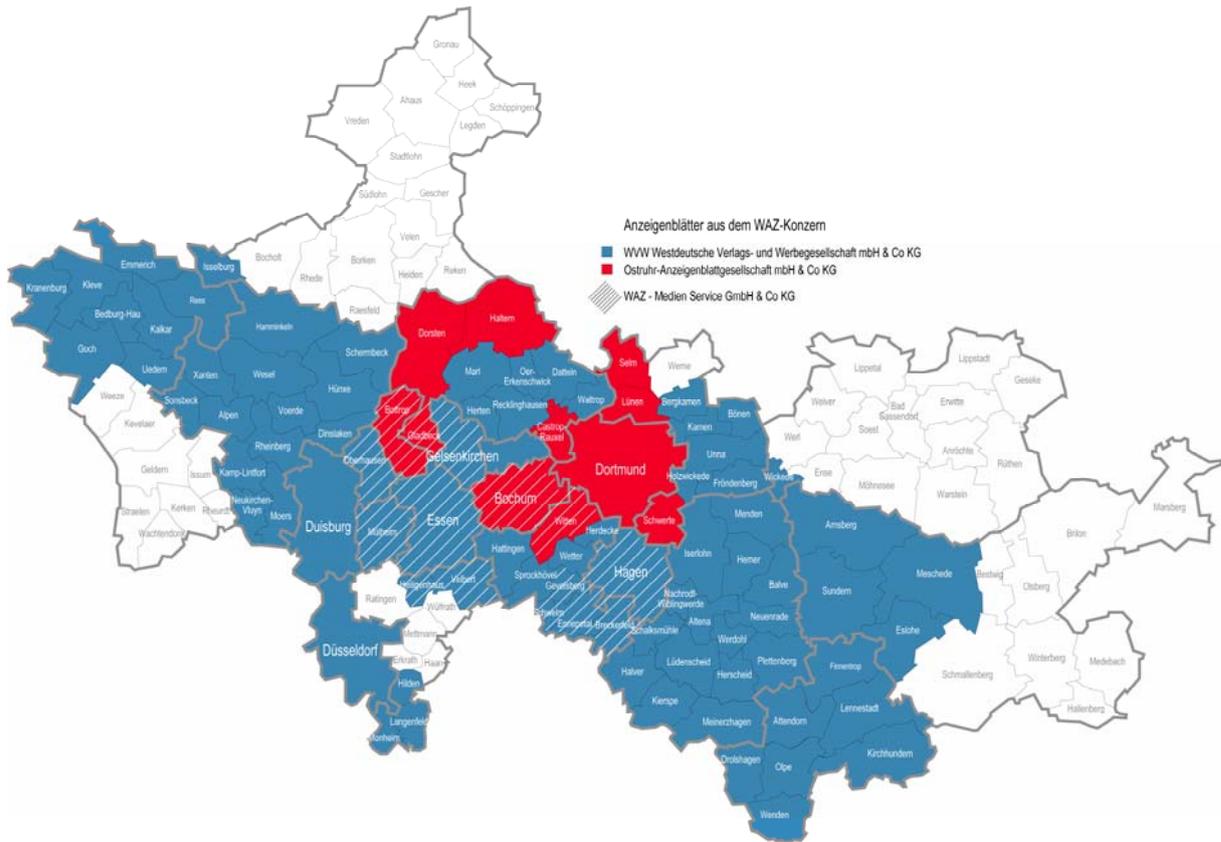
Die Liste der auflagenstärksten Verlagsgruppen in NRW verdeutlicht, dass die Branche in großen Teilen beherrscht wird von Zeitungsverlagen des Landes. Unter den größten zehn Verlagsgruppen befindet sich nur eine, die nicht den Zeitungsverlagen zuzurechnen ist. Und diese Gruppe rangiert bezeichnenderweise auf dem 10. Rang. Als Anzeigenblätter in den 70er Jahren bundesweit in großer Zahl auf den Markt kamen, gingen diese Initiativen nur teilweise von Zeitungsverlagen aus. Erst als sich erwiesen hatte, dass das noch junge Medium insbesondere von den werbenden Unternehmen akzeptiert wurde, sind Zeitungsverlage umfangreich in die wachsende Branche eingestiegen. Inzwischen gibt es kaum noch ein Zeitungsunternehmen, das nicht selbst oder über Tochter- und Beteiligungsfirmen Anzeigenblätter verlegt. Diese Aktivitäten werden zuvorderst in den Verbreitungsgebieten der jeweiligen Zeitungen ausgeübt, gehen nur in Ausnahmen über diese Verbreitungsgebiete hinaus. Auch dies zeigt, dass Anzeigenblätter quasi als Beiboote zu dem Flaggschiff Tageszeitung eingesetzt werden, insbesondere um die Position im Werbemarkt zu stützen und auszubauen.

Anders als in den Anfängen der Branche, als viele Titel nur monatlich oder zweiwöchentlich erschienen, dominiert heute die wöchentliche Erscheinungsweise. In vielen Gebieten werden die Haushalte inzwischen sogar zweimal wöchentlich mit Titeln beliefert, wobei die Vorgehensweise unterschiedlich ist. Neben dem Verbreitungstermin in der Mitte der Woche wird eine zweite Ausgabe am Wochenende verteilt. Andere Unternehmen bestücken denselben Markt mit unterschiedlichen Titeln, z. T. sogar aus verschiedenen Verlagen. Die Zusammengehörigkeit zeigt sich dann erst auf der Ebene der Anteilseigner. Was auf den ersten Blick wie Wettbewerb erscheint, erweist sich in diesen Fällen oft als abgestimmte Marktbearbeitung.

Wegen dieser strategischen Funktion von Anzeigenblättern ähnelt die Anbieterstruktur der Branche stark jener des Zeitungsmarkts. Bei den Anzeigenblättern ist allerdings deutlich mehr Wettbewerb als bei den Zeitungen gegeben. Neben den Zeitungsverlagen, die mit den Anzeigenblattaktivitäten vielfach den ersten Schritt vom monomedialen zum multimedialen Anbieter gemacht haben, agieren auch Verlage

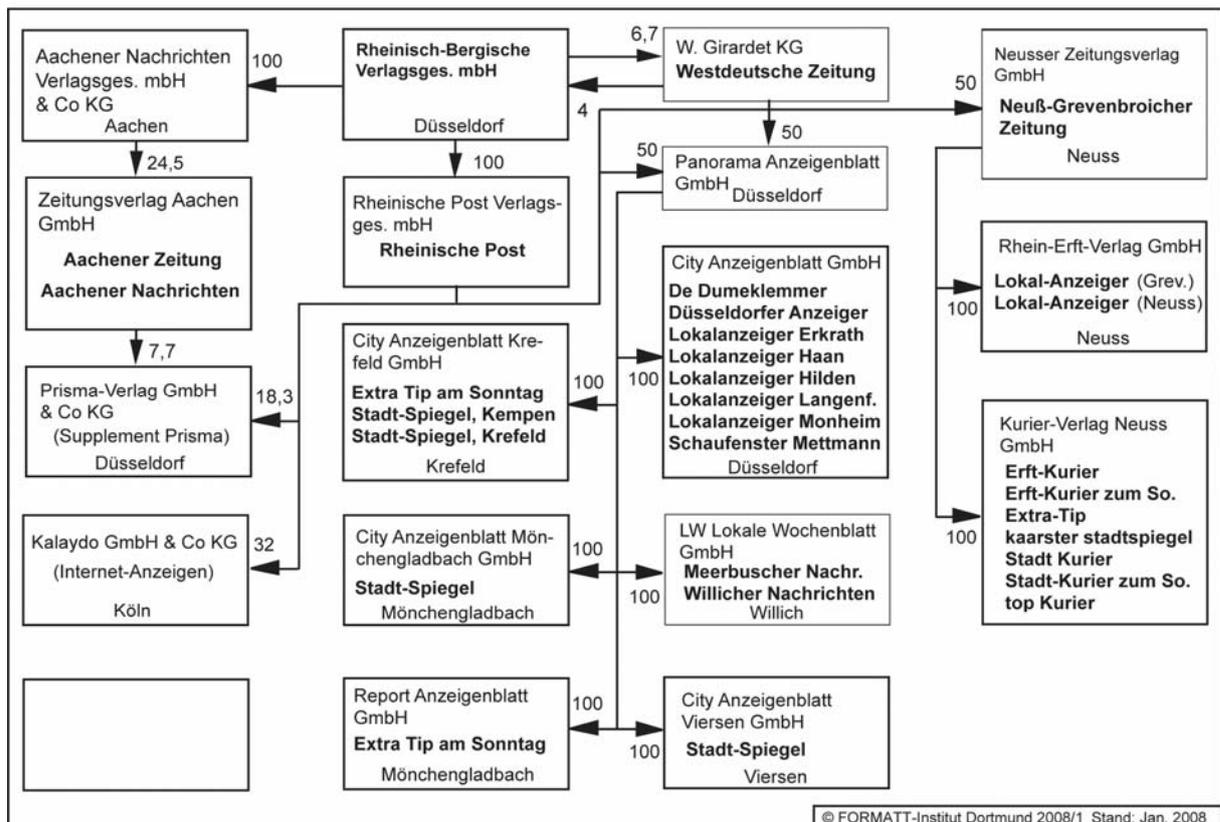
ohne Kapitalverflechtungen mit Zeitungsunternehmen im Markt. Deren Blätter haben überwiegend kleinere Auflagen als jene, die mit Zeitungsverlage verbunden sind. Sie bearbeiten oft nur kleinere lokale Märkte mit Titeln die weniger häufig erscheinen. Die Titel von Zeitungsunternehmen erscheinen dagegen überwiegend wöchentlich. Einzelne Anbieter geben zusätzlich zu den Wochentiteln in geeigneten Lokalmärkten noch Monatstitel heraus. Deren Bedeutung für den Gesamtmarkt ist allerdings gering.

Mit gehörigem Abstand größter Anbieter in NRW ist der **WAZ-Konzern** in Essen - auch dies ist eine Entsprechung zum Zeitungsmarkt. Der Konzern kommt mit seinen beiden Tochterfirmen, der WVW Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft mbH & Co KG und der WAZ-Medien Service GmbH & Co KG, sowie mit dem hälftigen Anteil an der Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft auf eine anteilige Gesamtauflage von 5,2 Mio. Exemplaren wöchentlich. Der Konzern besitzt den größten und den viertgrößten Verlag und zudem hälftig auch den zweitgrößten Anbieter. Mit dieser geballten Auflage zählt der Konzern auch bundesweit zu den führenden Anbietern, zumal er auch in anderen Bundesländern (Thüringen, Niedersachsen, Bayern) noch weitere Titel verlegt.



Mit einer anteiligen Gesamtauflage von über 1,6 Mio. Exemplaren liegt die Verlagsgruppe um die **Rheinische Post** auf Rang 2. Genau wie im Zeitungsmarkt steht die Verlagsgruppe auch mit Anzeigenblättern zum Teil im Wettbewerb mit dem WAZ-Konzern. Die Gesamtauflage der Verlage mit Beteiligung der *RP* beträgt sogar 2,5 Mio. Exemplare. In großen Teilgebieten arbeitet die *RP* mit den Verlagen der *Westdeutschen Zeitung* bzw. der *Neuß-Grevenbroicher Zeitung* zusammen. Insgesamt verlegt die Verlagsgruppe für das gesamte Verbreitungsgebiet der *RP* Wochentitel. Allein im bergischen Land bestehen lokal weiße Flecken. Die Verlagsgruppe hält auch im Ausland Beteiligungen an Anzeigenblattverlagen.

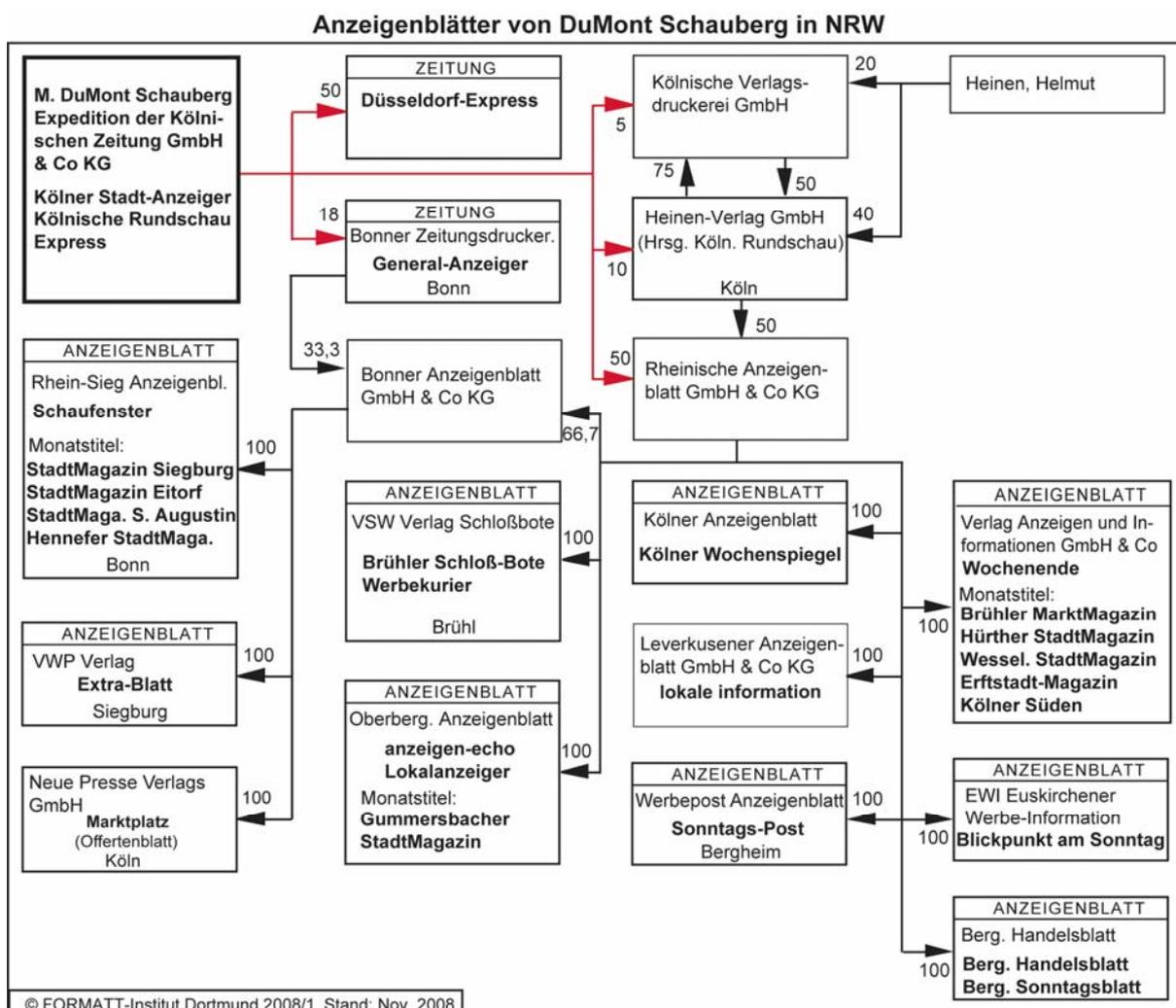
Rheinischen Post: Printmedien



Auf eine Gesamtauflage von gleichfalls 2,5 Mio. Exemplaren kommen auch die Verlagsgruppen **DuMont Schauberg** und der **Heinen Verlag**, beide in Köln. Die beiden Unternehmen kooperieren im Bereich der Anzeigenblätter bereits seit Jahrzehnten und halten ihre Beteiligungen an diversen Verlagen in der Region Köln über die Holding Rheinische Anzeigenblatt GmbH & Co KG, die beiden Unternehmen zu gleichen Teilen gehört. Entsprechend weisen beide Verlagsgruppen auch eine identische anteilige Gesamtauflage von 1 Mio. Exemplaren in NRW auf. Die Verlagsgruppe DuMont Schauberg ist darüber hinaus auch an Anzeigenblättern außerhalb von NRW beteiligt, z. B. in Sachsen-Anhalt.

Im größten Teil des Verbreitungsgebiets stoßen die Titel der beiden Verlagsgruppen nicht auf gleichrangige Wettbewerber, insbesondere nicht auf fremde Wochentitel. Seit einigen Jahren verbreiten die beiden Verlagsgruppen über ihre Verlage auch einige Monatstitel, deren gewichtete Gesamtauflage allerdings relativ gering ist.

Das Verbreitungsgebiet der Anzeigenblätter entspricht weitgehend jenem der Tageszeitungen *Kölner Stadt-Anzeiger* und *Kölnische Rundschau*. Im Raum Bonn arbeitet die Holding Rheinische Anzeigenblatt mit der Bonner Anzeigenblatt GmbH & Co KG zusammen, an der sie zwei Drittel des Kapitals hält. Zur Bonner Firma wiederum gehören zwei operativ tätige Verlage, die Anzeigenblätter in Bonn und im Rhein-Sieg Kreis verbreiten (vgl. Grafik). Das restliche Drittel der Bonner Holding besitzt die Unternehmensgruppe um den *General-Anzeiger* in Bonn.



Den Rang 5 unter den auflagenstärksten Verlagsgruppen hat das Unternehmen Girardet inne, das auch die **Westdeutsche Zeitung** verlegt. Girardet ist Partner der RP bei der Holding Panorama Anzeigenblatt GmbH in Düsseldorf. Zu dieser Holding gehören mehrere Verlage (vgl. Grafik zur RP) mit einer Gesamtauflage von weit über 1 Mio. Exemplaren. Basierend auf der 50-Prozent-Beteiligung an der Holding entfällt

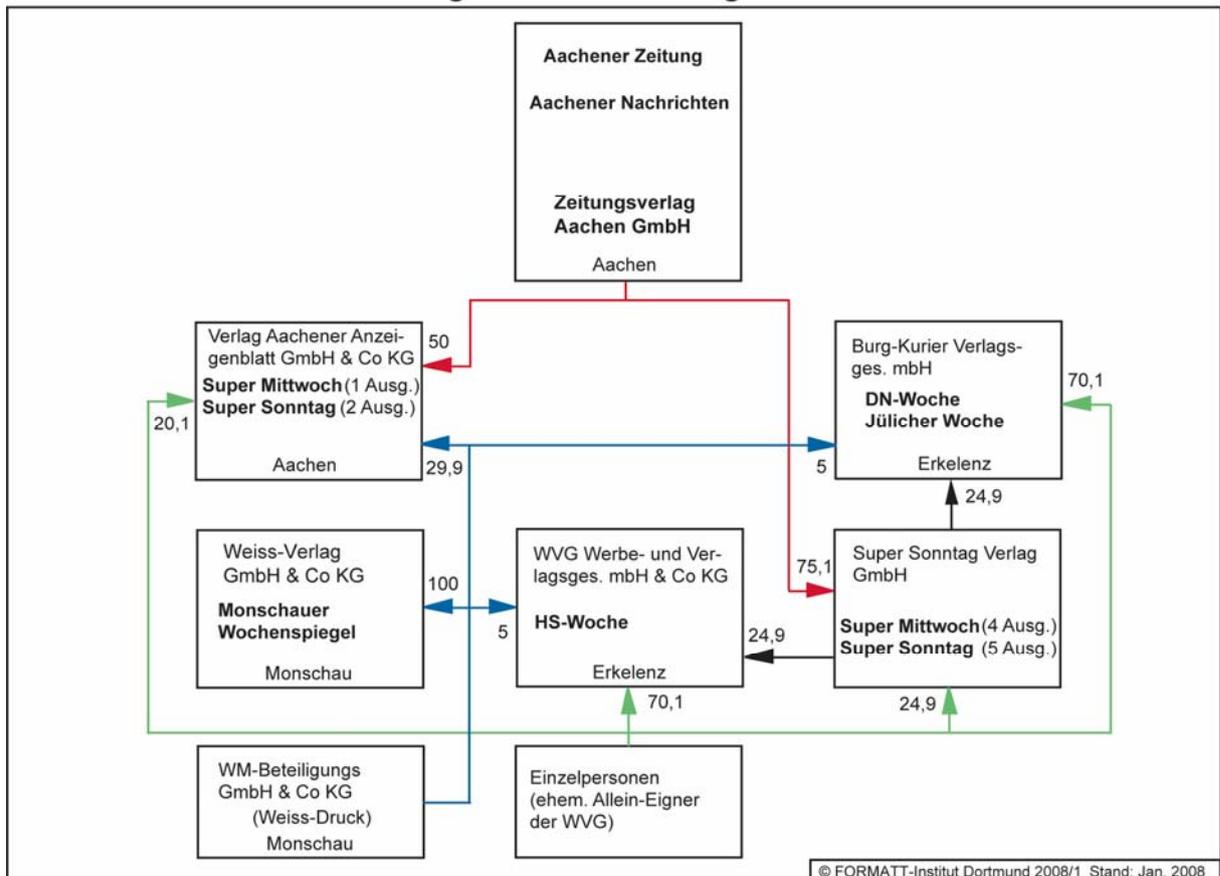
eine Hälfte der Auflage auf die Verlagsgruppe Girardet. Hinzu kommt die Rundschau Verlagsgesellschaft in Wuppertal mit knapp 350.000 Exemplaren. Damit erreicht Girardet eine anteilige Gesamtauflage von gut 1 Mio. Exemplaren.

Mit einer anteiligen Gesamtauflage von 870.000 Exemplaren liegt die Verlagsgruppe um die **Ruhr Nachrichten** in Dortmund auf Rang 6. Wesentlich dabei ist das Gemeinschaftsunternehmen mit dem WAZ-Konzern, die Ostruhr Anzeigenblattgesellschaft, die anteilig eine Auflage von 600.000 Exemplaren in die Gruppe einbringt. Anteilig weitere 200.000 Exemplare gehen auf das Konto des k + s Verlags in Münster, an dem die Verlagsgruppe gleichfalls mit 50 Prozent beteiligt ist. Kleinere Auflagen steuern drei weitere Verlage zu.

Eine Gesamtauflage von gewichtet 725.000 Exemplaren verlegt die Panorama Verlags- und Werbegesellschaft mbH in Bielefeld. Sie gehört vollständig zur Verlagsgruppe um das **Westfalen-Blatt**. Die Titel der Panorama verfügen in Ostwestfalen überwiegend über herausragende Marktpositionen. Dies ist auch auf die weitgehende Abstinenz des Wettbewerbers *Neue Westfälische (NW)* im Anzeigenblattmarkt zurückzuführen. Der Verlag der *NW* ist nach Rückschlägen bei einem späten Start mit inzwischen wieder eingestellten Titeln in der Anzeigenblatt-Branche kaum noch aktiv.

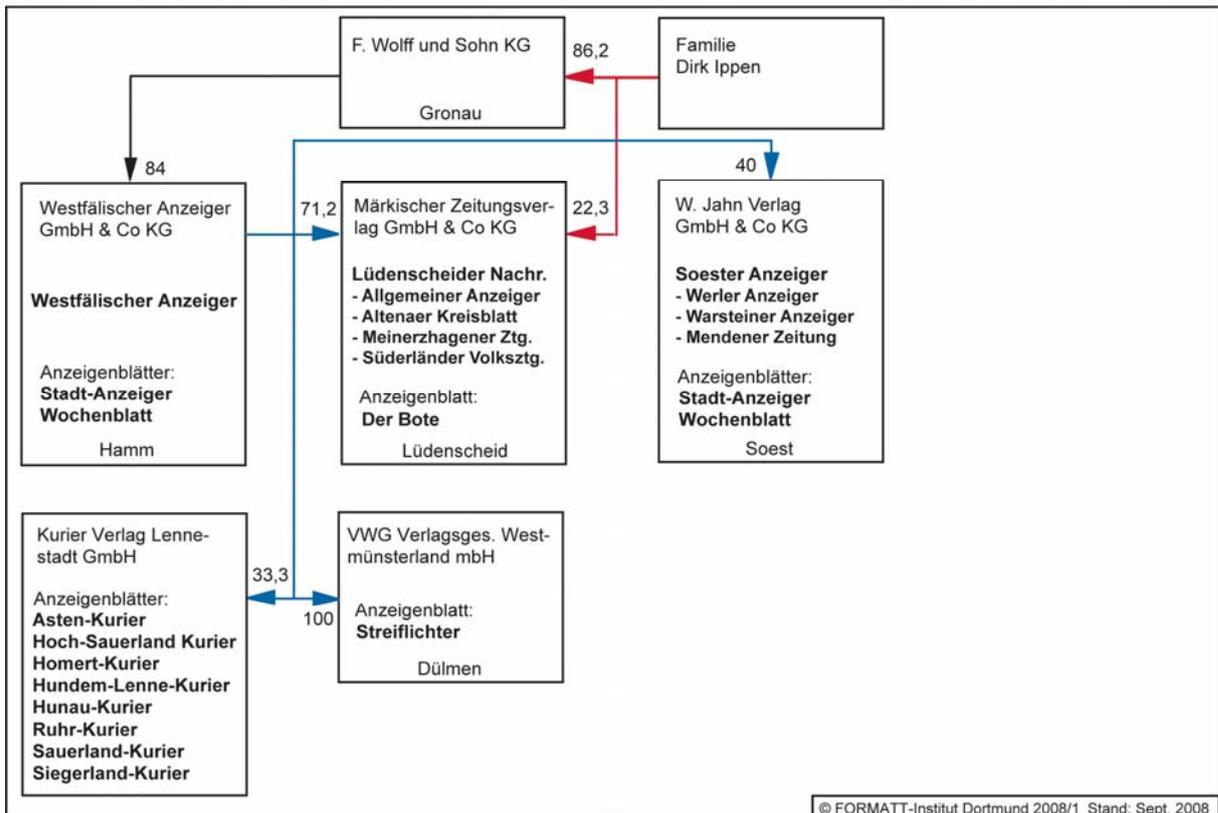
Der **Zeitungsverlag Aachen** (*Aachener Nachrichten, Aachener Zeitung*) liegt mit anteilig knapp 675.000 Exemplaren auf Rang 8. Die Gesamtauflage wird ausschließlich im Verbreitungsgebiet der beiden Tageszeitungen erreicht. Durch eine umfangreiche Neuordnung von Beteiligungsverhältnissen sind frühere Wettbewerber im Raum Aachen heute Partner des Zeitungsverlags. An fast allen großen Wochentiteln ist der Zeitungsverlag Aachen heute direkt oder indirekt beteiligt (vgl. Grafik). Zu den Partnern gehört auch der Weiss-Verlag in Monschau, der bundesweit zu den großen Anzeigenblatt-Anbietern gehört, in seiner Stammregion NRW aber eher schwach vertreten ist. Die Kapitalverflechtungen unter den Anzeigenblattverlagen in der Region Aachen sind relativ kompliziert.

Anzeigenblätter in der Region Aachen



Sehr auflagenstark ist auch die **Ippen-Gruppe** mit diversen Titeln in Westfalen. Insgesamt erreichen die Titel eine Auflage von annähernd 1,2 Mio. Exemplaren. Am auflagenstärksten Verlag der Gruppe, dem Kurier Verlag in Lennestadt, besteht allerdings nur eine Beteiligung in Höhe von einem Drittel der Anteile, so dass die anteilige Gesamtauflage deutlich geringer ist. Der Kurier Verlag verbreitet seine Titel außerhalb der Verbreitungsgebiete der Tageszeitungen der Ippen-Gruppe. Für die Zeitungsbranche ist dies eher ungewöhnlich. Die übrigen Anzeigenblätter der Ippen-Gruppe werden von ihren Zeitungsverlagen verbreitet. Die Ippen-Gruppe hält mit einer anteiligen gewichteten Auflage von 670.000 Exemplaren Rang 9 unter den auflagenstärksten Verlagsgruppen. Auch außerhalb von NRW gibt sie eine Vielzahl von Titeln heraus.

Anzeigenblätter der Verlagsgruppe Ippen in NRW



Die Verlagsgruppe des Unternehmers **Lindenlaub** ist die einzige der führenden Gruppen ohne Verflechtungen mit Zeitungsunternehmen. Die Gruppe verbreitet diverse Ausgaben des *wochenkurier* hauptsächlich im Städte-Dreieck Dortmund-Hagen-Schwerte. Sie steht dabei überall im Wettbewerb mit anderen Wochentiteln, insbesondere mit jenen der Ostruhr Anzeigenblattgesellschaft (ORA) bzw. der WVV Westdeutschen Verlags- und Werbegesellschaft. Die Gesamtauflage von anteilig 600.000 Exemplaren wird überwiegend in Dortmund und in Hagen verbreitet.

Tab. 2.4: Die größten Verlagsgruppen in NRW

| Rang | Verlagsgruppe | Anzahl Ausgaben | Verteilte Auflage | Anteilige gewichtete Auflage |
|------|----------------------|-----------------|-------------------|------------------------------|
| 1 | WAZ-Konzern | 177 | 5.831.900 | 5.184.400 |
| 2 | Rheinische Post | 66 | 2.501.600 | 1.602.900 |
| 3 | DuMont Schauberg | 64 | 2.488.000 | 1.030.100 |
| 4 | Heinen | 64 | 2.488.000 | 1.030.100 |
| 5 | Westdeutsche Zeitung | 15 | 1.709.500 | 1.025.800 |
| 6 | Ruhr Nachrichten | 44 | 1.725.200 | 870.000 |
| 7 | Westfalen-Blatt | 18 | 788.800 | 734.800 |
| 8 | Aachen | 23 | 968.000 | 671.800 |
| 9 | Ippen | 31 | 1.171.500 | 667.100 |
| 10 | Lindenlaub | 24 | 612.400 | 603.700 |
| | gesamt | 526 | 20.284.900 | 13.420.600 |

Tab. 2.5: Verlagsgruppe WAZ

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichte-te Auflage | An-zahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|--|------------|--------|-------------------|-------------------------------|---------------|--------|-------------------|
| Lüner Anzeiger | ORA | 50% | 33.050 | 33.050 | 2 | wö | 66.100 |
| Lüner Anzeiger (Wochenende) | ORA | 50% | 33.050 | 33.050 | 2 | wö | 66.100 |
| Ruhr-Anzeiger Schwerte | ORA | 50% | 14.000 | 14.000 | 1 | wö | 28.000 |
| Stadt Anzeiger (Dortmund) | ORA | 50% | 139.700 | 139.700 | 9 | wö | 280.000 |
| Stadtanzeiger Castrop (Wo- chenende) | ORA | 50% | 19.300 | 19.300 | 1 | wö | 38.600 |
| Stadtanzeiger Castrop-Rauxel | ORA | 50% | 19.300 | 19.300 | 1 | wö | 38.600 |
| Stadtspiegel (Bochum) | ORA | 50% | 96.500 | 96.500 | 5 | wö | 193.000 |
| Stadtspiegel (Bochum) (Wo- chenende) | ORA | 50% | 96.500 | 96.500 | 5 | wö | 193.000 |
| Stadtspiegel (Bottrop) | ORA | 50% | 29.500 | 29.500 | 1 | wö | 59.000 |
| Stadtspiegel (Bottrop) (Wo- chenende) | ORA | 50% | 29.500 | 29.500 | 1 | wö | 59.000 |
| Stadtspiegel (Dorsten) | ORA | 50% | 19.350 | 19.350 | 1 | wö | 38.700 |
| Stadtspiegel (Gladbeck) | ORA | 50% | 19.050 | 19.050 | 1 | wö | 38.100 |
| Stadtspiegel (Haltern) | ORA | 50% | 7.900 | 7.900 | 1 | wö | 15.800 |
| Witten-Aktuell | ORA | 50% | 25.750 | 25.750 | 1 | wö | 51.000 |
| Witten-Aktuell (Wochenende) | ORA | 50% | 25.750 | 25.750 | 1 | wö | 51.000 |
| | | | 608.000 | 608.000 | 33 | | 1.216.000 |
| Wochenblick (Bochum) | WAZ-Medien | 100% | 121.000 | 121.000 | 1 | wö | 121.000 |
| Wochenblick (Bottrop) | WAZ-Medien | 100% | 31.300 | 31.300 | 1 | wö | 31.300 |
| Wochenblick (Ennepetal) | WAZ-Medien | 100% | 27.600 | 27.600 | 1 | wö | 27.600 |
| Wochenblick (Essen) | WAZ-Medien | 100% | 172.800 | 172.800 | 1 | wö | 172.800 |
| Wochenblick (Gelsenkirchen) | WAZ-Medien | 100% | 95.000 | 95.000 | 1 | wö | 95.000 |
| Wochenblick (Gladbeck) | WAZ-Medien | 100% | 19.500 | 19.500 | 1 | wö | 19.500 |
| Wochenblick (Hagen) | WAZ-Medien | 100% | 57.500 | 57.500 | 1 | wö | 57.500 |
| Wochenblick (Mülheim) | WAZ-Medien | 100% | 49.300 | 49.300 | 1 | wö | 49.300 |
| Wochenblick (Oberhausen) | WAZ-Medien | 100% | 62.300 | 62.300 | 1 | wö | 62.300 |
| Wochenblick (Velbert) | WAZ-Medien | 100% | 39.300 | 39.300 | 1 | wö | 39.300 |
| Wochenblick (Witten) | WAZ-Medien | 100% | 37.500 | 37.500 | 1 | wö | 37.500 |
| | | | 713.100 | 713.100 | 11 | | 713.100 |
| Borbeck Kurier (Mi.) | WVW | 100% | 44.300 | 44.300 | 1 | wö | 44.300 |
| Borbeck Kurier (Sa.) | WVW | 100% | 44.300 | 44.300 | 1 | wö | 44.300 |
| Gocher Wochenblatt | WVW | 100% | 20.400 | 20.400 | 1 | wö | 20.400 |
| Gocher Wochenblatt (So.) | WVW | 100% | 20.400 | 20.400 | 1 | wö | 20.400 |
| Kettwig Kurier (Mi.) | WVW | 100% | 12.100 | 12.100 | 1 | wö | 12.100 |
| Kettwig Kurier (Sa.) | WVW | 100% | 12.100 | 12.100 | 1 | wö | 12.100 |
| Klever Wochenblatt | WVW | 100% | 36.600 | 36.600 | 1 | wö | 36.600 |
| Klever Wochenblatt (So.) | WVW | 100% | 36.600 | 36.600 | 1 | wö | 36.600 |
| Location Magazin Duisburg | WVW | 100% | 13.000 | 2.990 | 1 | mo | 13.000 |
| Location Magazin Essen | WVW | 100% | 12.500 | 2.875 | 1 | mo | 12.500 |
| Location Magazin Mülheim | WVW | 100% | 12.800 | 2.944 | 1 | mo | 12.800 |
| Location Magazin Oberhausen | WVW | 100% | 13.000 | 2.990 | 1 | mo | 13.000 |
| Mülheimer Woche | WVW | 100% | 91.700 | 91.700 | 3 | wö | 91.700 |
| Mülheimer Woche (Sa.) | WVW | 100% | 91.700 | 91.700 | 3 | wö | 91.700 |
| Niederrhein-Anzeiger | WVW | 100% | 53.600 | 53.600 | 2 | wö | 53.600 |
| Nord-Anzeiger (Essen) | WVW | 100% | 74.800 | 74.800 | 2 | wö | 74.800 |
| Nord-Anzeiger (Essen; Sa.) | WVW | 100% | 74.800 | 74.800 | 2 | wö | 74.800 |
| Rhein-Bote (Düsseldorf) | WVW | 100% | 296.800 | 296.800 | 9 | wö | 296.800 |
| Ruhr Kurier (Essen) | WVW | 100% | 26.900 | 26.900 | 2 | wö | 26.900 |
| Ruhr Kurier (Sa.) | WVW | 100% | 26.900 | 26.900 | 1 | wö | 26.900 |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|-----|------|------------------|------------------|-----|----|------------------|
| Stadt-Anzeiger (Emmerich; Mi.) | WVW | 100% | 26.300 | 26.300 | 1 | wö | 26.300 |
| Stadt-Anzeiger (Emmerich; So.) | WVW | 100% | 26.300 | 26.300 | 1 | wö | 26.300 |
| Stadt-Anzeiger (Hagen) | WVW | 100% | 94.300 | 94.300 | 4 | wö | 94.300 |
| Stadt-Anzeiger (Hagen; So.) | WVW | 100% | 94.300 | 94.300 | 4 | wö | 94.300 |
| Stadt-Anzeiger (Herdecke; Mi.) | WVW | 100% | 27.800 | 27.800 | 1 | wö | 27.800 |
| Stadt-Anzeiger (Herdecke; So.) | WVW | 100% | 27.800 | 27.800 | 1 | wö | 27.800 |
| Stadt-Anzeiger (Velbert; MI.) | WVW | 100% | 56.600 | 56.600 | 2 | wö | 56.600 |
| Stadt-Anzeiger (Velbert; Sa.9 | WVW | 100% | 56.600 | 56.600 | 2 | wö | 56.600 |
| Stadtspiegel (Fröndenberg; Mi.) | WVW | 100% | 14.800 | 14.800 | 1 | wö | 14.800 |
| Stadtspiegel (Fröndenberg; So.) | WVW | 100% | 14.800 | 14.800 | 1 | wö | 14.800 |
| Stadtspiegel (Gelsenkirchen) | WVW | 100% | 135.700 | 135.700 | 3 | wö | 135.700 |
| Stadtspiegel (Hattingen; Mi.) | WVW | 100% | 33.900 | 33.900 | 1 | wö | 33.900 |
| Stadtspiegel (Hattingen; Sa.) | WVW | 100% | 33.900 | 33.900 | 1 | wö | 33.900 |
| Stadtspiegel (Iserlohn; So.) | WVW | 100% | 48.800 | 48.800 | 2 | wö | 48.800 |
| Stadtspiegel (Iserlohner/ Hemer) | WVW | 100% | 66.000 | 66.000 | 2 | wö | 66.000 |
| Stadtspiegel (Menden; Mi.) | WVW | 100% | 32.500 | 32.500 | 1 | wö | 32.500 |
| Stadtspiegel (Menden; So.) | WVW | 100% | 32.500 | 32.500 | 1 | wö | 32.500 |
| Stadtspiegel (Recklinghausen) | WVW | 100% | 173.500 | 173.500 | 5 | wö | 173.500 |
| Stadtspiegel (Unna/Kamen) | WVW | 100% | 86.800 | 86.800 | 2 | wö | 86.800 |
| Steeler Kurier (Essen; Mi.) | WVW | 100% | 40.200 | 40.200 | 1 | wö | 40.200 |
| Steeler Kurier (Sa.) | WVW | 100% | 40.200 | 40.200 | 1 | wö | 40.200 |
| Süd-Anzeiger (Essen; Mi.) | WVW | 100% | 84.600 | 84.600 | 2 | wö | 84.600 |
| Süd-Anzeiger (Essen; Sa.) | WVW | 100% | 84.600 | 84.600 | 2 | wö | 84.600 |
| wap (Ennepetal; Mi.) | WVW | 100% | 48.700 | 48.700 | 3 | wö | 48.700 |
| wap (Ennepetal; Sa.) | WVW | 100% | 48.700 | 48.700 | 3 | wö | 48.700 |
| wap Lüdenscheid | WVW | 100% | 90.200 | 90.200 | 4 | wö | 90.200 |
| Werden Kurier (Mi.) | WVW | 100% | 11.000 | 11.000 | 1 | wö | 11.000 |
| Werden Kurier (Sa.) | WVW | 100% | 11.000 | 11.000 | 1 | wö | 11.000 |
| Weseler, Der | WVW | 100% | 39.200 | 39.200 | 1 | wö | 39.200 |
| West-Anzeiger (Essen; Mi.) | WVW | 100% | 32.400 | 32.400 | 1 | wö | 32.400 |
| West-Anzeiger (Essen; Sa.) | WVW | 100% | 32.400 | 32.400 | 1 | wö | 32.400 |
| Wochen-Anzeiger (Arnsberg; Mi.) | WVW | 100% | 54.700 | 54.700 | 2 | wö | 54.700 |
| Wochen-Anzeiger (Arnsberg; Sa.) | WVW | 100% | 54.700 | 54.700 | 2 | wö | 54.700 |
| Wochen-Anzeiger (Duisburg; Mi.) | WVW | 100% | 243.200 | 243.200 | 8 | wö | 243.200 |
| Wochen-Anzeiger (Duisburg; Sa.) | WVW | 100% | 243.200 | 243.200 | 8 | wö | 243.200 |
| Wochenanzeiger (Hilden; Mi.) | WVW | 100% | 73.100 | 73.100 | 3 | wö | 73.100 |
| Wochenanzeiger (Hilden; Sa.) | WVW | 100% | 73.100 | 73.100 | 3 | wö | 73.100 |
| Wochen-Anz. Oberhausen (Mi.) | WVW | 100% | 110.600 | 110.600 | 3 | wö | 110.600 |
| Wochen-Anz. Oberhausen (Sa.) | WVW | 100% | 110.600 | 110.600 | 3 | wö | 110.600 |
| Wochenblatt (Herne; Mi.) | WVW | 100% | 86.300 | 86.300 | 2 | wö | 86.300 |
| Wochenblatt (Herne; So.) | WVW | 100% | 86.300 | 86.300 | 2 | wö | 86.300 |
| Wochen-Magazin (Moers) | WVW | 100% | 89.800 | 89.800 | 3 | wö | 89.800 |
| Xantener, Der | WVW | 100% | 15.500 | 15.500 | 1 | wö | 15.500 |
| | | | 3.902.800 | 3.863.299 | 133 | | 3.902.800 |
| Gesamt | | | 5.223.900 | 5.184.399 | 177 | | 5.831.900 |

Tab. 2.6: Verlagsgruppe Rheinische Post

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Tur-nus | Verteilte Auflage |
|--|------------------------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|---------|-------------------|
| De Dumeklemmer (zuvor: Der Raterger) | City Anzeigenblatt | 50% | 22.850 | 22.850 | 1 | wö | 45.700 |
| Düsseldorfer Anzeiger | City Anzeigenblatt | 50% | 148.000 | 148.000 | 9 | wö | 296.000 |
| Lokalanzeiger Erkrath | City Anzeigenblatt | 50% | 10.550 | 10.550 | 1 | wö | 21.100 |
| Lokalanzeiger Haan | City Anzeigenblatt | 50% | 6.350 | 6.350 | 1 | wö | 12.700 |
| Lokalanzeiger Hilden | City Anzeigenblatt | 50% | 13.800 | 13.800 | 1 | wö | 27.600 |
| Lokalanzeiger Langenfeld | City Anzeigenblatt | 50% | 13.000 | 13.000 | 1 | wö | 26.000 |
| Lokalanzeiger Monheim | City Anzeigenblatt | 50% | 9.050 | 9.050 | 1 | wö | 18.100 |
| Schaufenster Mettmann | City Anzeigenblatt | 50% | 10.250 | 10.250 | 1 | wö | 20.500 |
| | | | 233.850 | 233.850 | 16 | | 467.700 |
| Extra Tip am Sonntag (Krefeld/Kempfen) | City Anzeigenblatt Krefeld | | 77.150 | 77.150 | 2 | wö | 154.300 |
| Stadt-Spiegel (Kempfen) | City Anzeigenblatt Krefeld | 50% | 17.200 | 17.200 | 2 | wö | 34.400 |
| Stadt-Spiegel (Krefeld) | City Anzeigenblatt Krefeld | 50% | 59.900 | 59.900 | 3 | wö | 119.800 |
| | | | 154.250 | 154.250 | 7 | | 308.500 |
| Stadt-Spiegel (Mönchengl.) | City Anzeigenblatt Mönchengladbach | 50% | 85.650 | 85.650 | 2 | wö | 171.300 |
| | | | 85.650 | 85.650 | 2 | | 171.300 |
| Stadt-Spiegel (Viersen) | City Anzeigenblatt Viersen | 50% | 37.300 | 37.300 | 1 | wö | 74.600 |
| | | | 37.300 | 37.300 | 1 | | 74.600 |
| Heimat-Anzeiger | Heimatanzeiger Anzeigenblatt | 24,8% | 3.174 | 3.174 | 1 | wö | 12.800 |
| | | | 3.174 | 3.174 | 1 | | 12.800 |
| Erft-Kurier | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 20.300 | 20.300 | 1 | wö | 40.600 |
| Erft-Kurier zum Sonntag | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 24.350 | 24.350 | 1 | wö | 48.700 |
| Extra Tip (Kaarst) | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 9.650 | 9.650 | 1 | wö | 19.300 |
| kaarster stadtspiegel | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 9.500 | 9.500 | 1 | wö | 19.000 |
| Korschenbroicher Stadt-Kurier | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 7.750 | 7.750 | 1 | wö | 15.500 |
| Stadt-Kurier (Neuss) | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 35.750 | 35.750 | 1 | wö | 71.500 |
| Stadt-Kurier zum Sonntag | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 35.850 | 35.850 | 1 | wö | 71.700 |
| top-Kurier (Jüchen) | Kurier-Verlag GmbH (Neuss) | 50% | 5.500 | 5.500 | 1 | wö | 11.000 |
| | | | 148.650 | 148.650 | 8 | | 297.300 |
| Meerbuscher Nachrichten | LW Lokale Wochenblatt GmbH | 50% | 13.500 | 13.500 | 1 | wö | 27.000 |
| Willicher Nachrichten | LW Lokale Wochenblatt GmbH | 50% | 11.550 | 11.550 | 1 | wö | 23.100 |
| | | | 25.050 | 25.050 | 2 | | 50.100 |
| LN Lokal-Nachrichten (Duisburg-Rhein.) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 37.500 | 37.500 | 1 | wö | 37.500 |

| | | | | | | | |
|--|---------------------------------|------|------------------|------------------|-----------|----|------------------|
| LN Lokal-Nachrichten (Moers) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 64.400 | 64.400 | 1 | wö | 64.400 |
| LN Lokal-Nachrichten (Neuk.-Vluyn) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 43.500 | 43.500 | 1 | wö | 43.500 |
| stadt-panorama (Dinslaken) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 65.900 | 65.900 | 1 | wö | 65.900 |
| stadt-panorama (Duisburg) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 220.500 | 220.500 | 5 | wö | 220.500 |
| stadt-panorama (Moers) | Niederrhein Verlag und Mediens. | 100% | 83.500 | 83.500 | 1 | wö | 83.500 |
| | | | 515.300 | 515.300 | 10 | | 515.300 |
| Niederrhein-Nachr. Wochenende (Kleve) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 54.300 | 54.300 | 3 | wö | 54.300 |
| Niederrhein-Nachrichten (Geldern) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 37.400 | 37.400 | 1 | wö | 37.400 |
| Niederrhein-Nachrichten (Goch) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 16.600 | 16.600 | 1 | wö | 16.600 |
| Niederrhein-Nachrichten (Kevelaer) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 15.700 | 15.700 | 1 | wö | 15.700 |
| Niederrhein-Nachrichten (Kleve) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 37.800 | 37.800 | 1 | wö | 37.800 |
| Niederrhein-Nachrichten (Xanten) | Niederrhein-Nachrichten | 100% | 33.600 | 33.600 | 1 | wö | 33.600 |
| | | | 195.400 | 195.400 | 8 | | 195.400 |
| Extra Tip am Sonntag (Meerbusch/Willich) | Report Anzeigenblatt GmbH | 50% | 25.000 | 25.000 | 2 | wö | 50.000 |
| Extra Tip am Sonntag (Viersen) | Report Anzeigenblatt GmbH | 50% | 37.200 | 37.200 | 5 | wö | 74.400 |
| Extra Tipp am Sonntag (M'gladbach) | Report Anzeigenblatt GmbH | 50% | 85.400 | 85.400 | 1 | wö | 170.800 |
| | | | 147.600 | 147.600 | 8 | | 295.200 |
| Lokal-Anzeiger (Grevenbroich) | Rhein-Erft-Verlag | 50% | 11.700 | 11.700 | 1 | wö | 23.400 |
| Lokal-Anzeiger (Neuss) | Rhein-Erft-Verlag | 50% | 45.000 | 45.000 | 2 | wö | 90.000 |
| | | | 56.700 | 56.700 | 3 | | 113.400 |
| | | | | | | | |
| Gesamt | | | 1.602.924 | 1.602.924 | 66 | | 2.501.600 |

Tab. 2.7: Verlagsgruppe DuMont Schauberg

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|------------------------------------|-----------------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| bergisches handelsblatt | Bergisches Handelsbl | 50% | 47.100 | 47.100 | 2 | wö | 94.200 |
| bergisches sonntagsblatt | Bergisches Handelsbl | 50% | 46.550 | 46.550 | 1 | wö | 93.100 |
| | | | 93.650 | 93.650 | 3 | | 187.300 |
| Blickpunkt am Sonntag (Euskirchen) | EWI Euskirchener Werbe-Info | 50% | 32.950 | 32.950 | 1 | wö | 65.900 |
| | | | 32.950 | 32.950 | 1 | | 65.900 |
| Kölner Wochenspiegel | Kölner Anzeigenbl. | 50% | 262.450 | 262.450 | 14 | wö | 524.900 |
| Porzer Wochenende | Kölner Anzeigenbl. | 50% | 23.300 | 23.300 | 1 | wö | 46.600 |
| | | | 285.750 | 285.750 | 15 | | 571.500 |
| lokale information | Leverkusener Anz. | 50% | 52.550 | 52.550 | 4 | wö | 105.100 |
| wochenende (Leverkusen) | Leverkusener Anz. | 50% | 52.900 | 52.900 | 1 | wö | 105.800 |
| | | | 105.450 | 105.450 | 5 | | 210.900 |
| anzeigen-echo | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 43.550 | 43.550 | 1 | wö | 87.100 |
| Gummersbacher Stadtmagazin | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 17.400 | 4.002 | 1 | mo | 34.800 |
| Lokalanzeiger (Waldbröl) | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 19.150 | 19.150 | 1 | wö | 38.300 |
| | | | 80.100 | 66.702 | 3 | | 160.200 |
| Hennefer Stadt Magazin | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 6.393 | 1.470 | 1 | mo | 19.200 |
| Schaufenster (Bonn) | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 78.388 | 78.388 | 4 | wö | 235.400 |
| Stadt Magazin Eitorf/Windeck | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 7.259 | 1.669 | 1 | mo | 21.800 |
| Stadt Magazin Sankt Augustin | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 8.291 | 1.907 | 1 | mo | 24.900 |
| Stadt Magazin Siegburg, Lohmar | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 15.750 | 3.622 | 1 | mo | 47.300 |
| | | | 115.284 | 86.259 | 8 | | 346.200 |
| Sonntagspost | SPO Sonntags Post | 50% | 94.700 | 94.700 | 7 | wö | 189.400 |
| | | | 94.700 | 94.700 | 7 | | 189.400 |
| Brühler Markt Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 11.900 | 2.737 | 1 | mo | 23.800 |
| Erfstadt-Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 12.200 | 2.806 | 1 | mo | 24.400 |
| Hürther Stadt Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 14.300 | 3.289 | 1 | mo | 28.600 |
| Kölner Süden | Verlag Anzeigen | 50% | 16.100 | 3.703 | 1 | mo | 32.200 |
| Wesseling Stadt Magazin. | Verlag Anzeigen | 50% | 10.300 | 2.369 | 1 | mo | 20.600 |
| Wochenende | Verlag Anzeigen | 50% | 39.400 | 39.400 | 3 | wö | 78.800 |
| | | | 104.200 | 54.304 | 8 | | 208.400 |
| Brühler Schloss Bote | VSW Verlag | 50% | 20.600 | 20.600 | 1 | wö | 41.200 |
| Werbekurier | VSW Verlag | 50% | 9.950 | 9.950 | 1 | wö | 19.900 |
| | | | 30.550 | 30.550 | 2 | | 61.100 |
| Extra-Blatt (Siegburg) | VWP Verlag | 33,3% | 62.071 | 62.071 | 7 | wö | 186.400 |
| wochenende (Siegburg) | VWP Verlag | 33,3% | 65.101 | 65.101 | 1 | wö | 195.500 |
| | | | 127.172 | 127.172 | 8 | | 381.900 |
| werbepost | Werbepost Anz. | 50% | 52.600 | 52.600 | 4 | wö | 105.200 |
| | | | 52.600 | 52.600 | 4 | | 105.200 |
| | | | | | | | |
| Gesamt | | | 1.122.406 | 1.030.087 | 64 | | 2.488.000 |

Tab. 2.8: Verlagsgruppe Heinen

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|------------------------------------|-----------------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| bergisches handelsblatt | Bergisches Handelsbl | 50% | 47.100 | 47.100 | 2 | wö | 94.200 |
| bergisches sonntagsblatt | Bergisches Handelsbl | 50% | 46.550 | 46.550 | 1 | wö | 93.100 |
| | | | 93.650 | 93.650 | 3 | | 187.300 |
| Blickpunkt am Sonntag (Euskirchen) | EWI Euskirchener Werbe-Info | 50% | 32.950 | 32.950 | 1 | wö | 65.900 |
| | | | 32.950 | 32.950 | 1 | | 65.900 |
| Kölner Wochenspiegel | Kölner Anzeigenbl. | 50% | 262.450 | 262.450 | 14 | wö | 524.900 |
| Porzer Wochenende | Kölner Anzeigenbl. | 50% | 23.300 | 23.300 | 1 | wö | 46.600 |
| | | | 285.750 | 285.750 | 15 | | 571.500 |
| lokale information | Leverkusener Anz. | 50% | 52.550 | 52.550 | 4 | wö | 105.100 |
| wochenende (Leverkusen) | Leverkusener Anz. | 50% | 52.900 | 52.900 | 1 | wö | 105.800 |
| | | | 105.450 | 105.450 | 5 | | 210.900 |
| anzeigen-echo | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 43.550 | 43.550 | 1 | wö | 87.100 |
| Gummersbacher Stadtmagazin | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 17.400 | 4.002 | 1 | mo | 34.800 |
| Lokalanzeiger (Waldbröl) | Oberbergische Anzeigenblatt | 50% | 19.150 | 19.150 | 1 | wö | 38.300 |
| | | | 80.100 | 66.702 | 3 | | 160.200 |
| Hennefer Stadt Magazin | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 6.393 | 1.470 | 1 | mo | 19.200 |
| Schaufenster (Bonn) | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 78.388 | 78.388 | 4 | wö | 235.400 |
| Stadt Magazin Eitorf/Windeck | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 7.259 | 1.669 | 1 | mo | 21.800 |
| Stadt Magazin Sankt Augustin | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 8.291 | 1.907 | 1 | mo | 24.900 |
| Stadt Magazin Siegburg, Lohmar | Rhein-Sieg Anzeigenblatt | 33,3% | 15.750 | 3.622 | 1 | mo | 47.300 |
| | | | 115.284 | 86.259 | 8 | | 346.200 |
| Sonntagspost | SPO Sonntags Post | 50% | 94.700 | 94.700 | 7 | wö | 189.400 |
| | | | 94.700 | 94.700 | 7 | | 189.400 |
| Brühler Markt Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 11.900 | 2.737 | 1 | mo | 23.800 |
| Erfstadt-Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 12.200 | 2.806 | 1 | mo | 24.400 |
| Hürther Stadt Magazin | Verlag Anzeigen | 50% | 14.300 | 3.289 | 1 | mo | 28.600 |
| Kölner Süden | Verlag Anzeigen | 50% | 16.100 | 3.703 | 1 | mo | 32.200 |
| Wesseling Stadt Magaz. | Verlag Anzeigen | 50% | 10.300 | 2.369 | 1 | mo | 20.600 |
| Wochenende | Verlag Anzeigen | 50% | 39.400 | 39.400 | 3 | wö | 78.800 |
| | | | 104.200 | 54.304 | 8 | | 208.400 |
| Brühler Schloss Bote | VSW Verlag | 50% | 20.600 | 20.600 | 1 | wö | 41.200 |
| Werbekurier | VSW Verlag | 50% | 9.950 | 9.950 | 1 | wö | 19.900 |
| | | | 30.550 | 30.550 | 2 | | 61.100 |
| Extra-Blatt (Siegburg) | VWP Verlag | 33,3% | 62.071 | 62.071 | 7 | wö | 186.400 |
| wochenende (Siegburg) | VWP Verlag | 33,3% | 65.101 | 65.101 | 1 | wö | 195.500 |
| | | | 127.172 | 127.172 | 8 | | 381.900 |
| werbepost | Werbepost Anz. | 50% | 52.600 | 52.600 | 4 | wö | 105.200 |
| | | | 52.600 | 52.600 | 4 | | 105.200 |
| | | | | | | | |
| Gesamt | | | 1.122.406 | 1.030.087 | 64 | | 2.488.000 |

Tab. 2.9: Verlagsgruppe Westdeutsche Zeitung

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Tur-nus | Verteilte Auflage |
|--|------------------------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|---------|-------------------|
| De Dumeklemmer (zuvor: Der Ratinger) | City Anzeigenblatt | 50% | 22.850 | 22.850 | 1 | wö | 45.700 |
| Düsseldorfer Anzeiger | City Anzeigenblatt | 50% | 148.000 | 148.000 | 9 | wö | 296.000 |
| Lokalanzeiger Erkrath | City Anzeigenblatt | 50% | 10.550 | 10.550 | 1 | wö | 21.100 |
| Lokalanzeiger Haan | City Anzeigenblatt | 50% | 6.350 | 6.350 | 1 | wö | 12.700 |
| Lokalanzeiger Hilden | City Anzeigenblatt | 50% | 13.800 | 13.800 | 1 | wö | 27.600 |
| Lokalanzeiger Langenfeld | City Anzeigenblatt | 50% | 13.000 | 13.000 | 1 | wö | 26.000 |
| Lokalanzeiger Monheim | City Anzeigenblatt | 50% | 9.050 | 9.050 | 1 | wö | 18.100 |
| Schaufenster Mettmann | City Anzeigenblatt | 50% | 10.250 | 10.250 | 1 | wö | 20.500 |
| | | | 233.850 | 233.850 | 16 | | 467.700 |
| Extra Tip am Sonntag (Krefeld/Kempen) | City Anzeigenblatt Krefeld | 50% | 77.150 | 77.150 | 2 | wö | 154.300 |
| Stadt-Spiegel (Kempen) | City Anzeigenblatt Krefeld | 50% | 17.200 | 17.200 | 2 | wö | 34.400 |
| Stadt-Spiegel (Krefeld) | City Anzeigenblatt Krefeld | 50% | 59.900 | 59.900 | 3 | wö | 119.800 |
| | | | 154.250 | 154.250 | 7 | | 308.500 |
| Stadt-Spiegel (Mönchengladbach) | City Anzeigenblatt Mönchengladbach | 50% | 85.650 | 85.650 | 2 | wö | 171.300 |
| | | | 85.650 | 85.650 | 2 | | 171.300 |
| Stadt-Spiegel (Viersen) | City Anzeigenblatt Viersen GmbH | 50% | 37.300 | 37.300 | 1 | wö | 74.600 |
| | | | 37.300 | 37.300 | 1 | | 74.600 |
| Meerbuscher Nachrichten | LW Lokale | 50% | 13.500 | 13.500 | 1 | wö | 27.000 |
| Willicher Nachrichten | LW Lokale | 50% | 11.550 | 11.550 | 1 | wö | 23.100 |
| | | | 25.050 | 25.050 | 2 | | 50.100 |
| Extra Tip am Sonntag (Meerbusch/Willich) | Report Anzeigenblatt | 50% | 25.000 | 25.000 | 2 | wö | 50.000 |
| Extra Tip am Sonntag (Viersen) | Report Anzeigenbl. | 50% | 37.200 | 37.200 | 5 | wö | 74.400 |
| Extra Tipp am Sonntag (M'gladbach) | Report Anzeigenbl. | 50% | 85.400 | 85.400 | 1 | wö | 170.800 |
| | | | 147.600 | 147.600 | 8 | | 295.200 |
| rundschau am samstag | Rundschau (Wuppertal) | 100% | 144.800 | 144.800 | 1 | wö | 144.800 |
| wülfrather rundschau | Rundschau (Wuppertal) | 100% | 10.300 | 10.300 | 1 | wö | 10.300 |
| wuppertaler rundschau | Rundschau (Wuppertal) | 100% | 187.000 | 187.000 | 12 | wö | 187.000 |
| | | | 342.100 | 342.100 | 14 | | 342.100 |
| | | | | | | | |
| | | | 1.025.800 | 1.025.800 | 50 | | 1.709.500 |

Tab. 2.10: Verlagsgruppe Ruhr Nachrichten

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|-------------------------------------|---------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| Wochenpost (Stadtlohn) | Antonia | 100% | 39.800 | 39.800 | 1 | wö | 39.800 |
| | | | 39.800 | 39.800 | 1 | | 39.800 |
| Dreingau-Zeitung | Dreingau Zeitung | 100% | 11.000 | 11.000 | 1 | wö | 11.000 |
| Dreingau-Zeitung (Wochenende) | Dreingau Zeitung | 100% | 11.000 | 11.000 | 1 | wö | 11.000 |
| | | | 22.000 | 22.000 | 2 | | 22.000 |
| kaufen + sparen | k + s | 50% | 62.600 | 62.600 | 1 | wö | 125.200 |
| Kreis-Kurier (Lüdinghausen) | k + s | 50% | 19.700 | 19.700 | 1 | wö | 39.400 |
| KreisKurier am Sonntag | k + s | 50% | 20.000 | 20.000 | 1 | wö | 40.000 |
| Münsterische Sonntagszeitung | k + s | 50% | 62.600 | 62.600 | 1 | wö | 125.200 |
| Wochen-Anzeiger (Emsdetten) | k + s | 50% | 11.700 | 11.700 | 1 | wö | 23.400 |
| Wochen-Anzeiger (Greven) | k + s | 50% | 9.450 | 9.450 | 1 | wö | 18.900 |
| Wochen-Anzeiger (Steinfurt) | k + s | 50% | 11.550 | 11.550 | 1 | wö | 23.100 |
| | | | 197.600 | 197.600 | 7 | | 395.200 |
| Lüner Anzeiger | ORA | 50% | 33.050 | 33.050 | 2 | wö | 66.100 |
| Lüner Anzeiger (Wochenende) | ORA | 50% | 33.050 | 33.050 | 2 | wö | 66.100 |
| Ruhr-Anzeiger Schwerte | ORA | 50% | 14.000 | 14.000 | 1 | wö | 28.000 |
| Stadt Anzeiger (Dortmund) | ORA | 50% | 140.000 | 140.000 | 9 | wö | 280.000 |
| Stadtanzeiger Castrop (Wochenende) | ORA | 50% | 19.300 | 19.300 | 1 | wö | 38.600 |
| Stadtanzeiger Castrop-Rauxel | ORA | 50% | 19.300 | 19.300 | 1 | wö | 38.600 |
| Stadtspiegel (Bochum) | ORA | 50% | 96.500 | 96.500 | 5 | wö | 193.000 |
| Stadtspiegel (Bochum) (Wochenende) | ORA | 50% | 96.500 | 96.500 | 5 | wö | 193.000 |
| Stadtspiegel (Bottrop) | ORA | 50% | 29.500 | 29.500 | 1 | wö | 59.000 |
| Stadtspiegel (Bottrop) (Wochenende) | ORA | 50% | 29.500 | 29.500 | 1 | wö | 59.000 |
| Stadtspiegel (Dorsten) | ORA | 50% | 19.350 | 19.350 | 1 | wö | 38.700 |
| Stadtspiegel (Gladbeck) | ORA | 50% | 19.050 | 19.050 | 1 | wö | 38.100 |
| Stadtspiegel (Haltern) | ORA | 50% | 7.900 | 7.900 | 1 | wö | 15.800 |
| Witten-Aktuell | ORA | 50% | 25.500 | 25.500 | 1 | wö | 51.000 |
| Witten-Aktuell (Wochenende) | ORA | 50% | 25.500 | 25.500 | 1 | wö | 51.000 |
| | | | 608.000 | 608.000 | 33 | | 1.216.000 |
| Stadt Anzeiger (Coesfeld) | Stadtanzeiger Verl. | 5% | 2.610 | 2.610 | 1 | wö | 52.200 |
| | | | 2.610 | 2.610 | 1 | | 52.200 |
| Gesamt | | | 870.010 | 870.010 | 44 | | 1.725.200 |

Tab. 2.11: Verlagsgruppe Westfalen-Blatt

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|---|-------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| Bad Driburg Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 8.400 | 8.400 | 1 | wö | 8.400 |
| Bad Oeynhausen Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 13.500 | 13.500 | 1 | wö | 13.500 |
| Bielefeld heute | Panorama, Bielef. | 100% | 116.200 | 116.200 | 1 | wö | 116.200 |
| Brakel Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 8.000 | 8.000 | 1 | wö | 8.000 |
| Bünde Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 20.000 | 3.800 | 1 | 10xjäh | 20.000 |
| Herford Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 80.600 | 80.600 | 1 | wö | 80.600 |
| Huxaria Extra | Panorama, Bielef. | 100% | 30.900 | 30.900 | 1 | wö | 30.900 |
| Kurier für den Kreis Gütersloh/Halle | Panorama, Bielef. | 100% | 61.500 | 61.500 | 1 | wö | 61.500 |
| OWL am Sonntag (Bielefeld) | Panorama, Bielef. | 100% | 152.800 | 152.800 | 1 | wö | 152.800 |
| OWL am Sonntag (Bünde/Enger, Spenge) | Panorama, Bielef. | 100% | 31.800 | 31.800 | 2 | wö | 31.800 |
| OWL am Sonntag (Gütersloh) | Panorama, Bielef. | 100% | 42.900 | 42.900 | 1 | wö | 42.900 |
| OWL am Sonntag (Herford/Oeynhausen) | Panorama, Bielef. | 100% | 44.900 | 44.900 | 1 | wö | 44.900 |
| Paderborn heute (zuvor: OWL am Donnersta) | Panorama, Bielef. | 100% | 81.800 | 81.800 | 1 | wö | 81.800 |
| Steinhagen erleben | Panorama, Bielef. | 100% | 9.000 | 2.070 | 1 | mo | 9.000 |
| Steinheim erleben | Panorama, Bielef. | 100% | | | 1 | 5xjäh | |
| Stemwede aktuell | Panorama, Bielef. | 100% | 12.500 | 6.250 | 1 | 2wö | 12.500 |
| Südkurier Brackwede | Panorama, Bielef. | 100% | 43.300 | 43.300 | 1 | wö | 43.300 |
| Versmold erleben | Panorama, Bielef. | 100% | 8.000 | 1.680 | 1 | 11xjäh | 8.000 |
| Werther erleben | Panorama, Bielef. | 100% | 8.200 | 1.066 | 1 | 7xjäh | 8.200 |
| Wir in Löhne | Panorama, Bielef. | 100% | 14.500 | 3.335 | 1 | mo | 14.500 |
| Gesamt | | | 788.800 | 734.800 | 21 | | 788.800 |

Tab. 2.12: Verlagsgruppe Aachen

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|-------------------------------------|--------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| HS-Woche, Die | Burg-Kurier Verlag | 19% | 20.102 | 20.102 | 3 | wö | 107.500 |
| Jülicher Woche | Burg-Kurier Verlag | 19% | 6.190 | 6.190 | 1 | wö | 33.100 |
| | | | 26.292 | 26.292 | 4 | | 140.600 |
| Super Mittwoch (Alsdorf/Herzogenr.) | Super Sonntag | 100% | 44.100 | 44.100 | 2 | wö | 44.100 |
| Super Mittwoch (Baesweiler) | Super Sonntag | 100% | 25.400 | 25.400 | 1 | wö | 25.400 |
| Super Mittwoch (Stolberg) | Super Sonntag | 100% | 26.700 | 26.700 | 1 | wö | 26.700 |
| Super Mittwoch (Würselen) | Super Sonntag | 100% | 21.700 | 21.700 | 1 | wö | 21.700 |
| Super Sonntag (Alsdorf, Baesweiler) | Super Sonntag | 100% | 96.200 | 96.200 | 2 | wö | 96.200 |
| Super Sonntag (Eschweiler/Stolberg) | Super Sonntag | 100% | 70.400 | 70.400 | 2 | wö | 70.400 |
| Super Sonntag (Kreis Düren) | Super Sonntag | 100% | 116.300 | 116.300 | 2 | wö | 116.300 |
| Super Sonntag (Kreis Heinsberg) | Super Sonntag | 100% | 109.600 | 109.600 | 2 | wö | 109.600 |
| | | | 510.400 | 510.400 | 13 | | 510.400 |
| Super Mittwoch / Aachener Woche | Verlag Aach. Anz. | 50% | 52.850 | 52.850 | 3 | wö | 105.700 |
| Super Sonntag (Aachen) | Verlag Aach. Anz. | 50% | 54.850 | 54.850 | 1 | wö | 109.700 |
| Super Sonntag (Südkreis Aachen) | Verlag Aach. Anz. | 50% | 13.400 | 13.400 | 1 | wö | 26.800 |
| | | | 121.100 | 121.100 | 5 | | 242.200 |
| DN-Woche, Die | WVG Werbe- | 19% | 13.988 | 13.988 | 1 | wö | 74.800 |
| | | | 13.988 | 13.988 | 1 | | 74.800 |
| Gesamt | | | 671.780 | 671.780 | 23 | | 968.000 |

Tab. 2.13: Verlagsgruppe Ippen

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Turnus | Verteilte Auflage |
|------------------------------------|----------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|--------|-------------------|
| Asten-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 4.462 | 4.462 | 1 | wö | 13.400 |
| Hoch-Sauerland Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 7.093 | 7.093 | 1 | wö | 21.300 |
| Homert-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 4.029 | 4.029 | 1 | wö | 12.100 |
| Hunau-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 5.494 | 5.494 | 1 | wö | 16.500 |
| Hundem-Lenne-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 8.691 | 8.691 | 2 | wö | 26.100 |
| Ruhr-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 6.660 | 6.660 | 1 | wö | 20.000 |
| Sauerland Kurier am Sonntag (Olpe) | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 39.694 | 39.694 | 2 | wö | 119.200 |
| Sauerland-Kurier | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 11.755 | 11.755 | 2 | wö | 35.300 |
| Sauerland-Kurier am Sonntag (HSK) | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 50.949 | 50.949 | 4 | wö | 153.000 |
| Siegerland Kurier am Sonntag | Kurier Vlg. Lennest. | 33,3% | 38.362 | 38.362 | 4 | wö | 115.200 |
| | | | 177.189 | 177.189 | 19 | | 532.100 |
| Bote, Der | Märk. Zeitungsverl. | 100% | 110.200 | 110.200 | 3 | wö | 110.200 |
| | | | 110.200 | 110.200 | 3 | | 110.200 |
| Streiflichter (Coesfeld) | VWG Verlagsges. | 100% | 22.900 | 22.900 | 1 | wö | 22.900 |
| Streiflichter (Dülmen) | VWG Verlagsges. | 100% | 33.700 | 33.700 | 1 | wö | 33.700 |
| | | | 56.600 | 56.600 | 2 | | 56.600 |
| Stadt-Anzeiger (Menden) | W. Jahn Verlag | 40% | 16.520 | 16.520 | 1 | wö | 41.300 |
| Stadt-Anzeiger (Soest) | W. Jahn Verlag | 40% | 31.400 | 31.400 | 1 | wö | 78.500 |
| Wochenblatt (Menden) | W. Jahn Verlag | 40% | 14.440 | 14.440 | 1 | wö | 36.100 |
| Wochenblatt (Soest) | W. Jahn Verlag | 40% | 30.600 | 30.600 | 1 | wö | 76.500 |
| | | | 92.960 | 92.960 | 4 | | 232.400 |
| Stadt-Anzeiger (Ah-len/Beckum) | Westf. Anzeiger | 100% | 53.600 | 53.600 | 1 | wö | 53.600 |
| Stadt-Anzeiger (Hamm) | Westf. Anzeiger | 100% | 95.300 | 95.300 | 1 | wö | 95.300 |
| Wochenblatt (Hamm) | Westf. Anzeiger | 100% | 91.300 | 91.300 | 1 | wö | 91.300 |
| | | | 240.200 | 240.200 | 3 | | 240.200 |
| Gesamt | | | 667.149 | 667.149 | 31 | | 1.171.500 |

Tab. 2.14: Verlagsgruppe Lindenlaub

| Titel | Verlag | Anteil | Anteilige Auflage | Anteilige-gewichtete Auflage | Anzahl Ausg. | Tur-nus | Verteilte Auflage |
|---------------------------------|------------------------|--------|-------------------|------------------------------|--------------|---------|-------------------|
| wochenkurier (Ennepetal) | Loetz & Dr. Lindenlaub | 80% | 34.880 | 34.880 | 5 | wö | 43.600 |
| | | | 34.880 | 34.880 | | | 43.600 |
| wochenkurier (Dortmund) | Wochenkurier Dortm. | 100% | 233.300 | 233.300 | 4 | wö | 233.300 |
| | | | 233.300 | 233.300 | | | 233.300 |
| Wochenkurier (Iserlohn) | Wochenkurier Iserlohn | 100% | 60.400 | 60.400 | 2 | wö | 60.400 |
| | | | 60.400 | 60.400 | | | 60.400 |
| wochenkurier (Schwerte) | Wochenkurier Schwerte | 100% | 31.100 | 31.100 | 1 | wö | 31.100 |
| | | | 31.100 | 31.100 | | | 31.100 |
| wochenkurier (Hagen) | Wochenkurier-Verlags | 100% | 122.000 | 122.000 | 6 | wö | 122.000 |
| wochenkurier am Sonntag (Hagen) | Wochenkurier-Verlags | 100% | 122.000 | 122.000 | 6 | wö | 122.000 |
| | | | 244.000 | 244.000 | | | 244.000 |
| | | | | | | | |
| Gesamt | | | 603.680 | 603.680 | 24 | | 612.400 |

3. Zeitschriften mit regionaler Verbreitung

Der Markt der Zeitschriften mit lokaler und regionaler Verbreitung ist seit Jahren anhaltend in großer Bewegung. Die Veränderungen betreffen alle Aspekte: Gründung und Einstellung von Titeln; Gründung und Einstellung von Verlagen; der Wechsel der Finanzierung von der verkauften Zeitschrift (mit eher geringer Auflage) zum Kostenlos-Magazin (mit eher hoher Auflage); Vergrößerung und Verkleinerung von Berichts- und Verbreitungsgebieten und letztlich auch Verlagswechsel. Anhaltende Trends in der Branche sind:

- Ausweitung der kostenlosen Verbreitung und Finanzierung ausschließlich über den Werbemarkt. Die Zahl der im Abonnement oder im Einzelverkauf vertriebenen Titel nimmt tendenziell ab.
- Zunahme der Titelzahl insbesondere durch die häufig erstmalige Versorgung kleinstädtischer oder ländlicher Gebiete.

Diese Bewegungen haben selbst nicht vor etablierten Titeln der Branche halt gemacht, die einst zu den ersten Blättern ihrer Art gehört hatten und zunehmend Nachahmungseffekte ausgelöst haben. Beispielsweise ist aus der Traditionszeitschrift *Klenkes* in Aachen ein Kostenlos-Magazin geworden; die *Bonner Illustrierte* verschwand vom Markt, der Titel lebt allein in der zweimal jährlich erscheinende Uni-Ausgabe fort; selbst ein Szene-Magazin mit sehr eigenem redaktionellen Anspruch wie *Marabo* wurde eingestellt.

Hochauflagige Titel sind nach wie vor selten. Die Branche ist sehr klein strukturiert geblieben. Bei der Auflagengröße ragen nur einige Kostenlos-Magazine für großstädtische Ballungsräume heraus, wie etwa *Heinz* mit fünf Ausgaben überwiegend für das Ruhrgebiet und einer Gesamtauflage von 120.000 Exemplaren oder *Coolibri* mit über 200.000 Exemplaren gleichfalls im Ruhrgebiet und auch im Rheinland. Selbst ein Klassiker wie *Prinz* sieht mit seinen drei Ausgaben in Nordrhein-Westfalen und rund 50.000 verkauften Exemplaren dagegen relativ klein aus. (Weitere Ausgaben erscheinen über das Bundesgebiet verstreut.)

Eine Reihe von Titeln hat sich inhaltlich stark spezialisiert, so beispielsweise die Filmtitel mit dem jeweiligen Kinoprogramm der Verlegers Joachim Behrendt (*bio-*

graph; engels; filmjournal u.a.). Der Prokom Verlag in Essen erreicht mit seinem zweimal wöchentlich erscheinenden Titel *Revier Sport* nach eigenen Angaben eine verkaufte Auflage von 45.000 Exemplaren.⁷

Von diesen abgesehen, haben die meisten Titel inhaltlich einen Schwerpunkt mit einem Veranstaltungskalender bzw. Ankündigungen von lokalen Events auf. Diese redaktionellen Angebote weisen zugleich auf die Zielgruppe der Titel hin: junge Leute. Von der optischen Aufmachung bis zur Themenwahl ist dieses verlegerische Konzept der Zielgruppenansprache erkennbar. Nur wenige Titel mit enger lokaler Verbreitung verfolgen andere Konzepte. Mit ihrer spezifisch (sub-)lokalen Themenwahl orientieren sie sich nicht am Alter der Leser. Ähnliches gilt etwa auch für den Titel *Top-Magazin*, ein Sonderling, der von diversen Verlagen für jeweils begrenzte Verbreitungsgebiete herausgegeben wird, wobei die Fluktuation unter den Verlagen groß ist.

Insgesamt werden in NRW inzwischen 183 Titel mit einer Gesamtauflage von 3,2 Mio. Exemplaren verbreitet. Fast alle Verlage haben ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen. Bei der Gesamtauflage ist allerdings zu berücksichtigen, dass die meisten Verlage ihre Auflagenangaben nicht der ivw-Kontrolle unterwerfen. Zudem fehlen bei manchen Titeln Auflagenzahlen gänzlich, weil zuverlässige Informationen nicht zu erhalten waren. Letztlich muss auch berücksichtigt werden, dass die Erscheinungsweise der Titel sehr unterschiedlich ist. Sie reicht von zweimal wöchentlich bis zweimal jährlich. Am häufigsten ist der monatliche Turnus.

Im Jahr 2002 waren nur 99 Titel mit einer Gesamtauflage von 2,1 Mio. Exemplaren in NRW verbreitet worden.⁸ Die Titelzahl hat sich annähernd verdoppelt. Die Gesamtauflage ist dagegen nur um rund 50 Prozent gestiegen. Das zeigt deutlich, dass die großen Märkte bereits 2002 im Wesentlichen besetzt waren und die jüngeren Titel nun in weniger bevölkerungsreichen Gebieten mit entsprechend geringerer Auflage erscheinen.

⁷ Nach Angaben des Verlags schwankt die Auflage und ist abhängig von den jeweiligen Ergebnissen der großen Fußballclubs im Revier.

⁸ Vgl. Pätzold, Ulrich und andere: Strukturen und Angebote lokaler Medien in Nordrhein-Westfalen. Leverkusen-Opladen 2003 (Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 47), hier S. 100ff.

Tab. 3.1: Lokale und regionale Zeitschriften in NRW

| Titel | Verlag | Auflage | Turnus |
|---|--|---------|--------|
| Ausblick Fröndenberg | mediaprint Verlagsgesellschaft mbH | 12000 | 2xj |
| Auto Schau Fenster OWL | Andreas Glasenapp Verlag | 10000 | 11xj |
| bad aachen | VWB Verlag Wirtschaft und Bildung GmbH & Co KG | 26000 | mo |
| Bad Aachen | VWB Verlag Wirtschaft und Bildung GmbH & Co KG | 26000 | mo |
| Ballyhoo | ballyhoo-Magazin | 5500 | mo |
| Bergische Blätter | Bergische Blätter Verlags-Gesellschaft mbH | 10000 | 2wö |
| Bergisches Wirtschaftsblatt | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 14500 | k.A. |
| bielefeld geht aus | Tips-Verlag GmbH | 20000 | 2xj |
| Bielefeld spezial | Tips-Verlag GmbH | 20000 | 5xj |
| Bielefelder | Tips-Verlag GmbH | 24600 | mo |
| Bielefelder Spiegel | Regional Verlag GmbH | 18200 | 2xmo |
| Bilker Bote | AZ Druck + Verlag GmbH | 20000 | mo |
| biograph | biograph Verlag | 41700 | mo |
| Bonewie | Druckerei zum Stickling GmbH | 11500 | mo |
| Bonner Illustrierte Uni Extra-Magazin | Bonner Illustrierte Verlags- und Vertriebsgesellschaft mbH | 0 | 2xj |
| Borbecker Nachrichten | Borbecker Nachrichten Wilhelm Wimmer GmbH & Co KG | 6400 | wö |
| choices Kino.Kultur.Köln | Verlag Joachim Berndt | 45600 | mo |
| CityNews | CityNews Köln GbR | 80000 | 5xj |
| coolibri Düsseldorf | Roland Scherer Verlags- und Werbeservice GmbH | 18000 | mo |
| coolibri Düsseldorf/Wuppertal/Niederrh. | Roland Scherer Verlags- und Werbeservice GmbH | 77600 | mo |
| coolibri Ruhrgebiet | Roland Scherer Verlags- und Werbeservice GmbH | 132200 | mo |
| Cronenberger Anzeiger | Cronenberger Anzeiger Verlag und Buchdruckerei Johannes Eckers | 6000 | wö |
| der eulenspiegel | Eulenspiegel Verlag GmbH | 20000 | 2wö |
| Die Bad Honnefer Wochenzeitung | Die Bad Honnefer Wochenzeitung | 0 | wö |
| Dormagazin | Schaufenster-Verlag GmbH | 12000 | mo |
| duisburger, der | designWerk | 22000 | mo |
| Dürener | Dürener | 7500 | 8xj |
| Düsseldorfer Hefte | VVA Kommunikation GmbH | 6800 | mo |
| Düsseldorfer Wirtschaftsblatt | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 15000 | k.A. |
| Einblick | Einblick Verlag | 20000 | mo |
| EM Das Eifelmagazin | EM Verlag GbR | 55000 | mo |
| EmsBlatt | Designbüro Birgit Vredenburg | 11000 | mo |
| engels | Verlag Joachim Berndt | 31700 | mo |
| ett essener tipps und termine | Schönfeldt & Partner Verlags GmbH | 16000 | 10xj |
| Euregio Kurier | Euregio Verlag | 0 | mo |
| filmjournal | Verlag Joachim Berndt | 20000 | mo |
| flesch | flesch Verlag GmbH | 0 | mo |
| Franzz | Informa Verlag GmbH | 19900 | mo |
| Generation.Brühl | MedienWerkBrühl | 5000 | 4xj |

| | | | |
|--------------------------------------|---|--------|--------|
| GE-Sport | Gill-Aktuell | 7000 | wö |
| GIG (Münster + Osnabrück) | GIG Verlags GmbH | 33300 | mo |
| GIG Uni-GIG | GIG Verlags GmbH | 26300 | 2xjäh |
| GL & Lev Kompakt | GL Verlags GmbH | 14000 | 2mo |
| GLA-Sport | Gill-Aktuell | 7000 | wö |
| Grenzland Nachrichten | Fegers Druck und Verlag GmbH | 10000 | wö |
| GT-Info | Flöttmann Verlag GmbH | 44000 | mo |
| guetsel.de | Christian Schröter AGD | 0 | mo |
| Gütersloh geht aus | Tips-Verlag GmbH | 20000 | 2xjäh |
| Haken | PR-Design & Verlag | 0 | mo |
| Haller Willem | Vogler Druck GmbH & Co KG | 12000 | mo |
| Heft, das | das Heft Zeitschriften Verlag Harald Morsch | 10000 | 11xjäh |
| Heinz - Bochum/Herne | Heinz-Magazin Dortmund Verlags GmbH | 21500 | mo |
| Heinz - Dortmund | Heinz-Magazin Dortmund Verlags GmbH | 24500 | mo |
| Heinz - Duisburg/Oberhausen/Mülheim | Heinz-Magazin Dortmund Verlags GmbH | 22500 | mo |
| Heinz - Essen | Heinz-Magazin Dortmund Verlags GmbH | 25500 | mo |
| Heinz - Wuppertal | Heinz-Magazin Verlags GmbH | 23500 | mo |
| Hindenburger | Marktimpuls GmbH & Co KG | 20000 | 2mo |
| Hülser Mitteilungen | H. Kaltenmeier Söhne Buchdruckerei und Verlag oHG | 4000 | wö |
| IN Stadtmagazine | Grafik Design Schwalm | 150000 | 2mo |
| inside | mrd OHG Druckerei und Verlag | 12300 | 10xjäh |
| Italien | Kulturkooperative Wuppertal e.V. | 12400 | mo |
| Kamen Magazin | Medienverlag am Friedrichsborn GmbH & Co KG | 10500 | mo |
| Kevelaerer Blatt | Kävels Bläthe Zeitungsverlag GmbH | 3700 | wö |
| KingKalli | Verlag um die Ecke | 15000 | 2mo |
| Klenkes Magazin für Aachen | print 'n' press Verlag GmbH | 29770 | mo |
| Kölner Illustrierte | K.I.-Mediengesellschaft mbH | 20800 | mo |
| Kölner Illustrierte UniSpecial | K.I.-Mediengesellschaft mbH | 25100 | 2xjäh |
| Kölner Stadtführer | K.I.-Mediengesellschaft mbH | 25000 | 2xjäh |
| Kult | Kulturraum Niederrhein e.V. | 35800 | 2mo |
| Kulturnews mit City.Mag - Düsseldorf | Bunk Verlags GmbH Zentralredaktion | 23000 | mo |
| Kulturnews mit City.Mag - Köln | Bunk Verlags GmbH Zentralredaktion | 23000 | mo |
| Kulturnews mit City.Mag - Ruhr | Bunk Verlags GmbH Zentralredaktion | 23000 | mo |
| Langenfelder Stadtmagazin | Hildebrandt Verlag | 5000 | mo |
| LebensArt | Aureus Medien und Verlag e.K. | 10500 | mo |
| Leitplanke | Heidrich Verlags GmbH | 11500 | 11xjäh |
| Lemgo magazin | Lemgo Marketing e.V. | 25000 | 4xjäh |
| Lemgo-Magazin | Strohmeier Medien GmbH & Co KG Druck und Verlag | 30000 | mo |
| LH-Information | H. Rademann GmbH Druck- und Medienhaus | 17000 | mo |
| Libelle | Xitix Agentur & Verlag | 30000 | mo |
| Life | Life 2000 Verlags GmbH | 24000 | mo |

| | | | |
|--------------------------------------|--|--------|------|
| Lippeportal | eadmedia | 0 | mo |
| Lippische Wochenschau - insider | Strohmeier Medien GmbH & Co KG Druck und Verlag | 20000 | wö |
| Live - Magazin Köln und Umgebung | K.I.-Mediengesellschaft mbH | 54800 | mo |
| mag - das Magazin für das Ruhrgebiet | 2. Feder Verlags- & Vertriebs GmbH | 0 | mo |
| Massen aktuell | Info Werbung Büscher GmbH | 0 | mo |
| Monheimer Stadtmagazin | Hildebrandt Verlag | 5000 | mo |
| Movie | Pixel Produktion - Gabor Baksay | 17800 | mo |
| münster geht aus | Tips-Verlag GmbH | 0 | 2xj |
| Münster kauft ein | Tips-Verlag GmbH | 20000 | 2xj |
| Münster Service Guide | Tips-Verlag GmbH | 20000 | 2xj |
| Münsterland | Tecklenborg Verlag Inhaber Brigitte Tecklenborg | 12800 | 4xj |
| Münsterland OWL | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 15500 | k.A. |
| na dann... | dvv Druck, Vervielfältigungs- und Vertriebs GmbH | 37500 | wö |
| Nachtflug | Nachtflug Verlags-GmbH | 33000 | 10xj |
| News - Das Magazin | News-Stadtmagazin GmbH & Co KG | 14400 | mo |
| NiederRhein | B.o.s.s Druck und Medien GmbH | 15000 | mo |
| Niederrheinische Hefte | Detlef Fleischer PR | 10000 | 11xj |
| Niersbote | Presse und Kunst Point | 0 | wö |
| Oberbergische Impulse | Journalistenbüro Profil | 11000 | 4xj |
| oberhausener, der | designWerk | 10600 | mo |
| Ortszeit Kamen | mediaprint Verlagsgesellschaft mbH | 0 | mo |
| Ortszeit Unna | mediaprint Verlagsgesellschaft mbH | 0 | mo |
| OWL Wirtschaft regional | Press Medien GmbH & Co KG | 12000 | mo |
| pan | enk verlag gmbh | 10000 | mo |
| Partysan NRW | Partysan Central GmbH | 27700 | mo |
| Prinz - Düsseldorf | Prinz Kommunikation Verwaltungs GmbH & Co Verlags KG | 16800 | mo |
| Prinz - Köln | Prinz Kommunikation Verwaltungs GmbH & Co Verlags KG | 16800 | mo |
| Prinz - Ruhrgebiet | Prinz Kommunikation Verwaltungs GmbH & Co Verlags KG | 16800 | mo |
| PUR | PUR Verlag | 5000 | mo |
| Revier Sport | Prokom Medienberatungs- und Verlags GmbH | 45000 | 2xwö |
| Rheinkiesel | Quartett-Verlag | 15000 | mo |
| Rhein-Ruhr Magazin | Nordis Verlag GmbH | 38000 | 4xj |
| rik-Magazin | Mattei Medien GmbH | 35000 | mo |
| Rodenkirchen - Kölner Bilder-Bogen | Kölner Bilder-Bogen Verlag GmbH | 8000 | mo |
| Scala | Scala Verlag GmbH | 16000 | mo |
| Schnüss - Das Bonner Stadtmagazin | Verein zur Förderung alternativer Medien e. V. | 10100 | mo |
| Schnüss Uni-Magazin | Verein zur Förderung alternativer Medien e. V. | 14800 | 2xj |
| Scoop | Neusser Zeitungsverlag GmbH | 0 | 4xj |
| Siebengebirgs-Zeitung | Anton Uelpenich Druck und Verlag | 5000 | wö |
| smag clublife magazine | VGS Verlagsgruppe Stegenwaller | 124900 | mo |

| | | | |
|--------------------------------|--|-------|------|
| | GmbH | | |
| SoSo | Gerd Heiler-Schwarz | 10000 | mo |
| Stadtanzeiger | Stadtanzeiger Verlag Solingen e.K. | 10000 | mo |
| Stadtmagazin (Castrop-Rauxel) | correctum verlag | 10000 | 2mo |
| Stadtmagazin (Datteln/Waltrop) | correctum verlag | 10000 | 2mo |
| Stadtmagazin (Iserlohn) | correctum verlag | 10000 | 2mo |
| Stadtmagazin (Lünen) | correctum verlag | 10000 | 2mo |
| Stadtmagazin (Witten) | correctum verlag | 10000 | 2mo |
| stadtmagazin hochschul special | MG Medien GmbH | 9900 | 2xj |
| stadtmagazin Krefeld | MG Medien GmbH | 20900 | mo |
| stadtmagazin Mönchengladbach | MG Medien GmbH | 20900 | mo |
| stadtreport | Team 2 Werbeagentur GmbH & Co KG | 6000 | mo |
| Stadt-Revue | Stadt-Revue Verlags-GmbH | 20200 | mo |
| Stadt-Revue HochschulMagazin | Stadt-Revue Verlags-GmbH | 9900 | 2xj |
| Steinfurt aktuell | Tecklenborg Verlag Inhaber Brigitte Tecklenborg | 8000 | 4xj |
| Straelen aktutell | Just in Time Crossmedia | 5000 | mo |
| Szene Bonn | Verlag Eberhard A. Breinlinger | 9700 | mo |
| Take | Patrick Schaab PR GmbH | 18400 | 4xj |
| tas trends-art-style | tas Verlag | 20000 | 10xj |
| Tips Bielefeld/Ostwestfalen | Tips-Verlag GmbH | 8100 | mo |
| TOP Magazin Aachen | AixTra Media GmbH | 8000 | 4xj |
| TOP Magazin Bielefeld | Medienverlag Pierre Wolter | 8000 | 4xj |
| Top Magazin Bochum (neu) | Genius Kommunikations-Verlags-Gesellschaft mbH | 8000 | 4xj |
| TOP Magazin Bonn | Kern & Friends Unternehmensberatung & Media-Agentur GmbH | 12000 | 4xj |
| Top Magazin Dortmund | Journal Verlagsgesellschaft mbH | 8000 | 4xj |
| TOP Magazin Düsseldorf | A.B.C. Albert Bitter Consulting Verlag & Marketing GmbH | 14000 | 4xj |
| Top Magazin Köln | RHS Verlagsgesellschaft GbR | 20000 | 4xj |
| TOP Magazin Münster | TOP Münster & Münsterland Verlag & Redaktion | 12000 | 4xj |
| Top Magazin Neuss | Verlag Marlies Wisbert | 8000 | 4xj |
| TOP Magazin Niederrhein | Lohmann and Friends GmbH | 12000 | 4xj |
| Top Magazin Recklinghausen | Journal Verlagsgesellschaft mbH | 7000 | 4xj |
| TOP Magazin Sauerland | Brinkschulte GmbH & Co KG | 12000 | 4xj |
| TOP Magazin Siegen | Watterich Verlag GmbH | 10000 | 4xj |
| Top Magazin Wuppertal | Rundschau Verlagsgesellschaft mbH (Wuppertal) | 10000 | 4xj |
| trailer | Verlag Joachim Berndt | 30800 | mo |
| Treffpunkt | ACM Agentur für Creatives Marketing GmbH | 6500 | mo |
| Ultimo Bielefeld | Ultimo Verlag GmbH | 30800 | 2wö |
| Ultimo Münster | Ultimo Verlag GmbH | 0 | 2wö |
| Ultimo Uni-Special Münster | Ultimo Verlag GmbH | 30800 | 2xj |
| Uni Klenkes | print ´n´ press Verlag GmbH | 23100 | 2xj |

| | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|------|
| Uni-Tips Bielefeld | Tips-Verlag GmbH | 24800 | 2xj |
| Unna Magazin | Medienverlag am Friedrichsborn GmbH & Co KG | 20000 | mo |
| Update (Ostwestfalen) | Update Magazin & Verlag | 19800 | mo |
| Update (Ruhrgebiet) | Update Magazin & Verlag | 20000 | mo |
| Wat is los | Adline GmbH Werbeagentur | 18000 | 2mo |
| Werdener Nachrichten | Werdener Nachrichten Wimmer GmbH & Co KG | 3500 | wö |
| Wildwechsel - Paderborn/Kassel | Verlag Fedor Waldschmidt GbR | 11000 | mo |
| Wirtschaftsblatt Köln - Bonn - Aachen | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 17000 | k.A. |
| Wirtschaftsblatt Kreis Mettmann | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 13500 | k.A. |
| Wirtschaftsblatt Metropole Ruhr | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 17000 | k.A. |
| Wirtschaftsblatt Niederrhein | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 17000 | k.A. |
| Wirtschaftsblatt Siegerland-Sauerland | Wirtschaftsblatt Verlagsgesellschaft mbH | 13000 | k.A. |
| You & Me | Westphal & Rauen Verlags GbR | 24400 | mo |
| gesamt: 183 Titel | | 3.238.570 | |

4. Lokalfunk

Beim Vergleich des privaten Hörfunks in Nordrhein-Westfalen mit den Hörunklandschaften in anderen Bundesländern fallen zwei Strukturmerkmale auf: Es gibt ausschließlich lokale Anbieter mit relativ kleinen Verbreitungsgebieten; diese Lokalprogramme decken mit Ausnahme des Kreises Olpe das ganze Land ab. Beide Merkmale standen für den Landtag bei der Einführung des Lokalfunks im Vordergrund: Die lokale Information sollte gestärkt werden und zwar flächendeckend im ganzen Land. Erst im Hintergrund wird ein weiteres Spezifikum des NRW-Hörfunks erkennbar: Das Zwei-Säulen-Modell. Der Gesetzgeber hatte die Zeitungsverlage im Land nicht schwächen wollen. Der werbefinanzierte Lokalfunk wurde zwar zu einem Konkurrenten der Tageszeitungen im Werbemarkt, dafür erhielten die Zeitungsverlage aber ein Beteiligungsprivileg für die so genannten Betriebsgesellschaften (BG). Diese sind zuständig für die ökonomischen Belange des Lokalfunks, insbesondere für die Werbeakquisition.

Die BG finanziert mit diesen Einnahmen das lokale Programm. Für redaktionelle Belange tragen so genannte Veranstaltergemeinschaften die Verantwortung. Sie sind als Vereine konzipiert, repräsentieren die Bevölkerung des Verbreitungsgebietes und bestimmen den Chefredakteur, hier eher den Lokalchef.

Dieses so genannte Zwei-Säulen-Modell war kaum vorgestellt, da wurde es von Kritikern auch schon zerpfückt. Überlebenschancen im Markt wurden ob der komplizierten Konstruktion oft ausgeschlossen. Inzwischen hat das Modell nicht nur Lebensfähigkeit bewiesen, sondern funktioniert. Auch die anfangs skeptischen Zeitungsunternehmen klagen kaum noch.

Dass nicht überall im Land Lokalfunk über den örtlichen Werbemarkt finanziert werden aönn, wurde gleichfalls bedacht. Parallel zum Lokalfunk wurde mit der Radio NRW GmbH eine Firma etabliert, die dem Lokalfunk ein Rahmenprogramm zur Verfügung stellt, selbst aber keine Sendelizenz hat. Ausgestrahlt wird das Rahmenprogramm von den Lokalstationen, die dafür an den üppigen Werbeeinnahmen von Radio NRW partizipieren. Nach Bevölkerungszahl und Reichweite richten sich die Zahlungen an die Lokalsender, die insgesamt neben der lokalen Werbung eine wichtige

Einnahme darstellen. Auch dieses Subventionsmodell über ein Rahmenprogramm war so überzeugend, dass bislang – mit einer Ausnahme – alle Lokalstationen mit Radio NRW kooperiert haben.

Gestützt wird diese Kooperation auch über die Eignerstruktur von Radio NRW. Die Mehrheit der GmbH halten die Zeitungsverlage, die bis auf wenige Ausnahmen in ihren Verbreitungsgebieten auch an den Betriebsgesellschaften des Lokalfunks beteiligt sind. Auch diese Eignerstruktur wirkt stabilisierend auf das Gesamtsystem Lokalfunk.

Neben den Zeitungsverlagen sind an Radio NRW auch eine Tochterfirma des Bertelsmann-Konzerns in Gütersloh und der WDR beteiligt. Gerade die WDR-Beteiligung war streitig. Derartige Beteiligungen von öffentlich-rechtlichen Anstalten an privaten Sendern sind für das gesamte Bundesgebiet ungewöhnlich. Der Gesetzgeber in NRW wollte über die WDR-Beteiligung auch eine gewünschte Programmqualität absichern. Nach kartellrechtlichen Auseinandersetzungen musste die WDR-Beteiligung aber auf unter 25 Prozent begrenzt werden und der WDR verlor damit in der Eignerversammlung an Gewicht.

Über 20 Jahre nach dem Start des Lokalfunks hat das NRW-Modell seine Tragfähigkeit bewiesen. Der Lokalfunk leistet weniger an lokaler Information, als von manchen in der Gründungszeit erhofft. Er ist aber ein wichtiges Element der lokalen Publizistik. Finanzielle Probleme sind mancherorts nicht ausgeblieben, waren aber insgesamt Ausnahmen. Dies lag auch an grundlegenden Entscheidungen der Landesmedienanstalt, aus wirtschaftlichen Gründen mehrfach von dem Grundsatz abzuweichen, für jeden Kreis und jede kreisfreie Stadt einen Lokalsender zu etablieren. Wo es wirtschaftlich nicht anders ging, wurden benachbarte Kreise und Städte zu einem Verbreitungsgebiet gekoppelt:

- die Kreise Höxter und Paderborn,
- der Rheinisch-Bergische und der Oberbergische Kreis
- Krefeld und der Kreis Viersen
- Bonn und der Rhein-Sieg-Kreis,
- Mülheim und Oberhausen,

– Remscheid und Solingen.

Ein besonderer Fall ist im nördlichen Ruhrgebiet gegeben. Dort wurden die Städte Bottrop und Gelsenkirchen mit Gladbeck verbunden, wozu Gladbeck aus dem Verbreitungsgebiet des Kreises Recklinghausen herausgelöst wurde.

Im Raum Aachen führten wirtschaftliche Probleme mehrfach zu Reorganisationen. Zur Zeit ist im Kreis Heinsberg kein Lokalfunk on air, nachdem im Mai 2007 das Programm *Welle West* aus wirtschaftlichen Gründen eingestellt worden ist. Eine anhaltende Umsatzschwäche des Senders im Ennepe-Ruhr-Kreis führte zu einer engen Kooperation mit dem Nachbarsender in Hagen. Andererseits werden heute in Mülheim und Oberhausen zum Teil unterschiedliche Sendungen angeboten, um die lokale Verortung zu intensivieren.

Von den 45 Lokalsendern wurde eine im Juni 2007 verabschiedete Novellierung für den Bürgerfunk befürwortet. Auch dieser Bürgerfunk gehörte von Anfang an zum NRW-Modell. Die Beiträge des Bürgerfunks wurden vom Lokalfunk allerdings vielfach kritisiert, insbesondere weil sie nicht eingepasst waren in die formatierten Programme. Mit der Novelle wurde die Sendezeit auf die nur schwach genutzten Abendstunden gelegt, der Sendeumfang verringert. Die Sendezeit beträgt heute maximal 60 Minuten pro Tag (zuvor 120) und die Sendezeit ist einheitlich zwischen 21.00 bis 22.00 an Werktagen und zwischen 19.00 und 21.00 Uhr an Sonn- und Feiertagen festgelegt. Zudem hat die LfM die Förderung neu organisiert. Heute stehen Produktionen von Schülern im Fokus.

Die Nutzungszeiten des Hörfunks liegen in Nordrhein-Westfalen unter dem Bundesdurchschnitt. Zwar bietet der WDR inzwischen sechs Programme und der Lokalfunk ist flächendeckend präsent, es fehlen aber die in anderen Bundesländern oft sehr reichweitenstarken privaten Landesprogramme. In den letzten Jahren hat es mehrfach Pläne für die Einführung zumindest eines solchen Programms gegeben, jedoch fehlten dafür stets Ukw-Frequenzen. Bei der derzeitigen Verteilung dieser nach wie vor für einen wirtschaftlichen Erfolg unverzichtbaren Frequenzen, bleibt nur die Chance, dass die britischen Streitkräfte zwei von ihnen genutzte Frequenzen abgeben. Bislang sind aber diverse Bemühungen der Landesregierung um Freigabe die-

ser Frequenzen gescheitert. Wegen ihrer jeweils großen Reichweite wäre mit ihnen die Grundlage für ein landesweites Programm gegeben.

**Tab. 4.1: Lokalfunk in NRW
Verbreitungsgebiete, Programme, Veranstaltergemeinschaften, Betriebsgesellschaften**

| Verbreitungsgebiet | Programm | Veranstaltergemeinschaft | Betriebsgesellschaft |
|--------------------------------|--------------------------|--|---|
| Aachen, Stadt | Radio Aachen | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in der kreisfreien Stadt Aachen | Radio Aachen GmbH & Co KG |
| Kreis Aachen | 107.8 Antenne AC | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kr. Aachen Aktuelle Kreiswelle | 107.8 Antenne AC Rundfunkbetriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Bielefeld | Radio Bielefeld | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk in Bielefeld | Radio Bielefeld Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Bochum | 98.5 Radio Bochum | Veranstaltergemeinschaft für lokales Radio "Ruhrwelle Bochum " | Betriebsgesellschaft Radio Bochum mbH & Co KG |
| Bonn und Rhein-Sieg Kreis | Radio Bonn/Rhein-Sieg | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk in der Stadt Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis | Radio Bonn/Rhein-Sieg GmbH & Co KG |
| Kreis Borken | Radio WMW | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Borken e. V. | Lokalfunk für den Kreis Borken GmbH & Co KG |
| Bottrop/Gelsenkirchen/Gladbeck | 98.7 Radio Emscher Lippe | Veranstaltergemeinschaft für die Städte Gelsenkirchen, Gladbeck, Bottrop "Radio Emscher-Lippe e. V." | Betriebsgesellschaft Radio Emscher-Lippe mbH & Co KG |
| Kreis Coesfeld | Radio Kiepenkerl | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Coesfeld | Coesfelder Lokalradio Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Dortmund | Radio 91.2 | Lokaler Rundfunk Dortmund e.V. | Lokalfunk Dortmund Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Düren | Radio rur | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Düren | Radio rur GmbH & Co KG |
| Düsseldorf | Antenne Düsseldorf | Veranstaltergemeinschaft Lokaler Rundfunk Düsseldorf e. V. | Lokalradio Düsseldorf Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Duisburg | Radio Duisburg | Veranstaltergemeinschaft "Radio Duisburg" e. V. | Betriebsgesellschaft Radio Duisburg mbH & Co KG |
| Ennepe-Ruhr-Kreis | Radio en | Veranstaltergemeinschaft "Radio Ennepe-Ruhr e. V. " | Betriebsgesellschaft Radio Ennepe-Ruhr-Kreis GmbH & Co KG |
| Rhein-Erft Kreis | Radio Erft | Veranstaltergemeinschaft des lokalen Rundfunks "Erftwelle" e. V. | Radio Erft GmbH & Co KG |
| Essen | 102.2 Radio Essen | Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk Essen e. V. | Betriebsgesellschaft Radio Essen GmbH & Co KG |
| Kreis Euskirchen | Radio Euskirchen | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Radio Euskirchen | Radio Euskirchen GmbH & Co KG |
| Kreis Gütersloh | Radio Gütersloh | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Gü- | Radio Gütersloh Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |

| | | | |
|-----------------------------|---|--|---|
| | | tersloh e. V. | |
| Hagen | Radio Hagen | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk "107.7 Radio Hagen" | Betriebsgesellschaft Radio Hagen mbH & Co KG |
| Hamm | Lippe Welle Hamm | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk in Hamm e. V. "Lippewelle Hamm" | Radio Hamm Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Herford | 94.9 Radio Herford | Veranstaltergemeinschaft Radio Wittekindsland Herford | Radio Herford Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Herne | 90.8 Radio Herne | Veranstaltergemeinschaft "Herne 90acht e. V." | Betriebsgesellschaft Radio Herne mbH & Co KG |
| Hochsauerlandkreis | Radio Sauerland | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Hochsauerlandkreis "Radio Sauerland e. V." | Betriebsgesellschaft Radio Hochsauerlandkreis mbH & Co KG |
| Kreise Höxter und Paderborn | Radio Hochstift | Veranstaltergemeinschaft "Radio Paderborn-Höxter" | Radio Paderborn Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Kleve | Antenne Niederrhein | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Kleve | Lokalradio Kreis Kleve Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Köln | Radio Köln 107.1 | Veranstaltergemeinschaft für den Lokalfunk in der Stadt Köln e. V. | Radio Köln GmbH & Co KG |
| Krefeld und Kreis Viersen | Welle Niederrhein | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Stadt Krefeld/Kreis Viersen | Lokalfunk Krefeld-Viersen GmbH & Co KG |
| Leverkusen | Radio Leverkusen | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in Leverkusen e. V. | Radio Leverkusen GmbH & Co KG |
| Kreis Lippe | Radio Lippe | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Lippe | Lippischer Rundfunk GmbH & Co KG |
| Märkischer Kreis | Radio MK | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Märkischen Kreis e. V. | Radio Mark Betriebs GmbH & Co KG |
| Kreis Mettmann | Radio Neandertal | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Mettmann e. V. | Lokalradio Mettmann Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Minden-Lübbecke | Radio Westfalia | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Minden-Lübbecke "Radio Minden-Lübbecke" | Radio Minden-Lübbecke GmbH & Co KG |
| Rhein-Kreis Neuss | NE-WS 89.4 | Veranstaltergemeinschaft Lokaler Rundfunk Neuss e. V. | Lokalradio Kreis Neuss GmbH & Co KG |
| Mönchengladbach | Radio 90,1 | Veranstaltergemeinschaft für die Stadt Mönchengladbach "Radio Mönchengladbach" e. V. | Lokalradio Mönchengladbach Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Mülheim und Oberhausen | 92.9 radio Mülheim und 106.2 radio Oberhausen | Veranstaltergemeinschaft Lokalfunk für die Städte Mülheim an der Ruhr (92.9 radio Mülheim) und Oberhausen (106.2 radio oberhausen) | Betriebsgesellschaft Radio Mülheim/Oberhausen mbH & Co KG |
| Münster | Antenne Münster | Veranstaltergemeinschaft Lokaler Rundfunk Münster e. V. | Lokalradio Münster Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |

| | | | |
|--|------------|---|--|
| Obergischer Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis | Radio Berg | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk Radio Berg | Radio Rhein-Berg/Oberberg GmbH & Co KG |
|--|------------|---|--|

| | | | |
|---------------------------|-----------------------|---|---|
| Kreis Recklinghausen | Hit Radio Vest | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Recklinghausen e. V. | Recklinghäuser Lokalfunk Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Remscheid und Solingen | Radio RSG | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in Remscheid und Solingen | Lokalfunk Remscheid-Solingen Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Siegen-Wittgenstein | Radio Siegen | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Siegen-Wittgenstein e. V. | Radio Siegen Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Soest | Hellweg Radio | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Soest e.V. | Hellweg Radio Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Steinfurt | Radio RST | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Steinfurt e. V. | Lokalradio Steinfurt Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Unna | Antenne Unna | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Unna e. V. | Antenne Unna Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Warendorf | Radio WAF | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk im Kreis Warendorf e. V. | Radio Warendorf Betriebsgesellschaft mbH & Co KG |
| Kreis Wesel | Radio K.W. | Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im Kreis Wesel e. V. | Betriebsgesellschaft Radio Wesel mbH & Co KG |
| Wuppertal | Radio Wuppertal 107.4 | Veranstaltergemeinschaft für Lokalfunk in der Stadt Wuppertal "Lokalfunk Wuppertal" | Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co KG |

Tab. 4.2: Die Eigner der Radio NRW GmbH, Oberhausen:

| | |
|--|------|
| >Pressefunk Nordrhein-Westfalen GmbH & Co KG | 59,0 |
| >Westdeutscher Rundfunk (WDR) | 24,9 |
| >RTL Radio Deutschland GmbH | 16,1 |
| | |
| Die Eigner der Pressefunk Nordrhein-Westfalen GmbH & Co KG, Düsseldorf | |
| >Westdeutsche Allg. Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG | 21,7 |
| >Axel Springer AG | 12,4 |
| >DuMont Funk und Fernsehen GmbH & Co KG | 9,9 |
| >Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH | 8,2 |
| >Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG | 5,4 |
| >W. Girardet KG | 4,6 |
| >Zeitungsverlag Aachen GmbH | 4,0 |
| >Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co KG | 3,8 |
| >Heinen-Verlag GmbH 3,7%; >Aschendorff GmbH & Co KG | 2,7 |
| >H. Neusser Besitz- und Verwaltungs GmbH & Co KG | 2,0 |

| | |
|---|-----|
| >Verlag J. Bauer KG | 1,9 |
| >E. Holterdorf GmbH & Co KG | 1,6 |
| >Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co KG | 1,6 |
| >Düsseldorf-Express Verlagsgesellschaft mbH | 1,4 |
| >Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co KG | 1,4 |
| >AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH | 1,4 |
| >Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf KG | 1,1 |
| >Neußer Zeitungsverlag GmbH | 1,1 |
| >Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co KG | 0,9 |
| >Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co KG | 0,9 |
| >J.C.C. Bruns GmbH & Co KG | 0,8 |
| >W. Jahn Verlag GmbH & Co KG | 0,9 |
| >B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co KG | 0,7 |
| >Graphische Betriebe F.W. Rubens GmbH & Co KG | 0,6 |
| >Temming Verlag KG | 0,6 |
| >Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanz. und Zeitung GmbH & Co KG | 0,6 |
| >Laumanns Verwaltungs GmbH | 0,6 |
| >J.F. Ziegler KG Druckerei und Verlag | 0,6 |
| >J. Mergelsberg oHG Zeitungsverlag und Druckerei | 0,6 |
| >Ibbenbürener Vereinsdruckerei GmbH | 0,4 |
| >Fleißig Holding GmbH | 0,4 |
| >Altmeppen-Verlag GmbH & Co KG | 0,4 |
| >Haller Kreisblatt Verlags-GmbH | 0,3 |
| >Everhard Sommer GmbH & Co KG | 0,2 |
| >J. Horstmannsche Buchhandlung | 0,2 |
| >Druck und Verlag Konrad Kirch GmbH | 0,2 |
| pers. haft.: Pressefunk Nordrhein-Westfalen Beteiligungsgesellschaft mbH; Gesellschafter ist die KG | |

5. Der Fernsehstandort NRW

NRW ist mit den beiden großen Anbietern WDR und RTL, einer Reihe kleinerer Privatprogramme und zahlreichen TV-Produktionsunternehmen einer der bedeutenden Fernsehstandorte in Deutschland. Die Produktionsbranche in NRW weist seit Jahren das größte Produktionsvolumen auf. Basis für den Ausbau der Branche in NRW war die frühe Nachfrage des WDR nach Produktionen und damit die Ansiedlung von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen in Köln. Diese Struktur spielte bei der Standortwahl des noch jungen Senders RTL in den 80er Jahren eine erhebliche Rolle. Die Entscheidung für den Standort Köln sowie der rasch einsetzende Erfolg des Programms und damit steigende Mittel für die Neuproduktion beförderten die Branche in und um Köln erheblich. Ähnliche Effekte gingen auch von der späteren Ansiedlung weiterer Sender in Köln aus (vgl. Tab.), auch wenn deren Nachfrage im Produktionsmarkt nicht so groß ist wie jene von RTL.

TV-Anbieter mit Sitz in NRW

| Pro-gramm | Standort | Firma | Eigner |
|-------------------------|------------|--|--|
| RTL | Köln | RTL Television GmbH | UFA Film und Fernseh GmbH 100% |
| SRTL | Köln | RTL Disney Fernsehen GmbH & Co KG | >CLT-UFA 50%; BVI Television Investments Inc., Delaware/USA, 50% (Walt Disney) |
| VOX | Köln | Vox Film- und Fernseh GmbH & Co KG | UFA Film und Fernsehen 99,7%; DCTP Entwicklungsgesellschaft 0,3% |
| n-tv | Köln | n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH | RTL Group 100% |
| tv.gusto | Köln | tv.gusto GmbH | Abantis Media GmbH 50% (Burda-Konzern); Pasture, Marc 18,5%; Schütte, Jörg 31,5% |
| RTL West | Köln | Tele West Rheinisch-Westfälische Fernsehgesellschaft mbH & Co KG | RTL Television 100% |
| 17.30 Live aus Dortmund | Dortmund | WestCom Medien GmbH | Pohl, Peter 100% |
| DüzgünTV | Lünen | DTTV Sender-Betriebsges. mbH | Düzgün, Hidir 76%; Düzgün, Bülent 12%; Düzgün, Yalcin 12% |
| NRW TV | Düsseldorf | NRW TV Fernsehen aus Nordrhein-Westfalen GmbH & Co KG | Kuhlo Holding GmbH, Jesteburg, 37,6%; Nema Holding GmbH, Düsseldorf, 17%; Neumann, Ralf 20,6%; >Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag 24,9% |
| souvenirs from earth | Köln | souvenirs from the earth GmbH | Kreiss, Marcus 99%; Gollhardt, Cornelius 1% |
| Türk Show | Köln | Sonfil Marketing Film und TV GmbH | Balaban, Güler 100% |
| Kanal Avrupa | Duisburg | Akbas Media Company GmbH | Akbas, Ali Osman 55%; Akbas Ali Pasa 45% |
| Dügün TV | Köln | TeleBazaar Marketing GmbH | Coban, Mehmet 100% |

Verbunden mit der stark steigenden Fernsehproduktion war auch ein entschiedener Ausbau der Dienstleistungsbranche, insbesondere im Bereich der Produktionsstudios. Die **Magic Media Company TV-Produktions GmbH (MMC)** bezeichnet sich selbst als „Europas modernster und größter Film- und Fernsehstudiobetreiber“. Die MMC betreibt im „Coloneum“ in Köln und im „Campus“ in Hürth insgesamt 35 Produktionsstudios. Am Anfang ihrer Entwicklung stand die Suche des noch jungen Senders RTL nach Gebäuden für seinen wachsenden Bedarf an Studioproduktionen. In Hürth wurden auf dem Gelände eines Kranunternehmens geeignete Hallen gefunden, die sehr rasch umgebaut und seit 1991 von der dafür gegründeten Firma MMC genutzt werden. Die sprunghaft steigende Nachfrage führte zu einem stetigen Ausbau des Geländes, bis die baulichen Grenzen erreicht waren. 1999 wurde dann im benachbarten Köln das noch deutlich größere Produktionsgelände „Coloneum“ in Betrieb genommen.

Am Standort Hürth hatte schon 1993 ein niederländisches Unternehmen mit seiner Tochter NOB Deutschland GmbH in Nachbarschaft zu den MMC-Studios eigene Kapazitäten aufgebaut. Heute betreibt die in **nobeo GmbH** umbenannte Firma acht Produktionsstudios, darunter mit einer Fläche von 1.400qm ein Großstudio, das auch für die Produktion von Shows vor Publikum geeignet ist.

Mit den Kapazitäten des WDR und den Studios weiterer kleinerer Betreiber ist in der Region Köln in wenigen das mit Abstand größte Angebot an Produktionsstudios entstanden.

Der Ausbau der Studiokapazitäten und das Wachstum der Produktionsbranche in NRW haben sich gegenseitig befördert. In den letzten zehn Jahren sind wiederholt Rekorde in Bezug auf das quantitative Produktionsvolumen aufgestellt worden. Seit Jahren liegt die NRW-Branche im nationalen Vergleich vorn und die Branche wächst über Firmengründungen weiter. Im Jahr 2007 wurden in keinem Bundesland mehr aktive Produktionsfirmen registriert als in NRW.⁹ Von insgesamt 734 Unternehmen

⁹ Als aktive Produktionsbetriebe werden in dieser Studie Firmen bezeichnet, die in den einzelnen Untersuchungsjahren mindestens eine Produktion von 15 Minuten oder mehr hergestellt haben oder wenigstens als Koproduzent daran beteiligt waren.

waren 171 Firmen in NRW angesiedelt, 160 in Berlin, 154 in Bayern und 64 in Hamburg.

Aktive Produktionsbetriebe nach Bundesländern
- nach Unternehmenssitz -

| Bundesländer | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | Änderung 98 bis 2007 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|----------------------------|
| Bayern | 118 | 150 | 180 | 193 | 161 | 185 | 165 | 150 | 141 | 154 | 36 |
| Berlin | 78 | 104 | 132 | 151 | 155 | 165 | 160 | 156 | 153 | 160 | 82 |
| Hamburg | 42 | 70 | 69 | 71 | 78 | 78 | 72 | 70 | 70 | 64 | 22 |
| Nordrhein-Westf. | 123 | 150 | 173 | 152 | 153 | 178 | 157 | 154 | 144 | 171 | 48 |
| sonstige Länder | 83 | 144 | 162 | 181 | 33 | 198 | 183 | 174 | 166 | 181 | 98 |
| keine Angaben | 9 | 0 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | -5 |
| gesamt | 453 | 618 | 717 | 750 | 738 | 808 | 741 | 706 | 676 | 734 | 281 |

Quelle: FORMATT-Institut

Die Produzenten in NRW erreichen seit vielen Jahren im Ländervergleich auch das größte Produktionsvolumen. Selbst die traditionsreichen Standorte Berlin, Hamburg und München haben die NRW-Produzenten überholt und liegen mindestens seit 1998 vorn. Zuletzt erreichten die NRW-Produzenten im Jahr 2007 einen Anteil an der deutschen Produktion in Höhe von 31,5 Prozent. Die Branche in Bayern hatte einen Anteil von 23,7 Prozent, jene in Berlin von 15,6 und jene in Hamburg von 12,2 Prozent. Die Branchen in den anderen Bundesländern spielen gegenüber den vier führenden Standorten nur eine untergeordnete Rolle.

Langzeitvergleich: Auftragsproduktion nach Unternehmenssitz

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

| | Bayern | Berlin | Hamburg | NRW | sonstige Länder | keine An- gaben | gesamt |
|--------|-----------|---------|---------|-----------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1998 | 102.477 | 90.821 | 115.386 | 172.188 | 95.845 | 6.387 | 583.104 |
| | 17,6% | 15,6% | 19,8% | 29,5% | 16,4% | 1,1% | 100,0% |
| 1999 | 124.776 | 103.603 | 109.457 | 215.862 | 100.573 | 5.933 | 660.204 |
| | 18,9% | 15,7% | 16,6% | 32,7% | 15,2% | 0,9% | 100,0% |
| 2000 | 138.515 | 97.684 | 123.712 | 277.185 | 98.215 | 2.324 | 737.635 |
| | 18,8% | 13,2% | 16,8% | 37,6% | 13,3% | 0,3% | 100,0% |
| 2001 | 158.438 | 98.344 | 120.148 | 234.788 | 104.499 | 2.713 | 718.930 |
| | 22,0% | 13,7% | 16,7% | 32,7% | 14,5% | 0,4% | 100,0% |
| 2002 | 148.759 | 106.539 | 108.142 | 219.674 | 112.184 | 4.641 | 699.939 |
| | 21,3% | 15,2% | 15,5% | 31,4% | 16,0% | 0,7% | 100,0% |
| 2003 | 167.176 | 97.018 | 105.127 | 209.851 | 116.467 | 2.920 | 698.559 |
| | 23,9% | 13,9% | 15,0% | 30,0% | 16,7% | 0,4% | 100,0% |
| 2004 | 187.316 | 104.492 | 110.748 | 209.083 | 108.988 | 5.753 | 726.380 |
| | 25,8% | 14,4% | 15,2% | 28,8% | 15,0% | 0,8% | 100,0% |
| 2005 | 178.651 | 98.750 | 74.925 | 203.619 | 114.152 | 45 | 670.142 |
| | 26,7% | 14,7% | 11,2% | 30,4% | 17,0% | 0,0% | 100,0% |
| 2006 | 166.121 | 131.540 | 91.563 | 203.650 | 124.673 | 145 | 717.692 |
| | 23,1% | 18,3% | 12,8% | 28,4% | 17,4% | 0,0% | 100,0% |
| 2007 | 194.895 | 127.972 | 100.136 | 258.298 | 139.181 | 378 | 820.860 |
| | 23,7% | 15,6% | 12,2% | 31,5% | 17,0% | 0,0% | 100,0% |
| gesamt | 1.201.157 | 853.521 | 873.671 | 1.791.496 | 891.637 | 25.441 | 5.636.923 |
| | 21,3% | 15,1% | 15,5% | 31,8% | 15,8% | 0,5% | 100,0% |

Quelle: FORMATT-Institut

Die Produktionsbranche in NRW ist inzwischen so breit und so stark ausdifferenziert, dass sie in vielen Bereichen der Produktion führende Positionen einnimmt. An der Gesamtproduktion erreichen die drei Bereiche erreichen Fiktion (28%), Entertainment (32) und Information (35%) ähnlich große Anteile. Die Residualkategorie Sonstiges umfasst 5 Prozent. (Basis der Daten ist das Produktionsjahr 2006.). Keine der Branchen in den vier führenden Produktionsländern weist eine Aufteilung des jeweili-

gen Produktionsvolumens entsprechend der bundesweiten Werte auf. Die NRW-Branche ist mit einer anteiligen Produktion in Höhe von 49 Prozent besonders stark im Entertainment. Im Unterschied zu früheren Jahren bildet inzwischen aber auch die Fiktionproduktion einen Schwerpunkt. Mit einem Anteil von knapp 32 Prozent an der NRW-Produktion liegt auch dieser Wert über dem Bundesdurchschnitt. Allein im Informationssektor ist die NRW-Branche relativ schwach vertreten: Der Anteil liegt hier bei 19 Prozent gegenüber 35 Prozent im Bundesdurchschnitt. Eine besondere Stellung hat die NRW-Branche beim Genre Comedy, für das weit überwiegend in der Region Köln produziert wird. Zu den führenden Firmen in NRW zählen folgende:

Führende Produktionsfirmen in NRW

| Firma | Sitz | Jahresproduktion in Minuten |
|---|----------|-----------------------------|
| filmpool Film- und Fernsehproduktionengesellschaft mbH | Köln | 48.085 |
| Granada Produktion für Film und Fernsehen GmbH | Köln | 15.835 |
| Endemol Deutschland GmbH | Köln | 15.062 |
| Raab TV-Produktion GmbH | Köln | 9.103 |
| Brainpool TV AG | Köln | 7.693 |
| Pro Bono Fernsehproduktion GmbH | Köln | 6.400 |
| Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co KG | Köln | 3.206 |
| WestCom Medien GmbH | Dortmund | 6.000 |
| PRO Programme und Produktionen für Bühne und Fernsehen GmbH | Köln | 2.500 |

filmpool Film- und Fernsehproduktionengesellschaft mbH

Die Firma filmpool in Köln weist eine der erstaunlichsten Karrieren in der deutschen Produktionsbranche auf. Gegründet bereits in den 70er Jahren war die Firma über Jahre eine der vielen Produzenten im Fiktion-Bereich, die vor allem Serien produzierten. Der Aufstieg zu den führenden Unternehmen gelang der ehemaligen WDR-Journalistin Gisela Marx, die noch heute in der Geschäftsführung der Firma arbeitet, ihren Mehrheitsanteil aber bereits vor Jahren an die MME Moviement in Berlin verkauft hat, 1999 mit den so genannten Gerichtsshows. Filmpool hat das Know-how für die quasi industrielle und damit kostengünstige Produktion eines Genres, das zeitweilig große Strecken in den Programmen von SAT.1 und RTL am Nachmittag ein-

nahm. Wegen der fünfmal wöchentlichen Ausstrahlung über das ganze Jahr war das Produktionsvolumen dieser Formate immens groß. Film-pool produzierte über Jahre „Richterin Barbara Salesch“ (SAT.1), das „Jugendgericht“, das „Familiengericht“ und – weniger dauerhaft – „Staatsanwalt Posch ermittelt“ (alle RTL). Zudem stellte film-pool über Jahre die gleichfalls kostengünstige Serie „Niedrig und Kuhnt“ (SAT.1) sowie die Talk-Show „Zwei bei Kalwass“ (SAT.1) her. Daneben wurden allerdings auch mit deutlich mehr Aufwand TV-Movies und einzelne Folgen für die Reihe „Tatort“ produziert.

Granada Produktion für Film und Fernsehen GmbH

Die Firma Granada ist eine Tochter einer britischen Produktionsgruppe, die mit sehr unterschiedlichen Formaten Erfolg hat. In den letzten Jahren war das wichtigste Format „Das perfekte Dinner“ (VOX), das mindestens fünfmal wöchentlich ausgestrahlt wird. Ansonsten bietet die Firma vor allem Doku-Soaps an. Das bekannteste Format läuft seit Jahren bei RTL: „Ich bin ein Star - Holt mich hier raus“.

Endemol Deutschland GmbH

Den Marktzugang in Deutschland hat die Tochterfirma des holländischen Unternehmens mit Produktionen für RTL geschafft. Zunächst wurden vor allem Shows (u.a. „Die Traumhochzeit“ für RTL) und Fiktionserien gedreht („Die Wache“). Später kamen Doku-Soaps und Game-Shows hinzu. Seit Jahren erfolgreich ist das Format „Wer wird Millionär?“. Öffentlich kaum noch beachtet wird heute das Format „Big Brother“, das einst für erhebliche Aufregung gesorgt hat und zwar nicht nur in Deutschland sondern auch in anderen Ländern, für die Schwesterfirmen von Endemol produzierten. Die quasi exklusive Produktion für RTL ist längst aufgegeben worden. Heute akquiriert die Firma auch bei anderen Sendern, z.B. bei SAT.1 (u.a. „Nur die Liebe zählt“).

Brainpool TV GmbH und Raab TV-Produktion GmbH

Die Firma Brainpool von Jörg Grabusch hat Comedy-Formate ins deutsche Fernsehen gebracht (u.a. „Die Wochenshow“ für RTL) und wohl inzwischen mit fast jedem Comedian in Deutschland produziert. Um die Künstler auch langfristig ans Unternehmen zu binden, hat die Brainpool gemeinsam mit jeweils Einzelnen Firmen ge-

gründet, mit denen zusammen die jeweiligen Formate hergestellt werden. Eine der ersten dieser Gemeinschaftsfirmen war die Raab TV-Produktion von Stefan Raab, dessen Sendung „TV Total“ (Pro 7) seit Jahren zu den volumenstärksten gehört. Zudem arbeitet Brainpool mit Pastewka, Mario Barth, „Atze“, Oliver Pocher, Anke Engelke und anderen. Zu den Auftraggebern gehören alle größeren Privatsender.

Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co KG

Die Network Movie ist ein Tochterunternehmen des ZDF und hat bis vor kurzem ausschließlich für das ZDF produziert. Schwerpunkt des Unternehmens sind von jeher TV-Movies. Daneben wurden vereinzelt auch Fiktion-Serien hergestellt.

Pro Bono Fernsehproduktion GmbH

Die Pro Bono gehört zu den wenigen Firmen, die mit journalistischen Formaten einen hohen Jahres-Output erreichen. Produzent und Firmeneigner Friedrich Küppersbusch hat vor allem diverse Talk-Show-Formate hergestellt: „Maischberger“, „Duell mit Heiner Bremer“, „2 + 4 - Der n-tv Talk“ oder „busch@n-tv“. Gegründet wurde die Firma 1996 für das Format „Privatfernsehen“ (WDR). Heute wird überwiegend im Auftrag privater Anbieter gearbeitet. Inzwischen werden auch „Beratungsformate“ hergestellt: „Raus aus den Schulden“, „Retten Sie unser Hotel“.

WestCom Medien GmbH

Die WestCom fungiert seit Jahren als Produzent des NRW-Magazins für SAT.1 und hat über den Rahmenvertrag mit dem Privatsender eine spezielle wirtschaftliche Grundlage. Es ist die einzige unter den größeren NRW-Firmen, die ihren Standort nicht in Köln hat. Die Dortmunder Firmengruppe hat über die Jahre auch immer wieder anderes produziert. Keinen Erfolg hatte die Gruppe mit dem Spartenprogramm „Help-TV“, an dem sie beteiligt war und für das in Studios der Gruppe in Dortmund produziert worden war.

PRO Programme und Produktionen für Bühne und Fernsehen GmbH

Die PRO GmbH ist insbesondere verbunden mit den Namen Alfred Biolek und Dirk Bach, die auch zu den Eignern der Firma zählen, Mitte 2007 allerdings einen Mehrheitsanteil an die Senator Entertainment verkauft haben. Biolek und Bach agierten auch vor der Kamera für die Firma. Ein langjähriges Erfolgsformat war „Alfredissimo! Kochen mit Bio“ (ARD). Zudem hat die Firma „Menschen bei Maischberger“ (zeitwei-

lig) oder die „Mitternachtsspitzen“ mitproduziert. Das Spektrum der Produktion ist sehr breit und reicht über Fiktion-Serien bis zu 90-Minuten-Formaten wie „Unter Verdacht“.

5.1 Lokalfernsehen

In manchen Bundesländern gibt es schon seit vielen Jahren private Lokal-TV-Programme. Die Vielzahl von Anbietern und Angeboten ist aber nicht gleichzusetzen mit publizistischer Relevanz, denn viele Anbieter versorgen jeweils nur Wohnquartiere mit unter 10.000 Haushalten und bieten Formen von Siedlungs- oder Nachbarschaftsfernsehen ohne tägliche Berichterstattung. In Bayern gibt es wohl die größte Anzahl von professionellen Anbietern, aber derzeit sind sie einmal mehr mit offenen Finanzierungsfragen belastet. Die bayerische Besonderheit, Lokal-TV-Anbieter mit einem so genannten Kabelgroschen zu unterstützen, läuft aus. Bisher hat die subventionierende BLM noch kein Ersatzmodell für die aus Sicht mancher Anbieter unverzichtbaren Finanzierungsbeiträge gefunden.

Die derzeit labile Situation des Lokal-TV in Bayern verweist auf das Grundproblem des Lokalfernsehens in Deutschland: eine schwache Finanzierung auf der Basis von Werbeeinnahmen. Die Mitte der 80er Jahre herrschende Euphorie über die Entwicklungsmöglichkeiten des Lokal-TV, wurde rasche verdrängt, als die ersten Programme wieder eingestellt werden mussten. In späteren Jahren wurde unter dem Etikett Ballungsraumfernsehen ein Neustart mit größeren Verbreitungsgebieten in und um Großstädte versucht, ohne allerdings einen Durchbruch zu bringen.¹⁰ Während im Ausland Lokal-TV zum Teil zu einer Marktgröße heranwuchs, blieb die Entwicklung in Deutschland zurück.

Seit einiger Zeit ist nun erneut eine Revival-Phase angebrochen, die offensichtlich insbesondere getragen wird von den durch Einsatz mobiler Technik und diverser Funktionskoppelungen beim produktionstechnischen und redaktionellen Personal gesunkenen Kosten. Mit dem im Oktober 2005 von center.tv in Köln gestarteten "Heimatfernsehen", kam auch ein Vorbote nach Nordrhein-Westfalen. Inzwischen sind mit den Anbietern wm.tv in Bocholt, Studio 47 in Duisburg (seit März 2006) und center.tv in Düsseldorf (seit Mai 2006) vier Anbieter auf Sendung. Die Branche blieb also klein, bis in 2007 gleich mehrere Lizenzanträge für weitere Programme bei der

¹⁰ Gerade in jüngster Zeit mussten wieder zwei Anbieter Insolvenz anmelden: FAB Fernsehen aus Berlin GmbH und Saar TV Fernsehen GmbH & Co KG in Saarbrücken. Was aus deren Programmen werden wird, ist offen.

LfM eingingen. Sie betrafen hauptsächlich das Rheinland. Auch für das westliche Westfalen gibt es Interessenten, nicht aber für Ostwestfalen (vgl. Karte Lokal-TV). Nach der Erteilung von Lizenzen durch die LfM hat nun eine für viele Gebiete noch ausstehende Entscheidung über den Zugang zu den Kabelanlagen eine wesentliche Bedeutung. Der Kabelempfang ist für die Anbieter essentiell, aber die begrenzten Kabelkapazitäten sind ausgebucht. Die vom Gesetzgeber vorgesehene vorrangige Einspeisung gilt in den jeweiligen Kabelanlagen stets nur für ein Lokalprogramm. Durch die Mehrzahl der potentiellen Anbieter haben sich bereits zahlreiche Überlappungen von Interessensgebieten ergeben. Gerade für diese Anbieter werden die Vorrangentscheidungen für die Kabeleinspeisung von der LfM große Relevanz haben.

Eine bedeutende Gruppe von Anteilseignern an Lokalfernsehveranstaltern stellen inzwischen Zeitungsunternehmen in NRW dar. Die damit verbundenen Vielfaltprobleme im lokalen Raum überprüft die LfM im Lizenzierungsverfahren (vgl. dazu auch 6. Crossmedia). Erste Eindrücke über die Relevanz von Zeitungsunternehmen vermittelt die folgende Grafik.

In der folgenden Liste sind die in NRW bereits realisierten und die geplanten Lokalprogramme zusammengefasst. Die jeweiligen Verbreitungsgebiete sind auf der Karte Lokal-TV verzeichnet.

Bereits auf Sendung

center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH

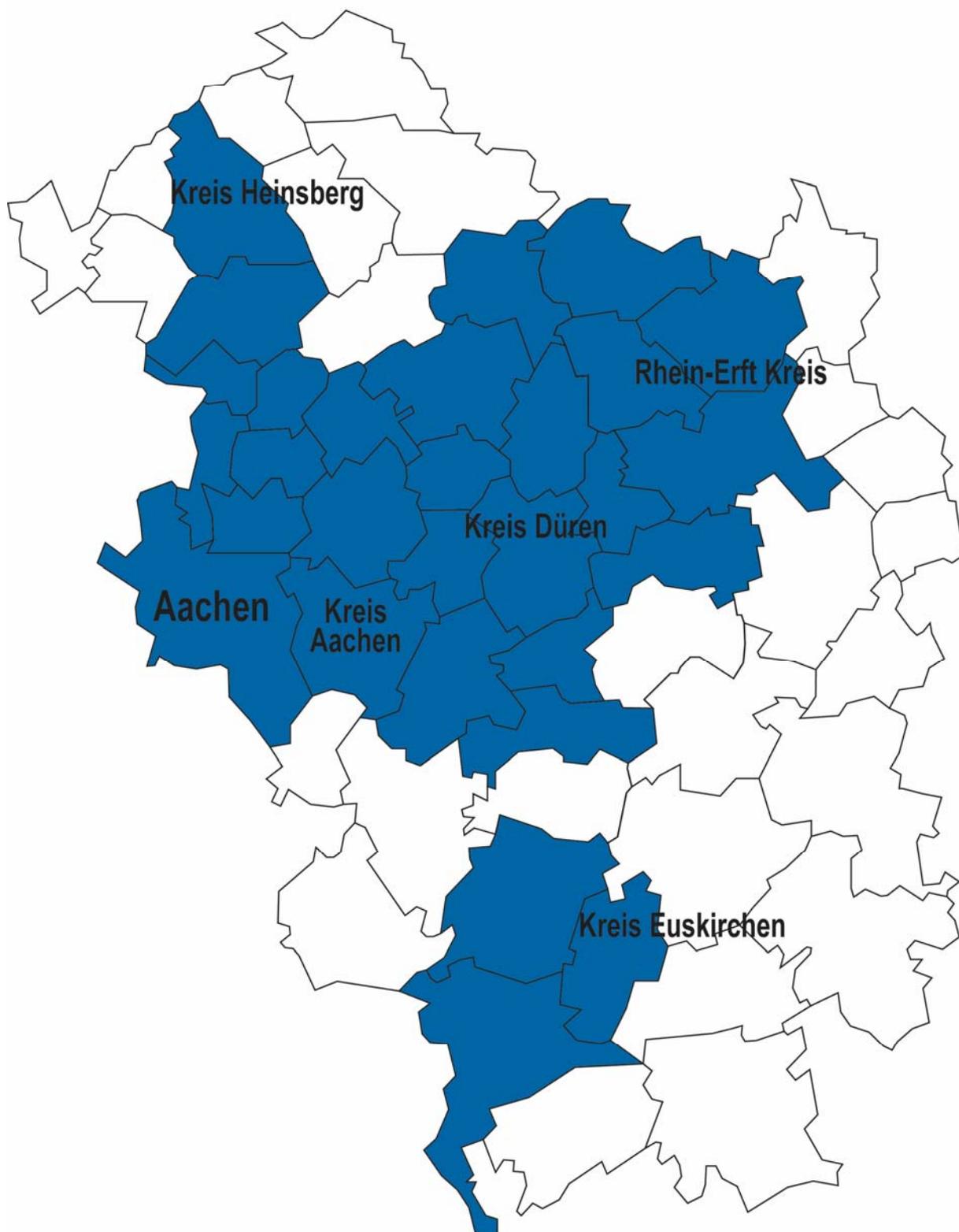
Aachener Straße 1051
D- 50858 Köln

Eigner: >Center TV Holding GmbH, Köln, 25,2%; >Germany 1 Media AG, Hamburg, 24,4%; >M. DuMont 24,4%; >H. Neusser Besitz- und Verwaltungs GmbH & Co KG 24,4%; Dittert, Gert 1,6%

Anbieter von lokalem Fernsehen "Heimatfernsehen" in Köln/Rhein-Sieg (st. 10.10.05) für Köln, Bonn, Leverkusen und Teile des Rheeinisch-Bergischen Kreises, des Rhein-Sieg Kreises, des Rhein-Erft Kreises und des Kreises Euskirchen.

Lizenz für lokales Fernsehen in der Region Aachen (st. Aug. 2008)

Das geplante Verbreitungsgebiet von center.tv Aachen



wm.tv GmbH & Co KG

Hindenburgstr. 19
D-46395 Bocholt

Eigner: Löhr, Mathias 100%; pers. haft.: wm.tv GmbH

Anbieter von lokalem Fernsehen "wm.tv" in Teilen der Kreise Borken, Coesfeld und Steinfurt (über Kabel von 18.00 bis 22.30 Uhr)

Das Verbreitungsgebiet von wm.tv

center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf GmbH & Co KG

Schadowstraße 11b
D-44212 Düsseldorf

Eigner: >Center TV Holding GmbH, Köln, 49%; >Germany 1 Media AG, Hamburg, 21%; >Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 30%; pers. haft.: center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf Verwaltungs-GmbH

Anbieter von lokalem Fernsehen "Heimatfernsehen" (st. 2.5.2006) für Düsseldorf und Teile des Rhein-Kreises Neuss und des Kreises Mettmann

Das Verbreitungsgebiet von center.TV Düsseldorf**Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co KG**

Auf der Höhe 10
D-47059 Duisburg

Eigner: >Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 30%; Devigne, Sascha 17,1%; Wäsche, Stephan 17,1%; Schardt, Jürgen 17,1%; Zeller, Jörg 17,1%; pers. haft.: Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg Verwaltungs GmbH

Anbieter von lokalem Fernsehen "Studio 47" für die Stadt Duisburg (st. 20.3.2006; Sendezeit: Mo.-Fr. 18.00 bis 20.000 Uhr)

Lizenznehmer für Lokal-TV

WestEins TV GbR

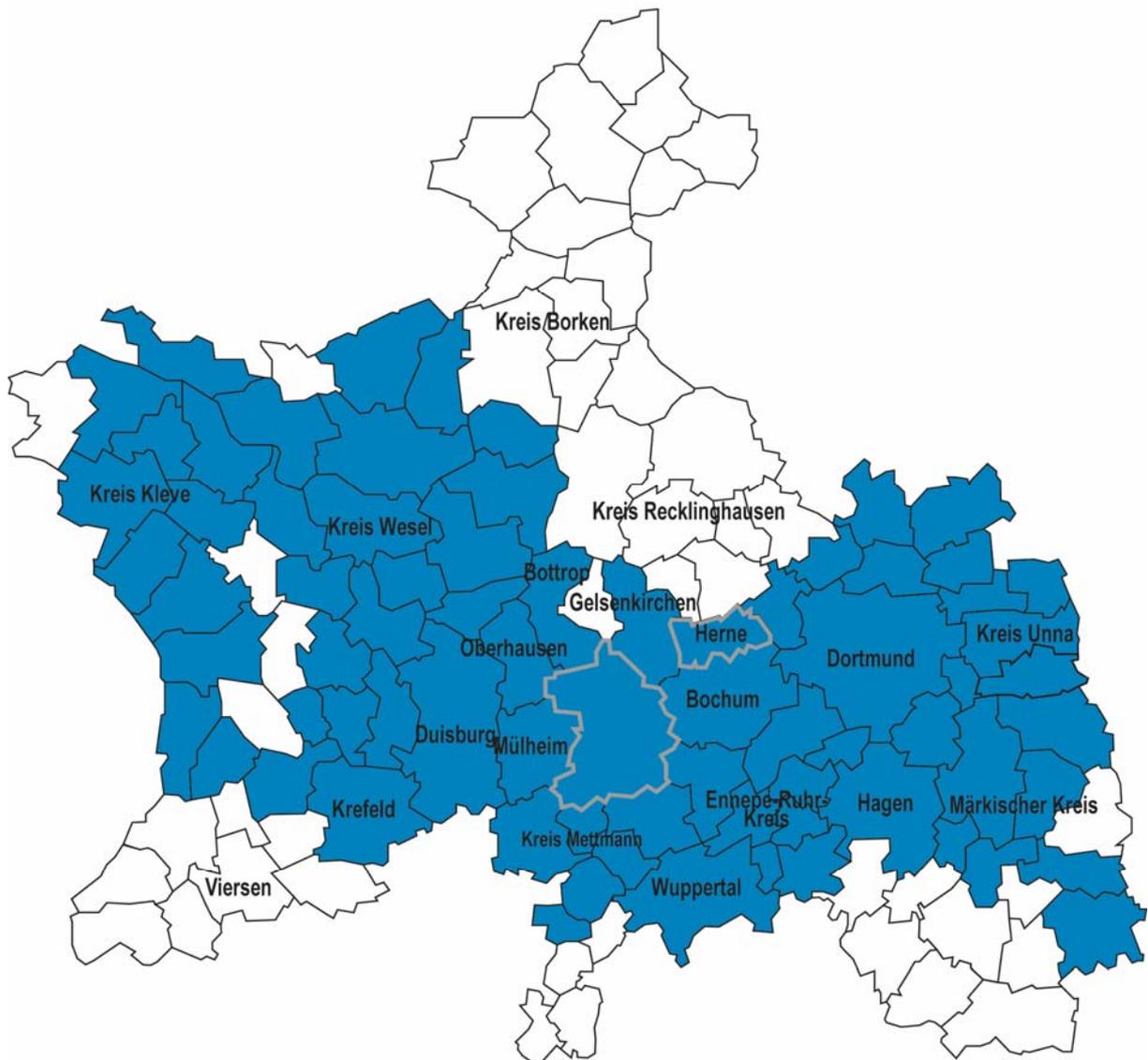
Friedrichstr. 36

D- 45123 Essen

Eigner: >Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG 24,9%; >Germany 1 Media AG 75,1%

Lizenz für lokales Fernsehen "WestEins" im Ruhrgebiet

Das geplante Verbreitungsgebiet von WestEins



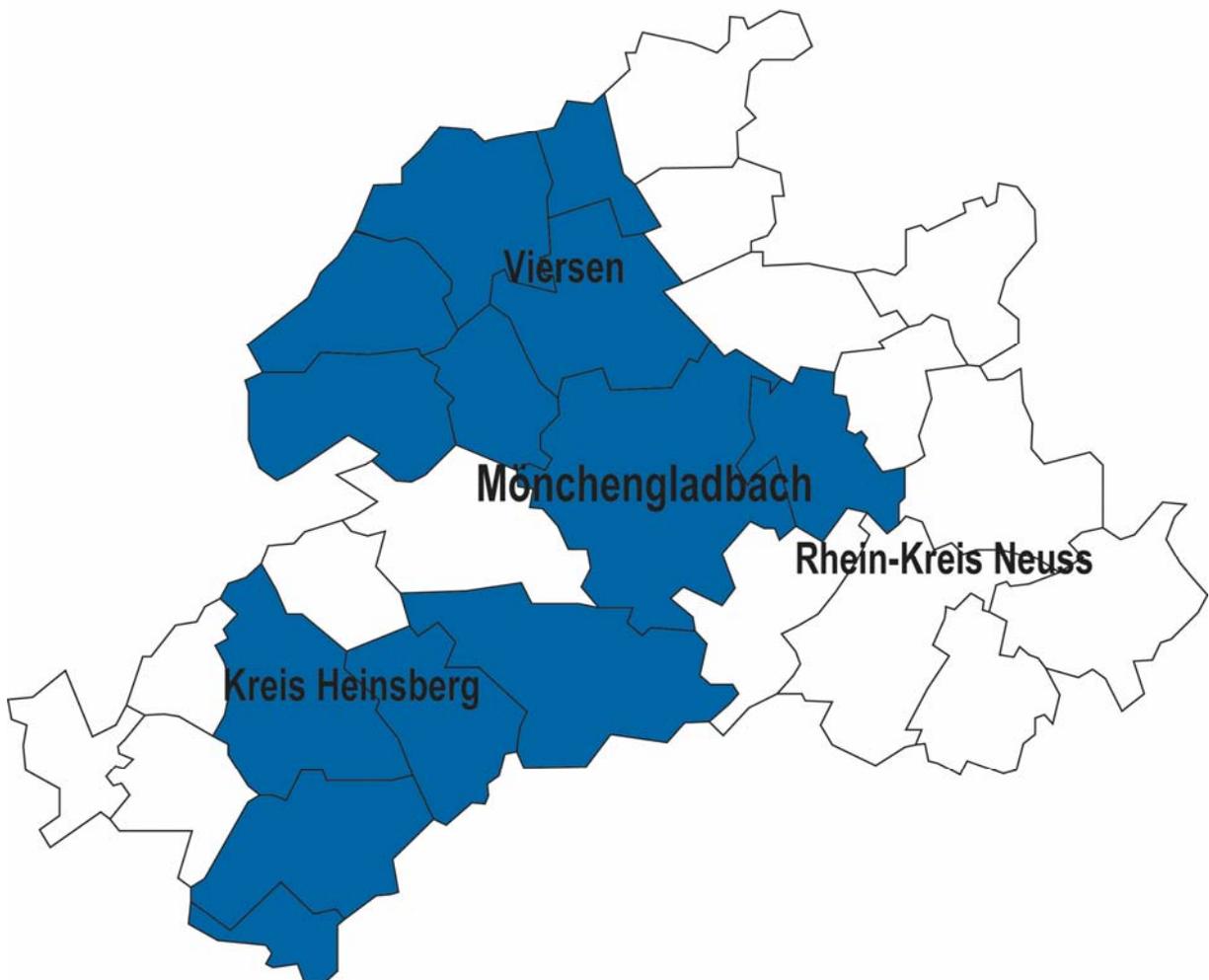
City Vision GmbH & Co KG

Oppelner Str. 38
D-41199 Mönchengladbach

Eigner: >Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 30%; >Germany 1 Media AG 30%; Manglitz, Thomas 40%; pers. haft.: City Vision Verwaltungs-GmbH

Lizenz für lokales Fernsehen in der Region Mönchengladbach

Das Verbreitungsgebiet von CityVision

**LW Medien GmbH & Co KG**

Westenhellweg 86
D-44137 Dortmund

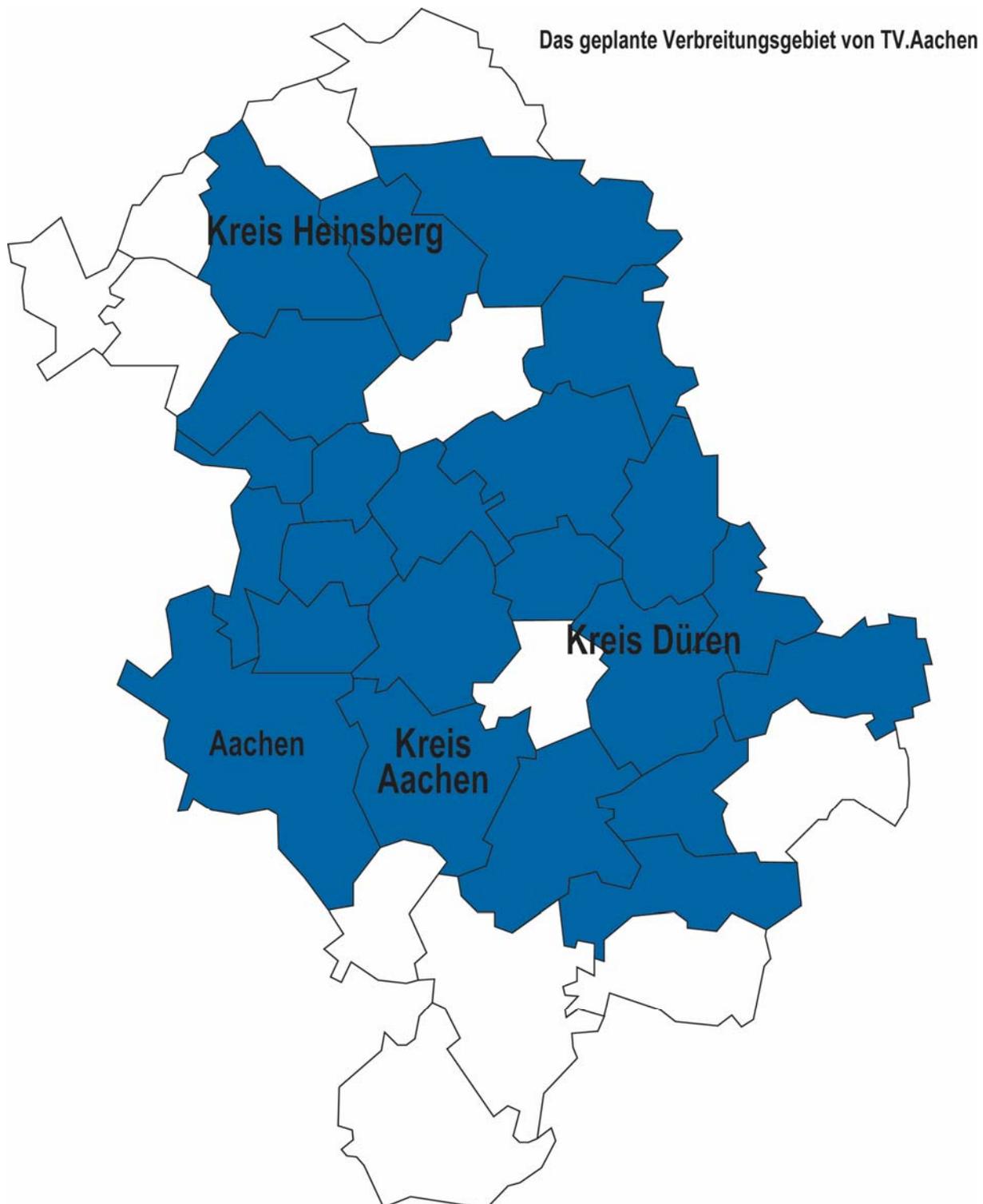
Eigner: >Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 98%; Sandmann, Christoph 2%; pers. haft.: LW Medien Verwaltungsgesellschaft mbH

Lizenz für lokales Fernsehen "TV Münster" (st. 2007)

TV.Aachen GmbH & Co KG, Aachen

Eigner: >Germany 1 Media AG 50,2%; >Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 30%; >Zeitungsverlag Aachen GmbH 19,8%; pers. haft.: TV Aachen Verwaltungs GmbH

Lizenz für lokales Fernsehen "TV.Aachen" im Raum Aachen; keine Kabel-Zuweisung



TV.Dortmund GmbH & Co KG

Westenhellweg 86
D-44137 Dortmund

Eigner: >Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 49,9; Wirsing-Lüke, Werner 50,1% (vgl. >e-m-s new media AG); pers. haft.: TV.Dortmund Verwaltungsges. mbH

Lizenz für lokales Fernsehen "TV.Dortmund" für Dortmund und Umgebung

center.tv Heimatfernsehen Ruhr GmbH

D- Essen

Eigner: Center TV Holding GmbH 100%

Anbieter von lokalem Fernsehen im Ruhrgebiet

Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co KG

Gutenbergstr. 1
D-59065 Hamm

Eigner: >F. Wolff und Sohn KG 84%; Hildebrandt, Lore 6,0%; Hertlein, Ingrid von 10%; pers. haft.: 1. Westfälischer Anzeiger Verlagsverwaltungsgesellschaft mbH, Ges.: >F. Wolff & Sohn 60%; eig. Anteile 40%; 2. >GVG Gesellschaft für Verlagsgeschäfte oHG

Lizenz für lokales Fernsehen „Westfalen.TV“

6. Anbieter von lokaler Information im Internet

Das Angebot an lokaler Information im Internet ist in den letzten Jahren enorm gewachsen. Zwei Gründe sind dafür ausschlaggebend: Zum einen ist Zahl der Anbieter deutlich gestiegen. Inzwischen unterhält jeder Zeitungsverlag in NRW ein Angebot im Internet. Hinzugekommen sind auch Angebote von Anzeigenblattverlagen. Zum anderen haben viele Verlage ihre Internet Angebote ausgebaut, so z. B. der WAZ-Konzern mit *derwesten.de*.

Der Stellenwert des Internets bei den einzelnen Anbietern ist allerdings nach wie vor sehr unterschiedlich. Manche Verlage begnügen sich mit einem eher kargen Angebot und stellen im Wesentlichen (gekürzte) Beiträge, die auch bereits in Printmedien veröffentlicht wurden, ins Netz, ohne diese im Laufe des Tages zu aktualisieren. Andere Verlage aktualisieren ihr Angebot nicht nur in Bezug auf Agenturtexte sondern auch mit eigenem Material mehrmals täglich, manche sogar kontinuierlich. Nur in wenigen Verlagen wird die Parole „Online first“ umgesetzt, die wohl zunächst vom Springer-Konzern den eigenen Redaktionen vorgegeben worden ist. Inzwischen hat auch der WAZ-Konzern dies zu seinem Motto erkoren.

Im Verhältnis zu den Printredaktionen dürften eigenständige Internet-Redaktionen regelmäßig immer noch relativ klein sein. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass aus den Printredaktionen auch den Internet-Redaktionen zugeliefert wird. Die Internetredaktionen füllen vielfach nur die Rolle der verarbeitenden Redaktion aus, während die Printredaktionen die Rolle des Reporters auch für das Internet übernehmen.

Anzeigenblattverlage gehen sehr unterschiedlich mit dem Internet um. Das Angebot ist in aller Regel dann relativ groß, wenn Werbung auch eigenständig für das Internetangebot akquiriert wird. Bei manchen Verlagen besteht es ausschließlich aus einer PDF-Version mit der aktuellen Printausgabe, deren Seiten dann einzeln aufgerufen werden können. Einige Verlage machen auch den Rückgriff auf ältere Ausgaben möglich. Diese Anbieter verfahren nach der Maßgabe, all jenes Material, das einmal für die Nutzung im Internet erstellt worden ist, zeitlos anzubieten. Ähnlich verfahren auch einige Zeitschriftenverlage.

Die Ergebnisse der Recherchen zu den Internetangeboten etablierter Medienanbieter entsprechen im Wesentlichen den Erwartungen bei den Aufnahmen der Projektbearbeitung. Unerwartet hingegen sind insbesondere die Anzahl und zum Teil auch die Aktualität von Angeboten außerhalb der in anderen Medienbereichen etablierten Firmen. Insgesamt sind rund 60 solcher Angebote mit lokal journalistischen Leistungen identifiziert worden. In dieser Zahl sind Angebote von überregionalen Anbietern mit einer Vielzahl von örtlichen Angeboten in jenen Ausnahmen berücksichtigt, bei denen aktuelle Angebote aufgefunden wurden.

Diese Gruppe von Internetangeboten ist äußerst heterogen besetzt. Manche Angebote werden offensichtlich nicht kontinuierlich gepflegt, sondern u. U. nur zu bestimmten Anlässen aktualisiert. Bei anderen scheint eine anfängliche Begeisterung inzwischen erlahmt, jedenfalls ist erkennbar, dass in früheren Zeiten häufiger aktuelles Material eingestellt worden ist. Letztlich werden einzelne Angebote aber auch laufend aktualisiert.

Der ökonomische Hintergrund für diese Angebote bleibt oft schleierhaft, denn z. T. fehlt Werbung gänzlich oder ist nur in so geringem Umfang vorhanden, dass die Angebotsfinanzierung über diesen üblichen Weg mehr oder weniger ausscheidet. Andererseits zeigen die Texte auch bei solchen Anbietern ein klares journalistisches Profil, dass Laien als Macher ausscheiden.

Interviews mit einzelnen Anbietern haben gezeigt, dass es sich bei den Machern dieser Angebote z. T. um Journalisten handelt, die ihre berufliche Eigenständigkeit in der Internetbranche realisiert haben. Auch haben sich die ersten Anbieter zu Verbänden zusammengeschlossen.

Im Folgenden werden exemplarisch zwei Angebote beschrieben, die zugleich die Spannweite dieser lokal informierenden Internetangebote außerhalb der etablierten Medienbranche zeigen:

Unter dem Titel und der Adresse **OWL-Journal** bietet der Werbegrafiker Jürgen Riedel in Bielefeld seit zwei Jahren ein Informationsportal für Ostwestfalen-Lippe (OWL)

an. Im Oktober 2008 war das Textarchiv auf 6.000 Artikel und das Bild-Archiv nach eigener Darstellung auf 18.000 Fotos angewachsen. Täglich wird das Angebot aktualisiert, an manchen Tagen um zwei Dutzend Beiträge. Das Gesamtangebot wird vom Initiator und von Praktikanten erstellt, ohne dass eine im Journalismus übliche Bezahlung geleistet wird. Die ansonsten entstehenden Kosten werden von Riedels Werbeagentur getragen. Einnahmen gibt es keine. Bezahlte Werbung soll erst zu einem späteren Zeitpunkt eingeführt werden. Manches Angebot („Markenwaren billiger einkaufen in OWL“) hat allerdings werblichen Charakter.

Inhaltlicher Bezugspunkt der Angebote ist ausschließlich die Region OWL. Es handelt sich um ein freizeitlastiges Angebot weitgehend ohne Boulevard-Berichte, häufig mit einer „Fotogalerie“ mit schon mal 150 Fotos zu Events in OWL. Veranstaltungen aller Art sind ein deutlicher Schwerpunkt des Angebots.

In Remscheid betreibt der pensionierte Journalist Lothar Kaiser das lokale Angebot **waterboelles.de**. Inhaltlich besteht es überwiegend aus Texten zur Lokalpolitik, die professionellen Standards folgen, sowie einem lokalen Veranstaltungskalender. Werbung gibt es nicht, entsprechend auch keine Einnahmen. Das in der Regel tagesaktuelle Angebot schafft Transparenz über die Kommunalpolitik. Ein ähnlich entschieden journalistisches und spezialisiertes Angebot konnte ansonsten kaum in NRW identifiziert werden.

Da nach umfassenden Recherchen durch zufällige Funde die Zahl lokaljournalistischer Angebote außerhalb der etablierten Medienbranche noch gesteigert wurde, ist davon auszugehen, dass es neben den hier registrierten Angeboten noch weitere gibt, auch solche, die erst nach Beendigung der Feldarbeit im September 2008 entstanden sind. Die Zahl von rund 60 entsprechenden Angeboten stellt also die Untergrenze dar.

**Tab. 6.1: Lokaljournalistische Angebote von Anbietern
außerhalb der etablierten Medienfirmen**

| |
|--|
| <p>Bergisch Media Kuhl & Quoos GbR Hauptstrasse 49 D-42579 Heiligenhaus 02056-586818 02056-594391 www.heiligenhaus-blog.de</p> |
| <p>Bökelverlag Manfred Schulz e.K. Sachsenstr. 47 D-41063 Mönchengladbach 02161-208002 02161-208112 www.maas-rhein-zeitung.de Ges.: Schulz, Manfred 100%</p> <p>Online-Angebot als ePaper "Maas Rhein Zeitung"; erscheint wöchentlich</p> |
| <p>Brink Medien-Agentur Neue Torstr. 7 D-32825 Blomberg 05235-99703 05235-99704 www.brink-medien.de und www.blomberg-news.de</p> <p>Anbieter der lokalen Onlinedienste "Blomberg-News" für Blomberg/Kreis Lippe und "www.owl-sportnews.de" für Ostwestfalen-Lippe</p> |
| <p>Citygator.de Fahrenheitsstr. 58 D-53125 Bonn 0180-554408801 www.citygator.de</p> <p>Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.citygator.de" für Bonn und den Rhein-Sieg-Kreis</p> |
| <p>Datentechnik Hoffmann Bockumer Heide 80 D-59075 Hamm 02381-974444 02381-974445 info@luenen-direkt.de www.luenen-direkt.de</p> <p>Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.luenen-direkt.de" für Lünen</p> |
| <p>deltaRegio.Net Ges. für reg. Online-Dienste GmbH & Co KG Spatzenweg 2 D-48282 Emsdetten 02572-9604020 02572-9604050 www.deltaregio.net Ges.: pers. haft.: detaRegio.NET Geschäftsführungs GmbH</p> <p>Anbieter des lokalen Online-Dienstes "deltaRegio.NET" für den Kreis Steinfurt</p> |

DorfInfo.de
Zur Lehmkuhle 8
D-59846 Sundern
02933-784404

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.dorfinfo.de" für das Sauerland

eadmedia
Bruchmauerstr. 40
D-32756 Detmold
05231-927070
05231-9270719
info@eadmedia.de
www.lippeportal.de; www.eadmedia.de
Verlegt Kostenlos-Magazin "Lippeportal"

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.lippeportal.de" inkl. "lippeportal.tv"
Webpräsenz auch für "www.bielefeld-tv.de"

Edvist EDV ud Internet Service Thiel
Nordring 11
D-50259 Pulheim
02238-52529
02238-964462
www.in-pulheim.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.in-pulheim.de" für Pulheim

Erfstadt-OnlineMagazin
Am Hahnacker 13
D-50374 Erfstadt
02235-959036
02235-959037
info@erfstadt-onlinemagazin.de
www.erfstadt-onlinemagazin.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Erfstadt Online Magazin"

Freudenberg Online News
Bahnhofstr. 12
D-57258 Freudenberg
02734-20910

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.freudenberg-online-news.de" für Freudenberg

Frey Print + Media GmbH
Bieketurmstr. 2
D-57439 Attendorn
02722-92650
02722-926550
www.freymedia.de; www.attendorner-geschichte.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.attendorner-geschichten.de" in Kooperation mit >Web & Printmedien

Geseke online
Ostmauer 26
D-59590 Geseke
02942-9799075
www.geseke-online.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.Geseke online" für Geseke

Gütersloh TV
Andreasweg 10
D-33335 Gütersloh
05241-23 70 39
Ges.: Film & TV Westerbarkey; PRO Lars Franke

Anbieter des Onlinedienstes "www.gueterslohtv.de"

Hamm-online.de Verlagsgesellschaft mbH
Zum Sachsenhof 22
D-59073 Hamm
"www.hamm.tv" (st. Jan 2006)
www.warendorf.tv
www.münster.tv
www.soest.tv

Anbieter der lokalen Onlinedienste "www.hamm-online.de"

Honnet24.de
Im Heidchen 6a
D-53604 Bad Honnet
02224-969046

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "Honnet24.de" für Honnet

Horstmann + Tiekötter GbR
Fredeburger Str. 5
D-33699 Bielefeld
www.hillegossen-online.de
pers. haft.: Horstmann, Eike J.; Tiekötter, Sven

Anbieter der lokalen Onlinedienste "www.hillegossen-online.de" und "www.ubbedissen.de"

Huchel visualmedia
Am Saeffelbach 7b
D-52538 Selfkant
02456-508334
02456-504134
info@huchel-visualmedia.de
www.selfkant-online.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.selfkant-online.de" für Selfkant

hxpo GbR
Amtshof Wickensen
D-37632 Eschershausen
05534-910150
05534-910160
www.hxpo.de

| |
|--|
| <p>Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.hxpo.de" für Höxter und das Weserbergland</p> <p>ICSmedia GmbH Soester Str. 13 D-48155 Münster 0251-60600 0251-6060190 www.westline.de Ges.: >Aschendorff GmbH & Co KG 40%; >Westline Informationsdienste Verwaltungsgesellschaft mbH 40%; >ICSmedia Beteiligungsgesellschaft mbH & Co KG 20%</p> <p>Internetanbieter www.westline.de</p> |
| <p>Internet Marktplatz GmbH & Co KG Weberstr. 32 D-49477 Ibbenbüren 05451-938810 05451-9388129 www.marktplatz-kg.de / www.muensterland.de Ges.: Marktplatz Münsterland oHG, Münster, 75% (Unternehmen der lokalen Sparkassen); VR Marktplatz oHG, Borken, 25% pers. haft.: Internet Marktplatz Verwaltungs-GmbH</p> <p>Anbieter von subregionalem und lokalem Onlinedienst im Münsterland</p> |
| <p>Interverdi / Internetvertrieb & Dienstleistungen Heidestr. 103 D-42549 Velbert 02051-313380 02051-3133818 info@interverdi.de www.interverdi.de und www.cityinfo24.de</p> <p>Anbieter des lokalen Online-Dienstes "City24" für den Kreis Mettmann</p> |
| <p>Isselburg-Live Gendringerstr. 30 D-46419 Isselburg</p> <p>Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Isselburg-Live" für Isselburg www.isselburg-live.de</p> |
| <p>kle-point Hoffmannallee 39 D-47533 Kleve 02821-9722740 info@kle-point.de www.kle-point.de</p> <p>Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.kle-point.de" für Kleve</p> |
| <p>Lippe1 Hornscher Weg 1300 D-32657 Lemgo 05261-666802 kontakt@lippe1.de www.lippe1.de</p> <p>Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Lippe1.de" im Kreis Lippe</p> |

Livingpage Media Ltd. & Co KG

Wüllnerstr. 3

D-48149 Münster

0251-13124566

0251-13124575

www.echo-muenster.de

Ges.: Dermann, Guido 25%; Maspohl, Bernward 25%; Stüdemann, Ulrike 25%; Wacker, Frank 25%
pers. haft.: Livingpage Ltd., Birmingham

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.echo-muenster.de" für Münster

Löhne 24 Das Stadtportal

Am Klosterbrink 8

D-32547 Bad Oeynhausen

www.loehne24.de

Anbieter von lokalen Onlinediensten "Löhne24.de" und "badoeynhausen24.de" für Löhne und Bad Oeynhausen

Lokalvision Horsmann, Kuhne, Rakow GbR

Friedrichstr. 3

D-33330 Gütersloh

05241-7097897

www.lokalvision.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.lokalvision.de" für Gütersloh

media-x-vision

Am Lindenbach 6

D-51580 Reichshof

02265-9899286

02265-9899287

www.media-x-vision.de; www.sauerland-tv.de

Anbieter der Onlinedienste "www.sauerland-tv.de" und "www.oberberg-tv.de"

Medienagentur Heinz-Friedrich Pries

Kestnerstr. 11

D-32657 Lemgo

05261-15075

www.lippe-news.de und ähnlich für viele Gemeinden

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Lippe-News" für den Kreis Lippe

MP Mediapartner Oliver Mies & Christian Pöche GbR

Bottroper Straße 3

D-46244 Bottrop-Kirchhellen

02045-401462

02045-401466

www.lebensart-regional.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.lebensart-regional.de" für Bottrop-Kirchhellen vgl. >Aureus Medien

New Classic Werbesysteme

D-Steinheim

www.steinheim-news.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Steinheim-News" für Steinheim/Kreis Lippe

NiederbergNet.de
Birther Str. 13
D-42549 Velbert
02051-605861
02051-605862
info@niederbergnet.de
www.niederbergnet.de

Onlinemagazin Sennefenster
Pollhansheide 38a
D-33758 Schloß Holte-Stukenbrock
05207-924284
05207-926520

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.sennefenster" in Ostwestfalen

Optical illusion Media WorkX
Am Stadtwald 12
D-51702 Bergneustadt
02261-479222
02261-479888
www.news-oberberg.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes www.news-oberberg.de

OWL-Journal
Sudbrackstr. 12
D-33611 Bielefeld
0521-60090
0521-69911
www.owl-journal.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "OWL-Journal" für OWL

Pixtura Werbeagentur e.K.
Bahnhofstr. 8
D-46414 Rhede
02872-948525
02872-948526
www.rhede-city.de + www.borken-city.de

Anbieter der lokalen Onlinedienste "www.rhede-city.de" für Rhede und "www.borken-city.de" für Borken

Portunity GmbH
Werner-Seelenbinder-Str. 23
D-42477 Radevormwald
0202-695550
0202-69555190
info@portunity.de
www.stadtnetz-radevormwald.de

Proserver Media Fullservice Rainer Toppmöller e.K.
Walhallastr. 82
D-32108 Bad Salzuflen
05222-3696330
05222-3696336

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.salzufler-stadtgefluester.de" für Bad Salzuflen

Frank Reiermann Software und Internet
Binsfelder Straße 77
D-52351 Düren
02421-69280
02421-692810
info@reiermann.de
www.rurweb.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.rurweb.de" für den Kreis Düren

Reviertport online GmbH
Dickmannstr. 2
D-45143 Essen
Ges.: >Prokom Medienberatungs-Verlagsgesellschaft mbH 33,3%; Dreißel, Olaf 33,3%; Ziegler, Florian 33,3%

Anbieter des Onlinedienstes "reviertport.de"

RK online Verlag GmbH
Belmicker Weg 2
D-57489 Drolshagen
02763-212190
02763-212199
www.hsk-aktuell.de
Ges.: Rüsche, Sven Oliver 100%

Anbieter der lokalen Onlinedienste "ww.oberberg24.de"; "www.mysiegerland.de"; www.hsh-aktuell.de"
Zudem ohne aktuelle lokaljournalistische Angebote:
www.my-nrw.de; www.my-ruhrgebiet.de; www.bergisch24.de; www.düsseldorf-on.de; www.my-colonia.de und weitere

RK-Video Reiner Kerner
Goethestr. 10
D-33330 Gütersloh
05241-49610
05241-708333

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.gt-live.de"

RLS Jakobsmeyer GmbH
Vattmannstr. 4
D-33110 Paderborn
05251-52460
05251-524615
www.rls.de; www.hochstift.live.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.hochstift-live.de" für den Kreis Paderborn

Sauerland-Nachrichten
Matthiasstr. 62
D-57413 Finnentrop
0178-5833493
www.sauerland-nachrichten.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Sauerland-Nachrichten" für Hochsauerlandkreis; Kreis Olpe; Märkischer Kreis; Stadt Hagen

7mind Budowska & Erdmann GbR
Gottesweg 64
D-50969 Köln
0221-94204950
0221-94204952
anfrage@7mind.com
www.tv-huerth.de

Anbieter des lokalen IPTV "www.rhein-erft.tv" für Rhein-Erft-Kreis
Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.rheinerft-onlinezeitung.de" für den Rhein-Erft Kreis

Stadtgeflüster GmbH & Co KG
Rothenburg 14
D-48163 Münster
0251-
www.stadtgefluester-muenster.de
Ges.: Kambach + Nolte Verlag GmbH, Münster, 50%; >LW Medien GmbH & Co KG 50%
pers. haft.: Stadtgeflüster Verwaltungsges. mbH

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "Stadtgeflüster" und "Wochenschau" in Münster
plant Anzeigenblätter "Stadtgeflüster" und "Wochenschau"

stadtmagazin.com Kayvani & Alev GbR
Brüderstr. 19
D-50667 Köln
0221-9955770
0221-99557799
info@stadtmagazin.com
www.stadtmagazin.com

Anbieter von lokalen Online-Diensten "www.stadtmagazin.com" für Köln, Düsseldorf, Essen, Dortmund

Studio 242 Christof Schmoll & Susanne Weise GbR
Bitzer Berg
D-53819 Neunkirchen-Seelscheid
02247-92050
02247-920520
www.studio242.de

Anbieter von lokalen Online-Deinsten "www.much-heute.de" und "www.neunkirchen-seelscheid.info"
(in Koop. Stadtverwaltung Neunkirchen-Seelscheid)

Temming Verlag KG
Europlatz 26
D-46399 Bocholt
02871-2840
02871-284119
verlag@bbv-net.de; stadtkurier@sk-naklar.de
www.bbv-net.de; www.sk-naklar.de

Anbieter von lokalem Online-TV "bbv-net"

Treffpunkt Minden
Hufschmiede 11
D-32423 Minden
0571-4049461
0571-649045
www.treffpunkt-minden.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "Treffpunkt Minden" für Minden

Troisdorf24.de
Bismarckstr. 14
D-53842 Troisdorf
02241-972356
www.troidorf24.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.Troisdorf24.de"

TV Emscher-Lippe GmbH & Co KG
Voßhorst 15
D-45699 Herten
02366-308207
02366-39199
www.tv-emscher-lippe.de
Ges.: Bauch, Uwe Frank 100%
pers. haft.: MBC Medienhaus GmbH

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.tv-emscher-lippe.de"

Uncutblog Onlinemagazin Rheda-Wiedenbrück
Lange Str. 74
D-33378 Rheda-Wiedenbrück
05242-3789382
www.awi-ag.de

Anbieter des Onlinedienstes "Uncutblog" für Rheda-Wiedenbrück

unser-Brilon.de
Akazienstr. 1
D-59929 Brilon
02964-945397
www.unser-brilon.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.unser-brilon.de"

Verlag und Agentur stadtgeflüster
Hahler Str. 77
D-32427 Minden
0571-87932
0571-8732
minden@stadtgefluester.de
www.stadtgefluester.de

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "stadtgeflüster" in Minden
(vor allem Veranstaltungstermine)
Verlegt Kostenlos-Magazin "Stadtgeflüster"

Videobeiträge von Reimedia GmbH, Hamm

02381-9738890

02381-9738891

www.hamm-online.de

Ges.: Reimedia Reimann Multimedia GmbH, Hamm, 100%

4D-Team Melcher

Neukirchenerstr. 64

D-41470 Neuss

www.heide-bote.de

Anbieter des lokalen Online-Dienstes "www.heide-bote.de" für Neuss

Waterboelles.de

Lothar Kaiser

Fichtenstr. 98e

D-42855 Remscheid

1@kailo.de

Anbieter des regionalen Online-Dienstes www.waterboelles.de

WAZ New Media GmbH & Co KG

Friedrichstraße 34 - 38

D-45128 Essen

0201-8040

0201-804-1070

kontakt@derwesten.de

www.derwesten.de

Ges.: >Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG

100%pers. haft.: WAZ NewMedia Verwaltungsgesellschaft mbH

Anbieter des regionalen Online-Dienstes "derwesten.de"

Web & Printmedien Attendorn

Hofstatt 4

D-57439 Attendorn

02722-635056

02722-635057

www.wis-attendorn.de; [www.hansestadt-akt](http://www.hansestadt-akt.de)

Anbieter des lokalen Onlinedienstes "www.hansestadt-attendorn.de" in Kooperation mit >Frey Print + Media GmbH

Westline Informationsdienste Verwaltungsges. mbH

D-Dortmund

Ges. von: >ICSmedia GmbH 40%

7. Crossmediale Entwicklungen

Crossmediale Anbieterstrukturen sind keine jüngere Entwicklung, werden heute aber stärker beachtet, weil neue Medien immer öfter die alten Medien ergänzen und immer mehr ursprünglich monomediale Anbieter medientypologische Grenzen überschreiten und zu multimedialen Anbietern avancieren. Ein klassisches Beispiel für eine frühe Entwicklung bieten die Landesrundfunkanstalten, die zunächst nur Hörfunk veranstalteten, dann aber auch das erste Fernsehprogramm in der Bundesrepublik starteten. Auch bei den Printmedien gab es lange eine deutliche Grenze zwischen dem Verlegen von Zeitungen und Zeitschriften. Nur wenige Verlage waren in der frühen Republik bimedial aufgestellt. Prominentestes Beispiel ist der Springer-Konzern, der schon Anfang der 50er Jahre sowohl Zeitungen als auch Zeitschriften verlegte. In Einzelfällen ist dieser Doppelstatus sogar einer zeitweiligen Spezialisierung gewichen, so z. B. beim Bauer-Konzern, der sich vom Zeitungsmarkt trennte (*Norddeutsche Zeitung*), allerdings Jahre später sich erneut engagierte (*Volksstimme* in Magdeburg).

Diese klassische Zäsur bei den Printmedien besteht heute nur noch in Teilen. Auch in Nordrhein-Westfalen sind viele Verlagsunternehmen in beiden Branchen engagiert. Einige Beispiele:

- Der WAZ-Konzern verlegt schon seit vielen Jahren auch einige Yellow-Titel und hat den Zeitschriftenbereich sukzessive deutlich ausgebaut. Verbunden mit der Übernahme des Gong-Verlags war auch der Aufstieg unter die führenden Publikumszeitschriften-Verlage.
- Die Verlagsgruppe Handelsblatt in Düsseldorf verlegt traditionell neben der gleichnamigen Fachtageszeitung auch Wirtschaftszeitschriften (z. B. *WirtschaftsWoche*, einst auch *DM*).
- Der Verlag der *Rheinischen Post* gibt Fachzeitschriften heraus.
- Nachdem regionale Zeitschriften sich zunehmend sowohl im Leser- als auch – noch wichtiger – im Anzeigenmarkt etablierten, haben sich mancherorts auch Zeitungsverlage engagiert, denn es ging nach ihrem Verständnis um ihre Anzeigenmärkte.

Für die Masse der Zeitungsverlage waren allerdings das Aufkommen und der zügige Markterfolg der Anzeigenblätter ab Mitte der 70er mit der Signalwirkung verbunden, sich von der monomedialen Ausrichtung zu verabschieden. Als dann das erste „neue“ Medium aufkam, der Bildschirmtext (Btx), war die klassische Konzentration auf die Tageszeitung bei vielen Verlagen schon durchbrochen und die Bereitschaft zur Investition gegeben. Zugleich kamen erstmals Dispute mit den Rundfunkanstalten darüber auf, wer zu dem neuen Medium als Anbieter Zugang haben sollte. Mit dem Begriff „Bildschirmzeitung“ wollten die Verlage Btx für sich reklamieren. Die heutigen Konflikte über die Rolle der öffentlich-rechtlichen Anstalten im Internet erinnern an die Debatten um Btx. Beim Aufkommen des Videotextes (Vtx) war die Situation insofern eine andere, als dass für dieses neue Angebot, die so genannte Austastlücke beim Transport von Fernsehbildern genutzt wurde. Daher konnte Vtx nur von Fernsehanbietern angeboten werden.

Nachdem das Bundesverfassungsgericht 1981 dem Privatfunk den Weg geebnet hatte, waren bereits bei den ersten Privatfunkanbietern Zeitschriftenverlage und in noch größerer Zahl Zeitungsverlage engagiert. Sie hatten über Jahrzehnte zu den Wegbereitern des Privatfunks gehört, waren zunächst immer wieder rechtlich gescheitert, hatten sich letztlich dann doch durchgesetzt. Nach dem vom Bundesverfassungsgericht deklarierten außenpluralem Modell, dem die Länder mit dem damaligen Konsortialmodell entsprachen, konnte allerdings kein Verlag selbst Rundfunk veranstalten, sondern musste sich mit einer Beteiligung am Veranstalter zufrieden geben. Im Bereich des Privatfernsehens erwies sich dies zunächst als „erzwungener Segen“ für einzelne Teilhaber, denn sowohl die ersten Lokal-TV-Anbieter als auch das *ECS-Programm*,¹¹ der Vorläufer von *SAT.1*, erwiesen sich als betriebswirtschaftliche Flops, die Millioneninvestitionen „verbrannten“. Der private Hörfunk hingegen erwirtschaftete früh bessere Ergebnisse, in Sonderheit die landesweiten Anbieter.

An diesen frühen, vielfach auch an später lizenzierten Regionalsendern ist bis heute eine Vielzahl von Zeitungsunternehmen beteiligt. In den wenigen Bundesländern, in denen auch lokaler Hörfunk zugelassen wurde, gilt dies auch für dieses Medium. Dabei sind auf landesgesetzlicher Basis gerade von jenen Verlagen Beteiligungs-

¹¹ Beteiligt daran waren neben anderen auch rund 100 Zeitungsverlage aus den alten Bundesländern, die sich in der Firma APF Aktuell Presse-Fernsehen zusammengefounden hatten.

grenzen zu beachten, die über marktdominante Positionen im Zeitungsmarkt verfügen. Mit diesen Vorschriften soll eine vorherrschende Meinungsmacht Einzelner verhindert werden.

In NRW hat der Gesetzgeber zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht einen einzigartigen Weg gewählt. Den Zeitungsverlagen wurde die wirtschaftliche Betätigung im Lokalfunk in weitem Umfang genehmigt und ihnen dazu sogar ein Zugangsprivileg zu den lokalen Betriebsgesellschaften bis zu einer Beteiligungshöhe von 75 Prozent eingeräumt. Die Verantwortung für das Programm wurde im Rahmen des Zwei-Säulen-Modells aber Veranstaltergemeinschaften zugewiesen. Trotz breiter und anhaltender Kritik der Zeitungsverleger an diesem Modell hat sich letztlich eine große Mehrheit der Verlage im Lokalfunk engagiert und den gesetzlichen Beteiligungsrahmen regelmäßig vollständig ausgeschöpft. Im Laufe der Jahre haben nur wenige Verlage dem Lokalfunk den Rücken gekehrt. Immerhin geht es beim Lokalfunk – ähnlich wie bei dem Aufkommen der Anzeigenblätter – um „ihre“ Werbemärkte.

Nach annähernd zwei Jahrzehnten relativer Gelassenheit wird nun im Zuge eines Revivals des Lokalfernsehens erneut über Beteiligungsbeschränkungen gestritten. Dabei geht es um die Beteiligung marktdominanter Zeitungsverlage an TV-Veranstaltern, deren Verbreitungsgebiet mit jenem der Zeitungsverlage (weitgehend) übereinstimmt. Gerade an diesen Veranstaltern in „ihrer Scholle“ sind einzelne Zeitungsverlage besonders interessiert. Anbieter außerhalb des eigenen Verbreitungsgebiets interessieren im Wortsinn allenfalls peripher. Verfassungsrechtliche Normen der Vielfaltssicherung kollidieren entsprechend mit den betriebswirtschaftlichen Interessen von Verlagen. Da das Fernsehen auch mit neuen produktionstechnischen Möglichkeiten im Vergleich etwa zum Hörfunk hohe Investitionen verlangt, beschränkt sich der Kreis der Interessenten in NRW derzeit insbesondere auf umsatzstarke Zeitungsunternehmen. Dies sind regelmäßig zugleich jene, die in den Zeitungsmärkten marktdominante Anbieterstellungen bis hin zum Monopol aufweisen. Insofern ergibt sich gerade in diesen lokalen Räumen aktuell ein Zielkonflikt mit der Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht. Der Lizenzgeber, die LfM, muss sich dabei insbesondere an der entsprechenden Regelung des Landesmediengesetzes orientieren: „Presseunternehmen, die in einem Verbreitungsgebiet eine marktbeherr-

schende Stellung im Zeitungs- oder Zeitschriftenmarkt innehaben, dürfen auf Rundfunkveranstalter weder unmittelbar noch mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben“ (§ 33 Abs. 3).

Der Verweis von Zeitungsverlegern darauf, dass die Bedeutung der Tageszeitung heute relativiert werden müsse, da insbesondere mit dem Internet eine neuartige Angebotsfülle entstanden sei, die das Bundesverfassungsgericht bei zurückliegenden Entscheidungen noch nicht im Blick gehabt haben könne, ist zutreffend. Auch im Zuge dieser Studie ist eine bei Aufnahme der Projektbearbeitung nicht erwartete Zahl von Anbietern lokaljournalistischer Leistungen jenseits der etablierten Medien erfasst worden (vgl. Kap. 6). Quantität und journalistische Qualität dieser Internetangebote sind aber zum einen höchst unterschiedlich und unterschreiten fast regelmäßig jene lokaljournalistischen Angebote, die Zeitungsverlage auf der Basis ihrer professionell arbeitenden Zeitungsredaktionen anzubieten in der Lage sind. Das Internet hat durchaus die Potenz – gerade wegen der kostengünstigen Distribution –, alternative Medienangebote auch im Lokalen bereitzustellen und damit nicht nur verkrustete sondern auch monopolisierte Angebotsstrukturen im Lokalen aufzubrechen.

Lokaljournalistische Inhalte können – je nach Medium vollständig oder zumindest in Teilen – multimedial genutzt werden. Von daher genießen jene deutliche Vorteile im multimedialen Markt, die die redaktionellen Kosten nicht monomedial sondern multimedial erwirtschaften können. Über die größten lokaljournalistischen Ressourcen verfügen die Zeitungsverleger. Damit haben die Zeitungsverleger zugleich die besten Voraussetzungen, für breite lokaljournalistische Angebote auch im Internet. Dies könnte sich vor allem dann als Vorteil erweisen, wenn die Nutzungsdaten des Internets weiter so steigen wie bisher und – wichtiger noch – die Werbeerlöse jene vor einigen Jahren noch eher kümmerlichen Ebenen verlassen werden. Sollten die Zeitungsunternehmen in den Verbreitungsgebieten ihrer Zeitungen auch im Internet zu besonders nachgefragten Anbietern avancieren, erreichte die Vermachtung von Medienmärkten eine neue Dimension.

Schon heute sind nahezu alle Zeitungsunternehmen mit lokaljournalistischen Angeboten im Internet vertreten. Jenseits der lokalen Angebote arbeiten sie dabei – auch

das eine Parallele zum Zeitungsmarkt – häufig mit anderen Verlagen redaktionell zusammen.

Kooperationsmodelle aus dem Bereich der Anzeigenakquisition sind gleichfalls längst auf das Internet übertragen worden. Bei vielen dieser Gemeinschaftsunternehmen sind Zeitungsunternehmen aus NRW engagiert und haben maßgebliche Rollen inne. Eine Auswahl:

- Bei der Kalaydo GmbH & Co KG in Köln (www.kalaydo.de) haben sich die rheinischen Zeitungsverlage zusammengetan, um gemeinsam z. B. in den Sparten Stellen; Immobilien inklusive Ferienwohnungen; Auto und Motorrad ein möglichst breites Angebot bieten zu können. Auch ein „ticketshop“ gehört dazu. Beteiligt sind DuMont Schauberg in Köln (36 %), die *Rheinische Post* (32 %), die *Westdeutsche Zeitung* (13,2 %), der *General-Anzeiger* in Bonn (10,5 %) und der Zeitungsverlag Aachen (8,5 %).
- Die markt.gruppe GmbH & Co KG (zuvor: ISA GmbH & Co KG) in München bedient Märkte wie Kalaydo. Mit dem Anspruch „Wir sind Deutschlands großes Anzeigennetzwerk“ ist allerdings der nationale Markt angesprochen. Basis für die Angebotsfülle des Netzwerkes sind die Zeitungsverlage der drei Eigner (jeweils ein Drittel): Holtzbrinck, WAZ-Konzern und Ippen-Gruppe (organisatorisch allerdings an den Verlag des *Münchner Merkur*, nicht an einen NRW-Verlag gekoppelt). Zu den Angeboten der Gruppe gehören die Marken immowelt.de; markt.de; stellenanzeigen.de; Motoso.de und auch Trauer.de mit Todesanzeigen. Mit den Portalen kooperieren weitere Zeitungsverlage, die nicht mit Anteilseignern verflochten sind, u. a. auch der *Rheinische Merkur* in Bonn.

Im Folgenden wird der Versuch unternommen, die crossmedialen Aktivitäten von Zeitungsverlagen in einer Übersicht darzustellen. Dabei wird weder quantifiziert (etwa nach der Anzahl von Beteiligungen) noch qualifiziert. Die Übersicht zeigt aber, dass Zeitungsverlage weit überwiegend multimedial engagiert sind.

Tab. 7.1: Crossmediale Aktivitäten von Tageszeitungen in NRW

| Titel | Anzeigenblätter | Lokale/ regionale Zeitschr. | Lokaler Hörfunk | Region. Hörfunk | Internet | Lokal-TV |
|---|-----------------|-----------------------------------|--------------------|--------------------|----------|----------|
| Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung | x | | | x | x | x |
| Allgemeine Zeitung, Coesfeld | x | | x | x | x | |
| Bocholter-Borkener Volksblatt | x | | x | x | x | |
| Borkener Zeitung | x | | x | x | x | |
| Dülmener Zeitung | x | | | x | x | |
| General-Anzeiger, Bonn ² | x | x | x | x | x | x |
| Die Glocke, Oelde | x | x | x | x | x | |
| Haller Kreisblatt | x | x | x | x | x | |
| Hellweger Anzeiger, Unna | x | | x | x | x | |
| Ibbenbürener Volkszeitung | x | | x | x | x | |
| Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau - Express, Köln - Düsseldorf-Express | x | x | x | x | x | x |
| Lippische Landes-Zeitung | x | x | x | x | x | |
| Lüdenscheider Nachrichten | x | | x | x | x | |
| Mindener Tageblatt | x | x | x | x | x | |
| Münsterländische Volkszeitung | x | | x | x | x | |
| Neue Westfälische, Bielefeld | x | x | x | x | x | |
| Neuß-Grevenbroicher Zeitung | x | x | x | x | x | |
| Der Patriot, Lippstadt | x | | x | x | x | |
| Recklinghäuser Zeitung | x | | x | x | x | |
| Remscheider General-Anzeiger | x | | x | x | x | |
| Rheinische Post, Düsseldorf | x | x | x | x | x | x |
| Ruhr Nachrichten, Dortmund - Emsdettener Volkszeitung | x | | x | x | x | x |
| Siegener Zeitung ⁶ | x | | x | x | x | |
| Soester Anzeiger | x | | x | x | x | |
| Solinger Tageblatt | x | | x | x | x | |
| Süderländer Tageblatt, Plettenberg | | | | | x | |
| Tageblatt für den Kreis Steinfurt | x | | x | x | x | |
| Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Essen - Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung - Neue Ruhr/Rhein Zeitung - Westfälische Rundschau - Westfalenpost, Hagen | x | | x | x | x | x |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Westdeutsche Zeitung, Düsseld. | x | x | x | x | x | |
| Westfalen-Blatt, Bielefeld | x | | x | | x | |
| Westfälische Nachrichten - Ahlener Zeitung | x | | x | x | x | x |
| Westfälischer Anzeiger, Hamm | x | x | x | x | x | x |

Den Stellenwert einzelner Anbieter in Bezug auf die publizistische Bedeutung der Gesamtheit ihrer medialen Angebote in einzelnen Räumen zu qualifizieren oder gar gesamtheitlich zu quantifizieren, ist äußerst schwierig. Zunächst müssten dazu publizistische Räume identifiziert werden, die mit der kommunalen Gliederung übereinstimmen können aber nicht müssen.

Im zweiten Schritt müsste die Relevanz aller lokal informierenden Medien in einem solchen Raum gemessen werden. Dazu würden sich Marktanteilsberechnungen für die nach der klassischen medientypologischen Vorgehensweise gebildeten Teilbranchen anbieten. Dann aber setzen erhebliche Probleme ein, denn derzeit besteht kein Konsens – auch nicht in den Kommunikationswissenschaften – darüber, wie die jeweilige Relevanz einzelner Medientypen für die öffentliche Meinungsbildung gewichtet und darauf aufbauend eine intermediale Gewichtung vorzunehmen ist.¹² Daher wird es zunächst bei der Zuordnung der einzelnen Medien und ihres jeweiligen Gewichts in den Einzelbranchen zu den jeweiligen Anbietern bleiben müssen. Damit werden crossmediale Aktivitäten einzelner Anbieter nicht nur wie in der obigen Auflistung deutlich, sondern sie werden für die jeweiligen publizistischen Räume qualifiziert. Damit dürften sich zumindest fallweise Räume identifizieren lassen, in denen das Problem der Vermachtung von lokalen Medien auf Anbieterseite gegeben ist. Auf eine Medientypen übergreifende einheitliche Quantifizierung und Qualifizierung muss einstweilen noch verzichtet werden, da etwas wie ein gemeinsamer Nenner für Medienangebote und noch stärker für Mediennutzungen fehlt.

Die Diversifikation in andere überwiegend lokale Medienbranchen wird nicht allein von Zeitungsunternehmen betrieben. Da die Zeitungsunternehmen in NRW aber in

¹² Wie Streitig solche Verfahrensweisen sind, hat exemplarisch die Entscheidung der KEK im geplanten Übernahmeverfahren der ProSieben Sat. 1 Medien AG durch die Axel Springer AG gezeigt. Die KEK hat zu den Streitigen Fragen eigens ein Gutachten erstellen lassen. (Vgl. Hasebrink, Uwe: Zur Berücksichtigung medienrelevanter verwandter Märkte bei der Anwendung des Zuschaueranteilmodells (§ 26 Abs. 2 Satz 2 RStV). Hamburg 2005).

Summe Dominanz auch in anderen Branchen haben, insbesondere bei den Anzeigenblattverlagen und überwiegend auch beim lokalen und regionalen Hörfunk (Radio NRW), sind die Diversifikationsbestrebungen aus anderen Branchen heraus weder quantitativ noch von ihrer ökonomischen Bedeutung vergleichbar mit jenen von Zeitungsunternehmen. Allein das Internet bildet inzwischen eine Ausnahme. Hier treffen sich annähernd alle Medienanbieter: vom global agierenden Konzern über die Anbieter im nationalen Medienmarkt bis hin zu jenen in eng begrenzten lokalen Märkten.

8. Daten für die Medienbranche

Eine Branchendarstellung ohne Umsatz- und Beschäftigtenzahlen wäre lückenhaft. Dem Anspruch des vorliegenden Berichts, Mediendaten auch mit ihrer räumlichen Verteilung in NRW darzustellen, kann aber nur in Grenzen entsprochen werden, weil die Datenlage dies nur in Teilen zulässt. Die vorliegenden Daten zu den Beschäftigtenzahlen erlauben auch regionalisierte Darstellungen; die Umsatzzahlen aber nur sehr begrenzt. Die Gründe dafür werden zunächst am Beispiel der Verlagsbranche dargestellt.

Die Verlagsbranche nach Umsatz

Zeitungsverlage waren in den frühen Jahren der Bundesrepublik noch weit über das Land verstreut. Im Zuge der Konzentration hat sich das verändert. Dies gilt für Nordrhein-Westfalen genau wie für andere Flächenländer. Die Lokalberichterstattung erfordert redaktionelle Präsenz vor Ort. Für die Verlage gilt dies aber nicht. Die Entscheidungsebene ist heute häufig disloziert von den Märkten angesiedelt. In Grenzen ist das auch für die technische Produktion möglich. Darüber, wo die Verlagswirtschaft heute mit welchen Bündelungen von Ressourcen angesiedelt ist, ist nur wenig bekannt. Auch die Umsatzstatistik des LDS gibt in Bezug auf die regionale Verteilung allenfalls Hinweise. Dies liegt in der Systematik der Steuerstatistik begründet. So werden beispielsweise bei regionalisierten Übersichten nicht alle Firmen am jeweiligen Sitz verortet, sondern jeweils nur die steuerpflichtigen, also beispielsweise die Konzernholding. Zudem werden die Unternehmen von den jeweils zuständigen Finanzbehörden nach ihrem Umsatzschwerpunkt den einzelnen Wirtschaftsbranchen zugeordnet. Entsprechend müssen nicht alle Umsätze in der entsprechenden Branche erwirtschaftet werden und umgekehrt können Umsätze von Unternehmen mit Schwerpunkt in einer anderen Branche fehlen. Letztlich wird der Anspruch der Anonymität auch vom LDS mit der Folge gewährt, dass bei klein strukturierten Datensammlungen vielfach Daten nicht veröffentlicht werden, weil bei geringer Unternehmenszahl Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen möglich wären. Bei Branchen mit einer relativ geringen Zahl von steuerpflichtigen Unternehmen wird eine räumliche differenzierte Darstellung dadurch erheblich eingeschränkt. Dies gilt beispielsweise auch für die Verlagswirtschaft.

Diese Systematik der Datenrekrutierung des LDS und die Rücksichtnahme auf die gewünschte Vertraulichkeit bei der Darstellung der Daten führen insgesamt zu einer Datenbasis, die bereits bei oberflächlichen Plausibilitätsprüfungen Fragen aufwirft und insgesamt kaum für die kleinräumige Darstellung einer Branche geeignet scheint. Dieser Vorbehalt wird im Folgenden am Beispiel der für Verlage von Tageszeitungen vom LDS veröffentlichten Daten exemplifiziert.

Für die nach der LDS-Statistik 47 Verlage von Tageszeitungen in NRW veröffentlicht das LDS aus Gründen der Anonymitätswahrung regionalisierte Umsatzzahlen nur bis auf die Ebene der Regierungsbezirke. Auf der Ebene der Kreise und kreisfreien Städte herrscht Fehlanzeige. Branchenspezifische Ballungen können unter regionalen Aspekten auf der Basis dieser Daten nicht identifiziert werden. Das gleiche gilt für die 37 steuerpflichtigen Verlage von Wochen- und Sonntagszeitungen. Mit einem Umsatz von gut 80 Mio. € ist diese Branche allerdings viel weniger bedeutend als die Zeitungsverlage, die in 2006 einen Gesamtumsatz von knapp 2 Mrd. € in NRW erreichten. Bemerkenswert ist, dass vom LDS knapp 60 Prozent dieses Umsatzes für den Regierungsbezirk Düsseldorf ausgewiesen werden. Für den Regierungsbezirk Köln nennt das LDS nur einen Umsatz von 180 Mio. €, was einem Anteil von 9 Prozent an NRW entspricht. Das LDS beziffert die Zahl der Unternehmen im Regierungsbezirk mit 5. Darunter müssten auch folgende Unternehmen sein:

- Zeitungsverlag Aachen GmbH
- M. DuMont Schauberg in Köln und
- Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser.

Der Umsatz dieser Unternehmen umfasst allerdings ein Mehrfaches des Umsatzes, der vom LDS für die 5 im Regierungsbezirk ausgewiesenen Unternehmen angegeben wird. Da auch die jeweiligen Anteilseigner im Regierungsbezirk Köln angesiedelt sind, entsprechend eine Verlagerung z. B. auf eine Konzernebene außerhalb des Regierungsbezirks ausgeschlossen erscheint, können die Umsätze auch nicht unter anderen Regierungsbezirken ausgewiesen sein. Als Erklärungsansatz bleibt vorläufig nur die These, dass die Umsätze – nach welchen Kriterien auch immer – anderen Branchen zugerechnet wurden.

Das Beispiel zeigt, dass die Daten der Umsatzsteuerstatistik eine Regionalisierung von einzelnen Branchen nicht einmal auf der Ebene der Regierungsbezirke zulassen. Da die Umsatzsteuerstatistik aber zugleich die einzige Statistik mit regionalisierten Umsatzzahlen ist, kann das Vorhaben, die Medienindustrie in ihrer räumlichen Gliederung auf der Basis von Umsätzen darzustellen, nicht realisiert werden.

Im Folgenden werden die Daten des LDS für die Teilbranchen der Verlagswirtschaft dokumentiert.

Tab. 8.1: Steuerpflichtige und steuerbarer Umsatz 2006 nach regionaler Gliederung

| Verwaltungsbezirk | Verlegen von allgemeinen Zeitschriften (22.13.2) | | | Verlegen von Fachzeitschriften (22.13.1) | | | Verlegen von sonstigen Zeitschriften (22.13.3) | | |
|-------------------|---|-------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------------|
| | Anzahl Steuerpflichtige | Steuerbarer Umsatz in 1.000 € | Anteil an NRW in % | Anzahl Steuerpflichtige | Steuerbarer Umsatz in 1.000 € | Anteil an NRW in % | Anzahl Steuerpflichtige | Steuerbarer Umsatz in 1.000 € | Anteil an NRW in % |
| NRW | 130 | 1.334.972 | 100 | 143 | 422.707 | 100 | 116 | 484.447 | 100 |
| RB Düsseldorf | 47 | 997.912 | 74,8 | 43 | 91.340 | 21,6 | 32 | 151.293 | 31,2 |
| RB Köln | 44 | 252.174 | 18,9 | 51 | 187.512 | 44,4 | 42 | 294.613 | 60,8 |
| RB Münster | 10 | 22.472 | 1,7 | 14 | 14.457 | 3,4 | 15 | 10.990 | 2,3 |
| RB Detmold | 6 | 31.982 | 2,4 | 13 | 61.103 | 14,5 | 13 | 11.160 | 2,3 |
| RB Arnsberg | 23 | 30.432 | 2,3 | 22 | 68.295 | 16,2 | 14 | 16.392 | 3,4 |

Nur Steuerpflichtige mit Lieferungen und Leistungen von mehr als 17 500 Euro. Angaben ohne Umsatzsteuer.

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, 2008

Beschäftigte der Medienbranche

Die Verlagswirtschaft zählt zu den kleineren Wirtschaftszweigen. Dies gilt insbesondere, wenn man sie an der Zahl der Beschäftigten misst. Nach den Daten der Bundesagentur für Arbeit arbeiteten Mitte 2007 von den insgesamt 5,7 Mio. sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in NRW nur 1,1 Prozent in der Branche Verlags- und Druckgewerbe sowie Vervielfältigung. Von diesen 63.600 Beschäftigten arbeiteten gut 40 Prozent bei Verlagen, knapp 60 Prozent für das Druckgewerbe. Von 2003 bis 2007 ist die Beschäftigtenzahl in der Verlagswirtschaft von 74.100 auf 63.600 zurückgegangen. Dieser Wegfall von rund 14 Prozent der Stellen in vier Jahren weist auch auf das Rationalisierungstempo in der Branche hin. Der Abbau von Arbeitsplätzen war dabei im Druckgewerbe mit 15,1 Prozent noch relativ größer als in der Verlagswirtschaft mit 12,5 Prozent. Innerhalb der Verlagsbranche weisen die Zeitungsverlage mit 16,0 Prozent die höchsten Verluste auf. Bei den Zeitschriftenverlagen hat es in derselben Zeit sogar einen minimalen Stellenzuwachs gegeben.

Noch stärker als der Abbau von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen ist im selben Zeitraum die Zahl der geringfügig entlohnt Beschäftigten in der Verlagsbranche gestiegen. Mitte 2007 arbeiteten auf dieser Basis in den Verlagen 18.900 Mitarbeiter. Mitte 2003 waren es noch 16.200 gewesen. Das entspricht einem Anstieg um 24 Prozent. Bei den Druckereien betrug dieser zeitgleich sogar 28,5 Prozent und lag damit um zwei Prozentpunkte über dem Steigerungssatz der Gesamtwirtschaft in NRW von 26,5 Prozent (in 2007: 1,7 Mio. Beschäftigte). Der Anteil der Nebenjobber an den geringfügig entlohnt Beschäftigten lag bei 27 Prozent. Im Verlagsgewerbe betrug der Anteil 31,7 Prozent. 2003 waren es erst 23 Prozent gewesen. Auch in der Gesamtwirtschaft ist die Zahl der Nebenjobber in den letzten Jahren rasant gestiegen. Von 2003 bis 2007 betrug die Steigerungsrate 83,9 Prozent.

Die getrennt ausgewiesenen Branchendaten für „Vervielfältigung von bespielten Ton- und Bildträgern“ (223) kann hier übergangen werden, da für NRW nur 187 Vollzeit-Beschäftigte ausgewiesen werden.

**Tab. 8.2: Verlags- und Druckgewerbe:
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in NRW am Arbeitsort**

| WZ 03 | Insgesamt | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Stichtag 30.06.2007 | Stichtag 30.06.2006 | Stichtag 30.06.2005 | Stichtag 30.06.2003 |
| Insgesamt | 5.665.640 | 5.560.958 | 5.556.270 | 5.736.058 |
| Papiergewerbe | 31.767 | 33.571 | 34.563 | 36.142 |
| Verlags-, Druckgewerbe, Vervielfältigung | 63.634 | 65.433 | 67.241 | 74.057 |
| davon: | | | | |
| Verlagsgewerbe | 26.842 | 27.736 | 28.165 | 30.684 |
| Verlegen von Büchern | 7.708 | 8.901 | 8.965 | 9.816 |
| Verlegen von Büchern (o. Adressbücher) | 7.118 | 8.334 | 8.385 | 9.203 |
| Verlegen von Adressbüchern | 590 | 567 | 580 | 613 |
| Verlegen von Zeitungen | 10.541 | 10.510 | 10.911 | 12.556 |
| Verlegen von Tageszeitungen | 9.343 | 9.409 | 9.802 | 11.355 |
| Verlegen v. Wo.- u. Sonntagszeitungen | 1.198 | 1.101 | 1.109 | 1.201 |
| Verlegen von Zeitschriften | 5.819 | 5.727 | 5.770 | 5.805 |
| Verlegen von Fachzeitschriften | 2.486 | 2.479 | 2.321 | 2.126 |
| Verlegen von allgemeinen Zeitschriften | 1.443 | 1.438 | 1.422 | 1.463 |
| Verlegen von sonstigen Zeitschriften | 1.890 | 1.810 | 2.027 | 2.216 |
| Verlegen von besp. Tonträgern u. Musikalien | 1.485 | 1.529 | 1.572 | 1.660 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern | 1.260 | 1.297 | 1.283 | 1.340 |
| Verlegen von Musikalien | 225 | 232 | 289 | 320 |
| Sonstiges Verlagsgewerbe | 1.289 | 1.069 | 947 | 847 |
| Druckgewerbe | 36.588 | 37.489 | 38.861 | 43.095 |
| Drucken von Zeitungen | 3.094 | 3.245 | 3.316 | 3.659 |
| Drucken anderer Druckerzeugnisse | 25.545 | 26.718 | 27.982 | 31.295 |
| Druckweiterverarbeitung | 2.400 | 2.294 | 2.239 | 2.533 |
| Druck- und Mediovorstufe | 4.893 | 4.663 | 4.573 | 4.695 |
| Erbringung sonst. druckbezogener Leist. | 656 | 569 | 751 | 913 |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik

1. Daten aus der Statistik sind Sozialdaten (§ 35 SGB I) und unterliegen dem Sozialdatenschutz nach § 16 BStatG. Aus diesem Grund werden Zahlenwerte kleiner als 3 anonymisiert.

2) Bis zum Ablauf von drei Kalenderjahren nach Auswertungstichtag bzw. -zeitraum haben Ergebnisse aus der Beschäftigungsstatistik den Status "vorläufig".

**Tab. 8.3: Verlags- und Druckgewerbe:
Geringfügig entlohnte Beschäftigte in NRW am Arbeitsort: Insgesamt**

| WZ 03 | Insgesamt | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Stichtag 30.06.2007 | Stichtag 30.06.2006 | Stichtag 30.06.2005 | Stichtag 30.06.2003 |
| Insgesamt | 1.707.970 | 1.664.547 | 1.598.431 | 1.349.658 |
| Papiergewerbe | 3.205 | 4.125 | 3.851 | 3.666 |
| Verlags-, Druckgewerbe, Vervielfältigung | 31.869 | 30.907 | 30.269 | 25.327 |
| davon: | | | | |
| Verlagsgewerbe | 18.874 | 18.369 | 18.062 | 15.203 |
| Verlegen von Büchern | 1.657 | 1.640 | 1.661 | 1.388 |
| Verlegen von Büchern (o. Adressbücher) | 1.626 | 1.600 | 1.584 | 1.363 |
| Verlegen von Adressbüchern | 31 | 40 | 77 | 25 |
| Verlegen von Zeitungen | 14.017 | 13.598 | 13.277 | 11.205 |
| Verlegen von Tageszeitungen | 11.177 | 10.989 | 10.578 | 9.096 |
| Verlegen v. Wo.- und Sonntagszeitungen | 2.840 | 2.609 | 2.699 | 2.109 |
| Verlegen von Zeitschriften | 2.703 | 2.714 | 2.690 | 2.233 |
| Verlegen von Fachzeitschriften | 545 | 600 | 536 | 344 |
| Verlegen von allgemeinen Zeitschriften | 1.278 | 1.258 | 1.271 | 1.047 |
| Verlegen von sonstigen Zeitschriften | 880 | 856 | 883 | 842 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern Musikalien | 138 | 115 | 147 | 144 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern | 54 | 53 | 57 | 46 |
| Verlegen von Musikalien | 84 | 62 | 90 | 98 |
| Sonstiges Verlagsgewerbe | 359 | 302 | 287 | 233 |
| Druckgewerbe | 12.957 | 12.441 | 12.155 | 10.086 |
| Drucken von Zeitungen | 1.245 | 1.278 | 1.218 | 1.070 |
| Drucken anderer Druckerzeugnisse | 9.008 | 8.697 | 8.585 | 7.171 |
| Druckweiterverarbeitung | 1.113 | 962 | 942 | 700 |
| Druck- und Mediovorstufe | 1.001 | 1.002 | 850 | 705 |
| Erbringung sonst. druckbezogener Leist. | 590 | 502 | 560 | 440 |

Anmerkungen vgl. Tab. 7.1

**Tab. 8.4: Verlags- und Druckgewerbe:
Geringfügig entlohnte Beschäftigte in NRW am Arbeitsort:
Ausschließlich geringfügig Beschäftigte**

| WZ03 | Insgesamt | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Stichtag 30.06.2007 | Stichtag 30.06.2006 | Stichtag 30.06.2005 | Stichtag 30.06.2003 |
| Insgesamt | 1.243.197 | 1.233.300 | 1.203.144 | 1.096.899 |
| Papiergewerbe | 2.470 | 3.099 | 2.932 | 3.144 |
| Verlags-, Druckgewerbe, Vervielfältigung | 22.720 | 22.612 | 22.454 | 20.199 |
| davon: | | | | |
| Verlagsgewerbe | 12.884 | 13.003 | 12.950 | 11.681 |
| Verlegen von Büchern | 1.118 | 1.142 | 1.228 | 1.110 |
| Verlegen von Büchern (o. Adressbücher) | 1.096 | 1.111 | 1.165 | 1.092 |
| Verlegen von Adressbüchern | 22 | 31 | 63 | 18 |
| Verlegen von Zeitungen | 9.520 | 9.589 | 9.420 | 8.401 |
| Verlegen von Tageszeitungen | 7.194 | 7.367 | 7.072 | 6.461 |
| Verlegen v. Wo.- und Sonntagszeitungen | 2.326 | 2.222 | 2.348 | 1.940 |
| Verlegen von Zeitschriften | 1.890 | 1.972 | 2.006 | 1.865 |
| Verlegen von Fachzeitschriften | 372 | 427 | 376 | 270 |
| Verlegen von allgemeinen Zeitschriften | 880 | 909 | 944 | 891 |
| Verlegen von sonstigen Zeitschriften | 638 | 636 | 686 | 704 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien | 93 | 76 | 96 | 110 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern | 34 | 32 | 35 | 32 |
| Verlegen von Musikalien | 59 | 44 | 61 | 78 |
| Sonstiges Verlagsgewerbe | 263 | 224 | 200 | 195 |
| Druckgewerbe | 9.807 | 9.544 | 9.464 | 8.481 |
| Drucken von Zeitungen | 876 | 950 | 933 | 886 |
| Drucken anderer Druckerzeugnisse | 6.829 | 6.676 | 6.671 | 6.015 |
| Druckweiterverarbeitung | 899 | 782 | 767 | 613 |
| Druck- und Mediovorstufe | 711 | 720 | 618 | 580 |
| Erbringung sonst. druckbezogener Leist. | 492 | 416 | 475 | 387 |

Anmerkungen vgl. Tab. 7.1

**Tab. 8.5: Verlags- und Druckgewerbe:
Geringfügig entlohnte Beschäftigte in NRW am Arbeitsort: Im Nebenjob**

| WZ03 | Insgesamt | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Stichtag 30.06.2007 | Stichtag 30.06.2006 | Stichtag 30.06.2005 | Stichtag 30.06.2003 |
| Insgesamt | 464.773 | 431.247 | 395.287 | 252.759 |
| Papiergewerbe | 735 | 1.026 | 919 | 522 |
| Verlags-, Druckgewerbe, Vervielfältigung | 9.149 | 8.295 | 7.815 | 5.128 |
| davon: | | | | |
| Verlagsgewerbe | 5.990 | 5.366 | 5.112 | 3.522 |
| Verlegen von Büchern | 539 | 498 | 433 | 278 |
| Verlegen von Büchern (o. Adressbücher) | 530 | 489 | 419 | 271 |
| Verlegen von Adressbüchern | 9 | 9 | 14 | 7 |
| Verlegen von Zeitungen | 4.497 | 4.009 | 3.857 | 2.804 |
| Verlegen von Tageszeitungen | 3.983 | 3.622 | 3.506 | 2.635 |
| Verlegen v. Wo.- und Sonntagszeitungen | 514 | 387 | 351 | 169 |
| Verlegen von Zeitschriften | 813 | 742 | 684 | 368 |
| Verlegen von Fachzeitschriften | 173 | 173 | 160 | 74 |
| Verlegen von allgemeinen Zeitschriften | 398 | 349 | 327 | 156 |
| Verlegen von sonstigen Zeitschriften | 242 | 220 | 197 | 138 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien | 45 | 39 | 51 | 34 |
| Verlegen von bespielten Tonträgern | 20 | 21 | 22 | 14 |
| Verlegen von Musikalien | 25 | 18 | 29 | 20 |
| Sonstiges Verlagsgewerbe | 96 | 78 | 87 | 38 |
| Druckgewerbe | 3.150 | 2.897 | 2.691 | 1.605 |
| Drucken von Zeitungen | 369 | 328 | 285 | 184 |
| Drucken anderer Druckerzeugnisse | 2.179 | 2.021 | 1.914 | 1.156 |
| Druckweiterverarbeitung | 214 | 180 | 175 | 87 |
| Druck- und Mediovorstufe | 290 | 282 | 232 | 125 |
| Erbringung sonst. druckbezogener Leist. | 98 | 86 | 85 | 53 |

Anmerkungen vgl. Tab. 7.1

Beschäftigte im Rundfunkbereich

Für die Branche „Rundfunkveranstalter“ (922) weist die Arbeitsstatistik für NRW 11.291 Vollzeit-Beschäftigte aus. Im Vergleich zum Verlags- und Druckgewerbe ist das rund ein Fünftel. Knapp 6.000 Vollzeit-Beschäftigte arbeiten in der „Film- und Videofilmherstellung und -verleih“ (921). Gut 1.00 Beschäftigte weist die Bundesagentur in der Branche „Korrespondenz- und Nachrichtenbüros“ (924) aus.

In der Summe arbeiten in der engeren Medienbranche mit den fünf oben aufgeführten Branchen 68.300 Vollzeit-Beschäftigte. Das entspricht einem Anteil an den insgesamt 4,8 Mio. Vollzeit-Beschäftigten in NRW von 1,4 Prozent.

Anders als die Statistiken über den Mehrwertsteuer-pflichtigen Umsatz des LDS lassen die Arbeitsmarktzahlen sehr wohl auch Rückschlüsse auf die lokale/regionale Verteilung der Medienbranche in NRW zu und zwar bis auf die Ebene der Kreise und kreisfreien Städte. Bereits auf der Ebene der Regierungsbezirke zeigen sich deutliche Unterschiede.

**Tab. 8.6: Medienbranchen NRW:
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort: Vollzeit**

| | Verlags- gewerbe | Druck- gewerbe | Rundfunk- veranstalter | Filmher- stellung | Korrespon- denten | gesamt abs. | in |
|---------------|---------------------|-------------------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------|--------|
| RB Düsseldorf | 6.422 | 9.997 | 1.356 | 825 | 412 | 19.012 | 27,8% |
| RB Köln | 5.873 | 7.813 | 9.181 | 4.448 | 451 | 27.766 | 40,7% |
| RB Münster | 1.586 | 324 | 77 | 63 | 3 | 2.053 | 3,0% |
| RB Detmold | 2.771 | 7.869 | 102 | 123 | 21 | 10.886 | 15,9% |
| RB Arnsberg | 3.101 | 4.441 | 491 | 376 | 146 | 8.555 | 12,5% |
| NRW gesamt | 19.753 | 30.444 | 11.207 | 5.835 | 1.033 | 68.272 | 100,0% |

**Tab. 8.7: Medienbranchen NRW:
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort: Teilzeit**

| | Verlags- gewerbe | Druck- gewerbe | Rundfunk- veranstalter | Filmher- stellung | Korrespon- denten | gesamt abs. | in |
|---------------|---------------------|-------------------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------|--------|
| RB Düsseldorf | 1.427 | 763 | 170 | 388 | 53 | 2.801 | 21,3% |
| RB Köln | 837 | 601 | 1.284 | 778 | 89 | 3.589 | 27,3% |
| RB Münster | 1.430 | 376 | 20 | 149 | 11 | 1.986 | 15,1% |
| RB Detmold | 1.436 | 686 | 19 | 115 | 6 | 2.262 | 17,2% |
| RB Arnsberg | 1.062 | 410 | 773 | 235 | 35 | 2.515 | 19,1% |
| NRW gesamt | 6.192 | 2.836 | 2.266 | 1.665 | 194 | 13.153 | 100,0% |

**Tab. 8.8: Medienbranchen NRW:
Geringfügig entlohnte Beschäftigte am Arbeitsort: insgesamt**

| | Verlags- gewerbe | Druck- gewerbe | Rundfunk- veranstalter | Filmher- stellung | Korrespon- denten | gesamt abs. | in |
|---------------|---------------------|-------------------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------|--------|
| RB Düsseldorf | 3.359 | 4.151 | 70 | 962 | 243 | 8.785 | 19,8% |
| RB Köln | 3.428 | 3.144 | 281 | 1.875 | 297 | 9.025 | 20,3% |
| RB Münster | 6.115 | 2.564 | 21 | 438 | 44 | 9.182 | 20,7% |
| RB Detmold | 4.374 | 2.261 | 7 | 401 | 30 | 7.073 | 15,9% |
| RB Arnsberg | 6.774 | 2.588 | 80 | 747 | 106 | 10.295 | 23,2% |
| NRW gesamt | 24.050 | 14.708 | 459 | 4.423 | 720 | 44.360 | 100,0% |

Die Medienbranche ist deutlich auf das Rheinland konzentriert. In den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln sind zusammen knapp 70 Prozent der Arbeitsplätze für Vollzeitkräfte angesiedelt. Allein der Regierungsbezirk Köln kommt auf einen Anteil von 40 Prozent. Die rheinischen Regierungsbezirke weisen für alle fünf ausgewählten Teilbranchen die jeweils höchsten Beschäftigungszahlen aus. Herausragend sind die Anteile des RB Köln bei den Rundfunkveranstaltern (82 %) und bei der Filmherstellung (76 %). Der RB Düsseldorf folgt mit Anteilen von 12 bzw. 14 Prozent. Darüber hinaus sind jeweils rund 40 Prozent der Korrespondenten in den beiden Regierungsbezirken angesiedelt. Die Regierungsbezirke in Westfalen spielen in allen drei Bereichen nur eine sehr untergeordnete, z. T. marginale Rolle.

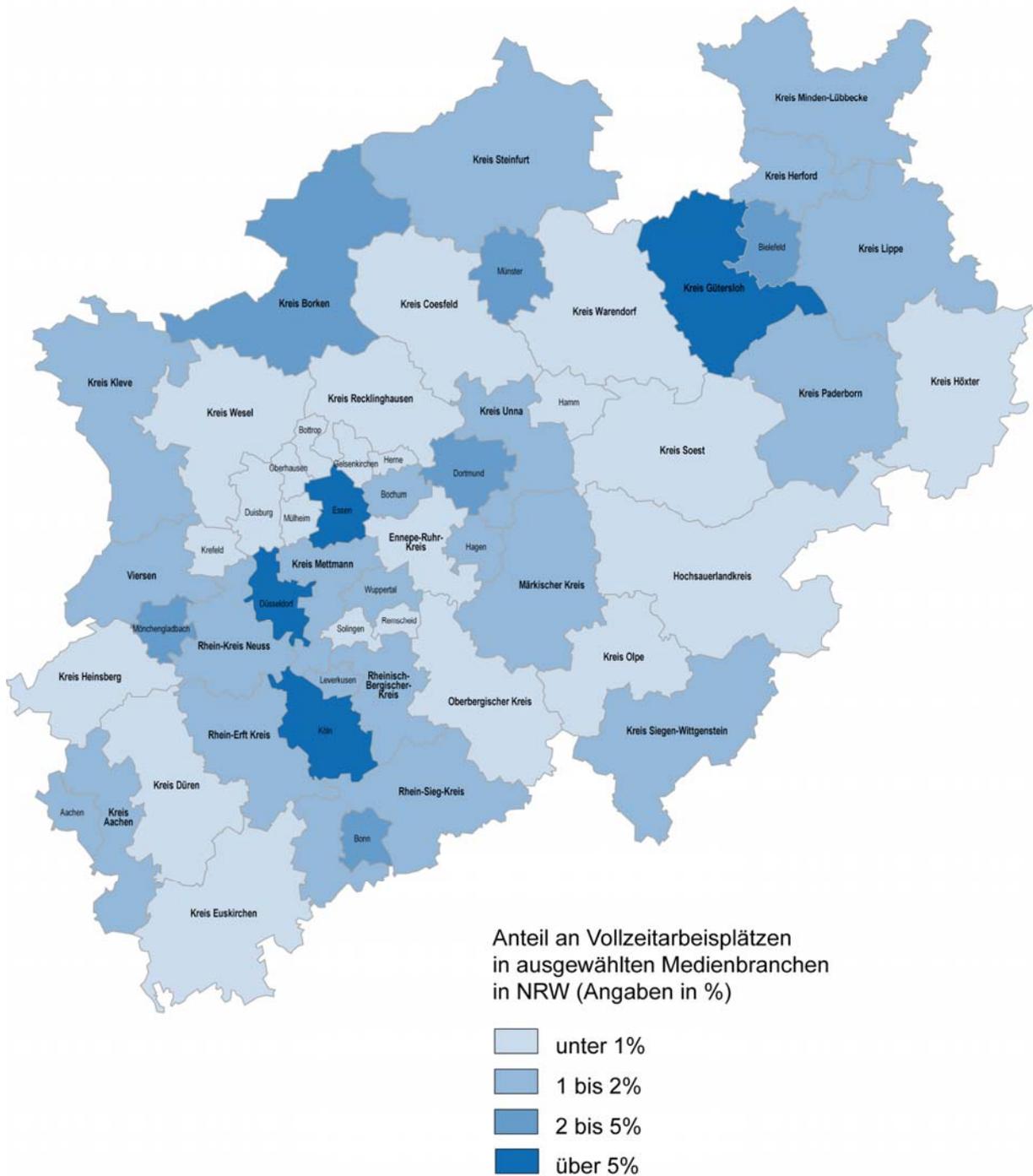
Das Verlags- und das Druckgewerbe sind in NRW gleichmäßiger verteilt. Am Verlagsgewerbe weisen die drei westfälischen Regierungsbezirke zusammen einen Anteil von 38 Prozent aus. Beim Druckgewerbe sind es 41 Prozent. Die geringste Anzahl von Vollzeitstellen weist in allen fünf Branchen der RB Münster aus, wo insge-

samt nur 3 Prozent der Arbeitsplätze der NRW-Medienbranche bestehen. Im RB Arnsberg sind es knapp 13, im RB Detmold 16 Prozent.

Auf der Ebene der Kreise und kreisfreien Städte zeigt sich, dass die meisten Standorte an der Zahl der Vollzeitbeschäftigten in NRW nur Anteile von unter 1 Prozent bzw. von unter 2 Prozent erreichen (vgl. Karte). Auf Anteile zwischen 2 und 5 Prozent kommen sechs Standorte: Mönchengladbach (2,1 %), Kreis Borken (2,3 %), Dortmund (2,4 %), Münster (2,8 %), Bielefeld (3,3 %) und Bonn (4,8 %). Größeres Gewicht in der Medienbranche haben der Kreis Gütersloh (5,3 %), Essen (6,0 %) und Düsseldorf (6,8 %). Herausragend ist der Anteil der Stadt Köln mit 23,1 Prozent, was knapp 17.000 Stellen entspricht. Köln ist in den Branchen Rundfunkveranstaltung und Filmproduktion ein Standort von nationalem Rang und erreicht in beiden Branchen einen Anteil von rund 60 Prozent. Mit deutlich geringeren Anteilen liegt Köln auch in der Verlags- (14 %) und Druckbranche (9 %) vorn.

Die regionale Verteilung für den Bereich der Teilzeitbeschäftigten sowie der geringfügig entlohnt Beschäftigten weicht ein wenig von jener der Vollzeitbeschäftigten ab. Die Regierungsbezirke Düsseldorf und Köln haben dabei nicht die gleiche Bedeutung wie bei den Vollzeitstellen. Insgesamt werden die bei den Vollzeitbeschäftigten führenden Kreise und kreisfreien Städte aber auch nach diesen Werten bestätigt. Daneben sind einzelne Auffälligkeiten gegeben wie etwa die große Zahl von Teilzeitbeschäftigten in der Rundfunkbranche in Bochum, für die es zunächst keine Erklärung gibt.

Beschäftigte in der Medienindustrie



Tab. 8.9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort: Vollzeit

| Gebiet | Insgesamt | % | 221 Verlags- ge- werbe | % | 222 Druckge- werbe | % | 922 Rund- funkver- anstalter | % | Fi- Vide- st |
|----------------------------------|------------------|---------------|------------------------------|---------------|-----------------------|---------------|------------------------------------|---------------|--------------------|
| 05 Nordrhein-Westfalen | 4.792.520 | 100,00 | 20.678 | 100,00 | 34.067 | 100,00 | 11.291 | 100,00 | |
| 051 Reg.-Bez. Düsseldorf | 1.478.210 | 30,84 | 6.422 | 31,06 | 9.997 | 29,35 | 1.356 | 12,01 | |
| 05111 Düsseldorf, Stadt | 303.672 | 6,34 | 2.220 | 10,74 | 1.274 | 3,74 | 1.004 | 8,89 | |
| 05112 Duisburg, Stadt | 132.392 | 2,76 | 251 | 1,21 | 283 | 0,83 | 40 | 0,35 | |
| 05113 Essen, Stadt | 176.016 | 3,67 | 1.968 | 9,52 | 2.125 | 6,24 | 66 | 0,58 | |
| 05114 Krefeld, Stadt | 69.415 | 1,45 | 165 | 0,80 | 408 | 1,20 | 9 | 0,08 | |
| 05116 Mönchengladbach, Stadt | 67.954 | 1,42 | 93 | 0,45 | 1.373 | 4,03 | 3 | 0,03 | |
| 05117 Mülheim an der Ruhr, Stadt | 46.026 | 0,96 | 72 | 0,35 | 72 | 0,21 | * | | |
| 05119 Oberhausen, Stadt | 43.636 | 0,91 | 72 | 0,35 | 136 | 0,40 | 101 | 0,89 | |
| 05120 Remscheid, Stadt | 35.878 | 0,75 | 112 | 0,54 | 143 | 0,42 | 8 | 0,07 | |
| 05122 Solingen, Stadt | 39.768 | 0,83 | 84 | 0,41 | 237 | 0,70 | * | | |
| 05124 Wuppertal, Stadt | 93.711 | 1,96 | 244 | 1,18 | 606 | 1,78 | 48 | 0,43 | |
| 05154 Kleve | 62.071 | 1,30 | 117 | 0,57 | 692 | 2,03 | 16 | 0,14 | |
| 05158 Mettmann | 144.337 | 3,01 | 302 | 1,46 | 483 | 1,42 | 34 | 0,30 | |
| 05162 Rhein-Kreis Neuss | 105.869 | 2,21 | 160 | 0,77 | 651 | 1,91 | 15 | 0,13 | |
| 05166 Viersen | 64.704 | 1,35 | 374 | 1,81 | 1.011 | 2,97 | - | | |
| 05170 Wesel | 92.761 | 1,94 | 188 | 0,91 | 503 | 1,48 | 9 | 0,08 | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 3 | 0,03 | |
| 053 Reg.-Bez. Köln | 1.158.378 | 24,17 | 5.873 | 28,40 | 7.813 | 22,93 | 9.181 | 81,31 | |
| 05313 Aachen, Stadt | 86.871 | 1,81 | 505 | 2,44 | 627 | 1,84 | 56 | 0,50 | |
| 05314 Bonn, Stadt | 119.105 | 2,49 | 921 | 4,45 | 498 | 1,46 | 1.855 | 16,43 | |
| 05315 Köln, Stadt | 377.451 | 7,88 | 2.923 | 14,14 | 3.181 | 9,34 | 7.070 | 62,62 | |
| 05316 Leverkusen, Stadt | 49.617 | 1,04 | 186 | 0,90 | 247 | 0,73 | 5 | 0,04 | |
| 05354 Aachen | 57.636 | 1,20 | 69 | 0,33 | 655 | 1,92 | 17 | 0,15 | |
| 05358 Düren | 57.345 | 1,20 | 11 | 0,05 | 287 | 0,84 | 6 | 0,05 | |
| 05362 Rhein-Erft-Kreis | 96.949 | 2,02 | 178 | 0,86 | 385 | 1,13 | 162 | 1,43 | |
| 05366 Euskirchen | 37.855 | 0,79 | 133 | 0,64 | 56 | 0,16 | - | | |
| 05370 Heinsberg | 42.126 | 0,88 | 64 | 0,31 | 264 | 0,77 | - | | |
| 05374 Oberbergischer Kreis | 76.534 | 1,60 | 82 | 0,40 | 592 | 1,74 | - | | |
| 05378 Rheinisch-Bergischer Kreis | 52.864 | 1,10 | 309 | 1,49 | 418 | 1,23 | 9 | 0,08 | |
| 05382 Rhein-Sieg-Kreis | 104.025 | 2,17 | 492 | 2,38 | 603 | 1,77 | * | | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 1 | 0,01 | |
| 055 Reg.-Bez. Münster | 618.389 | 12,90 | 2.511 | 12,14 | 3.947 | 11,59 | 161 | 1,43 | |
| 05512 Bottrop, Stadt | 25.930 | 0,54 | 27 | 0,13 | 63 | 0,18 | - | | |
| 05513 Gelsenkirchen, Stadt | 58.564 | 1,22 | 80 | 0,39 | 156 | 0,46 | 7 | 0,06 | |
| 05515 Münster, Stadt | 105.681 | 2,21 | 1.586 | 7,67 | 324 | 0,95 | 77 | 0,68 | |
| 05554 Borken | 98.933 | 2,06 | 88 | 0,43 | 1.580 | 4,64 | 27 | 0,24 | |
| 05558 Coesfeld | 43.637 | 0,91 | 80 | 0,39 | 245 | 0,72 | 13 | 0,12 | |
| 05562 Recklinghausen | 114.372 | 2,39 | 135 | 0,65 | 421 | 1,24 | 17 | 0,15 | |
| 05566 Steinfurt | 103.699 | 2,16 | 194 | 0,94 | 1.013 | 2,97 | 10 | 0,09 | |
| 05570 Warendorf | 67.573 | 1,41 | 321 | 1,55 | 145 | 0,43 | 10 | 0,09 | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | - | | |
| 057 Reg.-Bez. Detmold | 572.508 | 11,95 | 2.771 | 13,40 | 7.869 | 23,10 | 102 | 0,90 | |
| 05711 Bielefeld, Stadt | 100.390 | 2,09 | 1.023 | 4,95 | 1.249 | 3,67 | 58 | 0,51 | |
| 05754 Gütersloh | 118.167 | 2,47 | 1.252 | 6,05 | 2.557 | 7,51 | 6 | 0,05 | |
| 05758 Herford | 70.022 | 1,46 | 97 | 0,47 | 1.122 | 3,29 | 7 | 0,06 | |
| 05762 Höxter | 32.004 | 0,67 | 16 | 0,08 | 228 | 0,67 | - | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|-------------|
| 05766 Lippe | 81.010 | 1,69 | 123 | 0,59 | 1.112 | 3,26 | 15 | 0,13 |
| 05770 Minden-Lübbecke | 88.299 | 1,84 | 95 | 0,46 | 1.034 | 3,04 | 7 | 0,06 |
| 05774 Paderborn | 82.616 | 1,72 | 165 | 0,80 | 567 | 1,66 | 9 | 0,08 |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | - | |
| 059 Reg.-Bez. Arnsberg | 965.035 | 20,14 | 3.101 | 15,00 | 4.441 | 13,04 | 491 | 4,35 |
| 05911 Bochum, Stadt | 101.557 | 2,12 | 398 | 1,92 | 365 | 1,07 | 200 | 1,77 |
| 05913 Dortmund, Stadt | 156.663 | 3,27 | 703 | 3,40 | 592 | 1,74 | 153 | 1,36 |
| 05914 Hagen, Stadt | 54.734 | 1,14 | 436 | 2,11 | 321 | 0,94 | 8 | 0,07 |
| 05915 Hamm, Stadt | 42.130 | 0,88 | 223 | 1,08 | 173 | 0,51 | 8 | 0,07 |
| 05916 Herne, Stadt | 37.836 | 0,79 | 238 | 1,15 | 189 | 0,55 | 7 | 0,06 |
| 05954 Ennepe-Ruhr-Kreis | 78.597 | 1,64 | 162 | 0,78 | 261 | 0,77 | 5 | 0,04 |
| 05958 Hochsauerlandkreis | 74.862 | 1,56 | 70 | 0,34 | 574 | 1,68 | 9 | 0,08 |
| 05962 Märkischer Kreis | 127.017 | 2,65 | 313 | 1,51 | 439 | 1,29 | 16 | 0,14 |
| 05966 Olpe | 42.926 | 0,90 | 103 | 0,50 | 69 | 0,20 | - | |
| 05970 Siegen-Wittgenstein | 86.073 | 1,80 | 38 | 0,18 | 629 | 1,85 | 62 | 0,55 |
| 05974 Soest | 78.044 | 1,63 | 232 | 1,12 | 252 | 0,74 | 9 | 0,08 |
| 05978 Unna | 84.596 | 1,77 | 185 | 0,89 | 577 | 1,69 | 14 | 0,12 |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | - | |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigungsstatistik; Stichtag: 31.12.2007

Der Strich entspricht einer Null und das * bedeutet, dass Werte < 3 aus Datenschutzgründen anonymisiert werden.

Tab. 8.10: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort: Teilzeit

| Gebiet | Insgesamt | % | 221 Verlagsge- werbe | % | 222 Druckge- werbe | % | 922 Rund- funkver- anstalter | % |
|----------------------------------|----------------|---------------|-------------------------|---------------|-----------------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| 05 Nordrhein-Westfalen | 985.673 | 100,00 | 6.192 | 100,00 | 2.836 | 100,00 | 2.266 | 100,00 |
| 051 Reg.-Bez. Düsseldorf | 285.739 | 28,99 | 1.427 | 23,05 | 763 | 26,90 | 170 | 7,50 |
| 05111 Düsseldorf, Stadt | 51.185 | 5,19 | 291 | 4,70 | 93 | 3,28 | 118 | 5,21 |
| 05112 Duisburg, Stadt | 24.141 | 2,45 | 153 | 2,47 | 13 | 0,46 | * | |
| 05113 Essen, Stadt | 37.851 | 3,84 | 208 | 3,36 | 143 | 5,04 | 16 | 0,71 |
| 05114 Krefeld, Stadt | 13.258 | 1,35 | 33 | 0,53 | 34 | 1,20 | * | |
| 05116 Mönchengladbach, Stadt | 14.222 | 1,44 | 19 | 0,31 | 47 | 1,66 | - | |
| 05117 Mülheim an der Ruhr, Stadt | 7.746 | 0,79 | 102 | 1,65 | 7 | 0,25 | - | |
| 05119 Oberhausen, Stadt | 12.255 | 1,24 | 106 | 1,71 | 26 | 0,92 | 12 | 0,53 |
| 05120 Remscheid, Stadt | 6.092 | 0,62 | 45 | 0,73 | 9 | 0,32 | 3 | 0,13 |
| 05122 Solingen, Stadt | 7.308 | 0,74 | 39 | 0,63 | 23 | 0,81 | * | |
| 05124 Wuppertal, Stadt | 19.765 | 2,01 | 53 | 0,86 | 85 | 3,00 | 10 | 0,44 |
| 05154 Kleve | 13.206 | 1,34 | 56 | 0,90 | 76 | 2,68 | * | |
| 05158 Mettmann | 24.656 | 2,50 | 102 | 1,65 | 44 | 1,55 | * | |
| 05162 Rhein-Kreis Neuss | 19.028 | 1,93 | 42 | 0,68 | 25 | 0,88 | * | |
| 05166 Viersen | 13.607 | 1,38 | 30 | 0,48 | 53 | 1,87 | - | |
| 05170 Wesel | 21.419 | 2,17 | 148 | 2,39 | 85 | 3,00 | * | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 11 | 0,49 |
| 053 Reg.-Bez. Köln | 249.063 | 25,27 | 837 | 13,52 | 601 | 21,19 | 1.284 | 56,66 |
| 05313 Aachen, Stadt | 23.531 | 2,39 | 90 | 1,45 | 53 | 1,87 | 6 | 0,26 |
| 05314 Bonn, Stadt | 30.986 | 3,14 | 169 | 2,73 | 44 | 1,55 | 138 | 6,09 |
| 05315 Köln, Stadt | 76.608 | 7,77 | 362 | 5,85 | 287 | 10,12 | 1.130 | 49,87 |
| 05316 Leverkusen, Stadt | 9.308 | 0,94 | 45 | 0,73 | 12 | 0,42 | * | |
| 05354 Aachen | 11.946 | 1,21 | 19 | 0,31 | 33 | 1,16 | * | |
| 05358 Düren | 13.767 | 1,40 | * | | 6 | 0,21 | * | |
| 05362 Rhein-Erft-Kreis | 18.642 | 1,89 | 25 | 0,40 | 29 | 1,02 | 5 | 0,22 |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| 05366 Euskirchen | 7.966 | 0,81 | 12 | 0,19 | 7 | 0,25 | - | |
| 05370 Heinsberg | 9.815 | 1,00 | 3 | 0,05 | 21 | 0,74 | - | |
| 05374 Oberbergischer Kreis | 11.944 | 1,21 | 20 | 0,32 | 19 | 0,67 | - | |
| 05378 Rheinisch-Bergischer Kreis | 12.067 | 1,22 | 55 | 0,89 | 15 | 0,53 | * | |
| 05382 Rhein-Sieg-Kreis | 22.483 | 2,28 | 35 | 0,57 | 75 | 2,64 | - | |
| keine lokale Verortung | - | | 2 | 0,03 | - | | 5 | 0,22 |
| 055 Reg.-Bez. Münster | 132.225 | 13,41 | 1.430 | 23,09 | 376 | 13,26 | 20 | 0,88 |
| 05512 Bottrop, Stadt | 4.559 | 0,46 | 40 | 0,65 | 3 | 0,11 | - | |
| 05513 Gelsenkirchen, Stadt | 11.741 | 1,19 | 102 | 1,65 | 11 | 0,39 | * | |
| 05515 Münster, Stadt | 30.873 | 3,13 | 669 | 10,80 | 26 | 0,92 | 17 | 0,75 |
| 05554 Borken | 15.240 | 1,55 | 86 | 1,39 | 99 | 3,49 | * | |
| 05558 Coesfeld | 9.735 | 0,99 | 83 | 1,34 | 61 | 2,15 | - | |
| 05562 Recklinghausen | 27.175 | 2,76 | 173 | 2,79 | 68 | 2,40 | - | |
| 05566 Steinfurt | 21.167 | 2,15 | 89 | 1,44 | 93 | 3,28 | - | |
| 05570 Warendorf | 11.735 | 1,19 | 188 | 3,04 | 15 | 0,53 | - | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 3 | 0,13 |
| 057 Reg.-Bez. Detmold | 125.986 | 12,78 | 1.436 | 23,19 | 686 | 24,19 | 19 | 0,84 |
| 05711 Bielefeld, Stadt | 28.419 | 2,88 | 470 | 7,59 | 131 | 4,62 | 15 | 0,66 |
| 05754 Gütersloh | 19.419 | 1,97 | 400 | 6,46 | 108 | 3,81 | - | |
| 05758 Herford | 15.050 | 1,53 | 175 | 2,83 | 56 | 1,97 | * | |
| 05762 Höxter | 7.228 | 0,73 | 8 | 0,13 | 16 | 0,56 | - | |
| 05766 Lippe | 18.734 | 1,90 | 68 | 1,10 | 57 | 2,01 | * | |
| 05770 Minden-Lübbecke | 20.178 | 2,05 | 122 | 1,97 | 261 | 9,20 | - | |
| 05774 Paderborn | 16.958 | 1,72 | 193 | 3,12 | 57 | 2,01 | * | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 4 | 0,18 |
| 059 Reg.-Bez. Arnsberg | 192.660 | 19,55 | 1.062 | 17,15 | 410 | 14,46 | 773 | 34,11 |
| 05911 Bochum, Stadt | 23.718 | 2,41 | 176 | 2,84 | 29 | 1,02 | 731 | 32,26 |
| 05913 Dortmund, Stadt | 37.008 | 3,75 | 168 | 2,71 | 31 | 1,09 | 18 | 0,79 |
| 05914 Hagen, Stadt | 12.364 | 1,25 | 34 | 0,55 | 21 | 0,74 | * | |
| 05915 Hamm, Stadt | 9.285 | 0,94 | 58 | 0,94 | 26 | 0,92 | * | |
| 05916 Herne, Stadt | 7.414 | 0,75 | 134 | 2,16 | 16 | 0,56 | * | |
| 05954 Ennepe-Ruhr-Kreis | 16.121 | 1,64 | 62 | 1,00 | 26 | 0,92 | * | |
| 05958 Hochsauerlandkreis | 12.553 | 1,27 | 4 | 0,06 | 31 | 1,09 | * | |
| 05962 Märkischer Kreis | 19.524 | 1,98 | 162 | 2,62 | 53 | 1,87 | * | |
| 05966 Olpe | 5.546 | 0,56 | 13 | 0,21 | 23 | 0,81 | - | |
| 05970 Siegen-Wittgenstein | 15.767 | 1,60 | * | | 84 | 2,96 | 13 | 0,57 |
| 05974 Soest | 14.927 | 1,51 | 99 | 1,60 | 32 | 1,13 | * | |
| 05978 Unna | 18.433 | 1,87 | 150 | 2,42 | 38 | 1,34 | - | |
| keine lokale Verortung | - | | 2 | 0,03 | - | | 11 | 0,49 |

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigungsstatistik; Stichtag: 31.12.2007

Der Strich entspricht einer Null und das * bedeutet, dass Werte < 3 aus Datenschutzgründen anonymisiert werden.

Tab. 8.11: Geringfügig entlohnte Beschäftigte am Arbeitsort: Insgesamt

| Gebiet | Insgesamt | % | 221 Verlags- ge- werbe | % | 222 Druckge- werbe | % | 922 Rund- funkver- anstalter | % | F V he |
|---------------------------------|------------------|---------------|------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|------------------------------------|---------------|--------------|
| 05 Nordrhein-Westfalen | 1.808.326 | 100,00 | 24.050 | 100,00 | 14.708 | 100,00 | 459 | 100,00 | |
| 051 Reg.-Bez. Düsseldorf | 517.648 | 28,63 | 3.359 | 13,97 | 4.151 | 28,22 | 70 | 15,25 | |
| 05111 Düsseldorf, Stadt | 75.254 | 4,16 | 370 | 1,54 | 349 | 2,37 | 29 | 6,32 | |
| 05112 Duisburg, Stadt | 39.298 | 2,17 | 436 | 1,81 | 971 | 6,60 | * | | |
| 05113 Essen, Stadt | 58.621 | 3,24 | 218 | 0,91 | 256 | 1,74 | 9 | 1,96 | |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| 05114 Krefeld, Stadt | 21.976 | 1,22 | 24 | 0,10 | 149 | 1,01 | - | |
| 05116 Mönchengladbach, Stadt | 26.619 | 1,47 | 62 | 0,26 | 201 | 1,37 | - | |
| 05117 Mülheim an der Ruhr, Stadt | 15.489 | 0,86 | 230 | 0,96 | 73 | 0,50 | * | |
| 05119 Oberhausen, Stadt | 20.955 | 1,16 | 172 | 0,72 | 35 | 0,24 | 8 | 1,74 |
| 05120 Remscheid, Stadt | 13.110 | 0,72 | 47 | 0,20 | 69 | 0,47 | * | |
| 05122 Solingen, Stadt | 15.292 | 0,85 | 13 | 0,05 | 107 | 0,73 | - | |
| 05124 Wuppertal, Stadt | 33.794 | 1,87 | 480 | 2,00 | 312 | 2,12 | * | |
| 05154 Kleve | 33.707 | 1,86 | 271 | 1,13 | 271 | 1,84 | 5 | 1,09 |
| 05158 Mettmann | 48.426 | 2,68 | 413 | 1,72 | 252 | 1,71 | 4 | 0,87 |
| 05162 Rhein-Kreis Neuss | 38.098 | 2,11 | 73 | 0,30 | 211 | 1,43 | 4 | 0,87 |
| 05166 Viersen | 30.138 | 1,67 | 71 | 0,30 | 306 | 2,08 | 3 | 0,65 |
| 05170 Wesel | 46.871 | 2,59 | 479 | 1,99 | 589 | 4,00 | * | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 8 | 1,74 |
| 053 Reg.-Bez. Köln | 447.629 | 24,75 | 3.428 | 14,25 | 3.144 | 21,38 | 281 | 61,22 |
| 05313 Aachen, Stadt | 35.008 | 1,94 | 497 | 2,07 | 187 | 1,27 | * | |
| 05314 Bonn, Stadt | 34.758 | 1,92 | 228 | 0,95 | 184 | 1,25 | 61 | 13,29 |
| 05315 Köln, Stadt | 113.719 | 6,29 | 387 | 1,61 | 565 | 3,84 | 151 | 32,90 |
| 05316 Leverkusen, Stadt | 12.767 | 0,71 | 12 | 0,05 | 102 | 0,69 | - | |
| 05354 Aachen | 29.260 | 1,62 | 1.595 | 6,63 | 797 | 5,42 | 58 | 12,64 |
| 05358 Düren | 26.273 | 1,45 | 223 | 0,93 | 188 | 1,28 | - | |
| 05362 Rhein-Erft-Kreis | 40.889 | 2,26 | 180 | 0,75 | 196 | 1,33 | 8 | 1,74 |
| 05366 Euskirchen | 17.694 | 0,98 | 24 | 0,10 | 33 | 0,22 | - | |
| 05370 Heinsberg | 25.194 | 1,39 | 39 | 0,16 | 146 | 0,99 | - | |
| 05374 Oberbergischer Kreis | 28.611 | 1,58 | 69 | 0,29 | 155 | 1,05 | - | |
| 05378 Rheinisch-Bergischer Kreis | 26.078 | 1,44 | 66 | 0,27 | 261 | 1,77 | * | |
| 05382 Rhein-Sieg-Kreis | 57.378 | 3,17 | 108 | 0,45 | 330 | 2,24 | - | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 3 | 0,65 |
| 055 Reg.-Bez. Münster | 271.275 | 15,00 | 6.115 | 25,43 | 2.564 | 17,43 | 21 | 4,58 |
| 05512 Bottrop, Stadt | 10.348 | 0,57 | 150 | 0,62 | 70 | 0,48 | - | |
| 05513 Gelsenkirchen, Stadt | 23.577 | 1,30 | 270 | 1,12 | 72 | 0,49 | - | |
| 05515 Münster, Stadt | 36.386 | 2,01 | 1.383 | 5,75 | 106 | 0,72 | 9 | 1,96 |
| 05554 Borken | 46.437 | 2,57 | 1.029 | 4,28 | 626 | 4,26 | 6 | 1,31 |
| 05558 Coesfeld | 21.592 | 1,19 | 506 | 2,10 | 199 | 1,35 | - | |
| 05562 Recklinghausen | 54.753 | 3,03 | 1.193 | 4,96 | 396 | 2,69 | 3 | 0,65 |
| 05566 Steinfurt | 49.687 | 2,75 | 987 | 4,10 | 1.005 | 6,83 | * | |
| 05570 Warendorf | 28.495 | 1,58 | 597 | 2,48 | 90 | 0,61 | * | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 3 | 0,65 |
| 057 Reg.-Bez. Detmold | 200.221 | 11,07 | 4.374 | 18,19 | 2.261 | 15,37 | 7 | 1,53 |
| 05711 Bielefeld, Stadt | 34.046 | 1,88 | 990 | 4,12 | 222 | 1,51 | - | |
| 05754 Gütersloh | 39.518 | 2,19 | 1.051 | 4,37 | 364 | 2,47 | * | |
| 05758 Herford | 23.427 | 1,30 | 593 | 2,47 | 314 | 2,13 | * | |
| 05762 Höxter | 13.431 | 0,74 | 43 | 0,18 | 82 | 0,56 | - | |
| 05766 Lippe | 28.465 | 1,57 | 588 | 2,44 | 721 | 4,90 | * | |
| 05770 Minden-Lübbecke | 29.316 | 1,62 | 428 | 1,78 | 350 | 2,38 | * | |
| 05774 Paderborn | 32.018 | 1,77 | 681 | 2,83 | 208 | 1,41 | * | |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 7 | 1,53 |
| 059 Reg.-Bez. Arnsberg | 371.553 | 20,55 | 6.774 | 28,17 | 2.588 | 17,60 | 80 | 17,43 |
| 05911 Bochum, Stadt | 35.130 | 1,94 | 855 | 3,56 | 118 | 0,80 | 45 | 9,80 |
| 05913 Dortmund, Stadt | 63.325 | 3,50 | 1.008 | 4,19 | 196 | 1,33 | 13 | 2,83 |
| 05914 Hagen, Stadt | 19.007 | 1,05 | 70 | 0,29 | 118 | 0,80 | * | |
| 05915 Hamm, Stadt | 17.269 | 0,95 | 176 | 0,73 | 128 | 0,87 | * | |
| 05916 Herne, Stadt | 11.478 | 0,63 | 156 | 0,65 | 111 | 0,75 | * | |

| | | | | | | | | |
|---------------------------|--------|------|-------|------|-----|------|---|------|
| 05954 Ennepe-Ruhr-Kreis | 28.865 | 1,60 | 169 | 0,70 | 284 | 1,93 | - | |
| 05958 Hochsauerlandkreis | 34.115 | 1,89 | 114 | 0,47 | 137 | 0,93 | 6 | 1,31 |
| 05962 Märkischer Kreis | 43.754 | 2,42 | 1.196 | 4,97 | 319 | 2,17 | 4 | 0,87 |
| 05966 Olpe | 18.348 | 1,01 | 1.634 | 6,79 | 216 | 1,47 | - | |
| 05970 Siegen-Wittgenstein | 33.036 | 1,83 | 11 | 0,05 | 503 | 3,42 | * | |
| 05974 Soest | 32.718 | 1,81 | 346 | 1,44 | 273 | 1,86 | * | |
| 05978 Unna | 34.508 | 1,91 | 1.039 | 4,32 | 185 | 1,26 | 5 | 1,09 |
| keine lokale Verortung | - | | - | | - | | 7 | 1,53 |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigungsstatistik; Stichtag 31.12.2007

Der Strich entspricht einer Null und das * bedeutet, dass Werte < 3 aus Datenschutzgründen anonymisiert werden.

9. Die Games-Branche

In jungen Branchen sind hohe Fluktuationen bei den Unternehmen üblich und gesicherte Daten über diese Branchen sind auch deshalb oft rar. Bevor diese Branchen von den offiziellen Statistiken, zum Beispiel jener der Statistischen Landesämter, erfasst werden, dauert es in der Regel eine Weile, auch weil sich zunächst in der Praxis Abgrenzungskriterien zu anderen Branchen entwickeln müssen. Zu der Games-Branche gibt es aber immerhin detaillierte Umsatzzahlen für die Jahre 2003 bis 2007 vom Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU), die für 2007 einen Gesamtumsatz von knapp 1,6 Mrd. Euro ausweisen.

Knapp 60 Prozent des Umsatzes erzielte die Branche zuletzt mit den Games für die klassischen stationären Spielekonsolen, die - in veränderten Versionen – seit Jahren beständig von den führenden Unternehmen Sony, Microsoft und Nintendo produziert werden. Daneben spielen Games für den PC mit einem Umsatzanteil von 30 Prozent eine erhebliche Rolle. Hinzugekommen sind in den letzten Jahren portable Geräte (Handhelds), die gleichfalls von den großen Anbietern angeboten werden sowie Handys. Der Umsatzanteil der auf diesen Geräten genutzten Spiele ist freilich noch marginal, entwickelte sich zuletzt aber deutlich schneller als jener der mit Onlinespielen erzeugt wird.

Games-Markt in Deutschland

- Umsätze in Mio Euro; Steigerungsraten zum Vorjahr in Prozent

| | 2003 | 2004 | Steigerung in % | 2005 | Steigerung in % | 2006 | Steigerung in % | 2007 | Steigerung in % |
|--------------|------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|
| Konsolen | 475 | 541 | 13,9 | 577 | 6,7 | 654 | 13,3 | 904 | 38,2 |
| Computer | 394 | 456 | 15,7 | 471 | 3,3 | 473 | 0,4 | 458 | -3,2 |
| Online | 56 | 70 | 25,0 | 76 | 8,6 | 89 | 17,1 | 115 | 29,2 |
| Mobile Media | 17 | 36 | 111,8 | 54 | 50,0 | 55 | 1,9 | 90 | 63,6 |
| Gesamt | 942 | 1.103 | 17,1 | 1.178 | 6,8 | 1.271 | 7,9 | 1.567 | 23,3 |

Quelle: Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware

Die Tabelle weist für alle Bereiche bis auf die Computerspiele erhebliches Wachstum aus. Bei den Computerspielen hat es in 2007 erstmals sogar einen leichten Umsatz-

rückgang gegeben, der möglicherweise mit den Umsatzsteigerungen bei den Online-spielen korrespondiert. Das Umsatzwachstum bei den Spielen für die Konsolen hängt auch von deren Absatz ab, mit dem im Jahr 2007 700 Mio. Euro umgesetzt wurden.

Regionalisierte Umsatzzahlen über die Branche liegen nicht vor. Gemessen an anderen Kriterien spielt die Branche in NRW national die führende Rolle. Nach einer Anfang 2007 veröffentlichten Studie waren in NRW jeweils ein Viertel der Entwicklerfirmen (44 Betriebe) und der Games-Publisher (48 Betriebe) ansässig.¹³ Auch dabei ist allerdings die hohe Fluktuation einer noch jungen Branche zu berücksichtigen. Dies zeigt sich insbesondere beim Zeitvergleich über die Games-Publisher in der folgenden Tabelle, die auf Angaben aus der Datenbank von www.gamesmarkt.de beruht.¹⁴ Obwohl die beiden Vergleichsmessungen nur drei Monate auseinander liegen, sind die Veränderungen überraschend zahlreich.

Games-Publisher in NRW

| Stand: 30.11.2208 | Stand: 1.3.2009 |
|---|--|
| Ascaron Entertainment, Gütersloh | unverändert |
| astragon Software, Mönchengladbach | unverändert |
| | neu: Aerosoft (NG), Büren |
| | neu: ak tronic Software & Services GmbH (NG), Saerbeck |
| Auralog, Köln | entfallen |
| | neu: bhv software (NG), Kaarst |
| Bildungsverlag EINS, Troisdorf | entfallen |
| BitDefender (NG), Holzwickede | entfallen |
| Bob Mobile Deutschland (NG), Düsseldorf | entfallen |
| Buhl Data Service Neunkirchen | entfallen |
| by data AG, Duisburg | entfallen |
| City Interactive Germany, Mönchengladbach | unverändert |
| Connaissance Verlag (NG), Frechen | entfallen |
| Contmedia , Meppen | entfallen |
| Coppenrath Verlag (NG), Münster | unverändert |
| Data Becker (NG), Düsseldorf | entfallen |
| Delius Klasing Verlag, Bielefeld | entfallen |
| DISKY Entertainment (NG), Dormagen | unverändert |

¹³ Keller, Janette: Die Gamesbranche. Ein ernstzunehmender Wachstumsmarkt. Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung. Wiesbaden 2007. Für die Landesregierung NRW ist derzeit eine Studie in Bearbeitung, die dem Mangel an aktuellen Daten zur Branche beheben dürfte.

¹⁴ Die Datenbanken werden von dem Fachunternehmen Entertainment Media Verlag GmbH & Co. KG, das zu Gruner & Jahr gehört, gepflegt. Dabei gilt es auch zu berücksichtigen, dass die Daten zumindest zu einem erheblichen Teil auf den Eintragungen der Firmen selbst beruhen.

| | |
|--|--|
| Electronic Arts, Köln | unverändert |
| EMME Deutschland, Köln | unverändert |
| G Data Software AG, Bochum | entfallen |
| Galileo Press, Bonn | entfallen |
| Gameloft, Köln | unverändert |
| | neu: Headup Games, Düren |
| MERO Consulting (NG), Essen | entfallen |
| Mindscape Germany, Aachen | unverändert |
| NMV Nova Media Verlag, Menden | unverändert |
| Nokia (NG), Ratingen | unverändert |
| OnlineFussballManager (NG), Köln | unverändert |
| phenomedia publishing, Bochum | unverändert |
| | neu: Redfire Software Kort & Wieland, Neuenkirchen |
| rondomedia Marketing & Vertriebs GmbH, Mönchengladbach | unverändert |
| Rough Trade Distribution (NG), Herne | entfallen |
| Roxio, Würselen | entfallen |
| RTL Games, Köln | entfallen |
| | neu: RTL Interactive Games Publishing, Köln |
| Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn | entfallen |
| soft Xpansion, Bochum | unverändert |
| Edition Steffan (NG), Köln | entfallen |
| SYBEX-Verlags- und Vertriebs-GmbH, Köln | entfallen |
| Tandem Verlag, Königswinter | entfallen |
| THQ Entertainment, Krefeld | unverändert |
| | neu: Topos Marketing (NG), Tönisvorst |
| Ubisoft, Düsseldorf | |
| unisono media, Wuppertal | entfallen |

Quelle: gamesmarkt.de; Angaben für November 2008 zitiert nach: Landesregierung NRW: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2008 (LT-Drucksache 14/8531)

Deutlich weniger Veränderungen hat es im selben Zeitraum bei den Games-Entwicklern in NRW gegeben, wobei die Bilanz einen deutlichen Firmenzuwachs ausweist.

Games-Entwickler in NRW

| Stand: 30.11.2008 | Stand: 1.3.2009 |
|--|----------------------|
| 3D-Grafix - Computer Animation & Digitale Effekte, Hürth | unverändert |
| absolutSMS (NG), Köln | unverändert |
| ademoco enterprises europe (NG), Herne | entfallen |
| | neu: Aerosoft, Büren |
| Aruba Studios, Mülheim an der Ruhr | unverändert |
| Ascaron Entertainment (NG), Gütersloh | unverändert |
| audioworX - Audio for Media, Münster | unverändert |
| bad brain entertainment, Leverkusen | unverändert |
| Blue Byte, Düsseldorf | unverändert |
| Blue Ocean Software, Köln | unverändert |
| City Interactive Germany (NG), Mönchengl. | unverändert |

| | |
|--|---|
| Crenetic GmbH Net Entertainment, Mülheim | unverändert |
| Desperados Studios, Kaarst | unverändert |
| destraX Entertainment Software, Bielefeld | unverändert |
| digitaldecoy, Warendorf | unverändert |
| drei partner, Dortmund | unverändert |
| Egosoft Game Development, Würselen | unverändert |
| Electronic Arts (NG), Köln | unverändert |
| Fancy Bytes, Krefeld | unverändert |
| Fantastic Illusions, Drensteinfurt | unverändert |
| | neu: Flipmedia (NG), Köln |
| Framestorm, Leverkusen | unverändert |
| | neu: Fraunhofer Institut – Angewandte Informationstechnik, St. Augustin |
| Freudenreich & Tollknaepper, Wuppertal | unverändert |
| Funatics Software, Oberhausen | unverändert |
| Gameloft (NG), Köln | unverändert |
| Games & More Entertainment (NG), Düssel. | unverändert |
| | neu: GCC Games Campus Cologne, Köln |
| Ground Studios (NG), Düsseldorf | unverändert |
| | neu: Headup Games, Düren |
| | neu: Horizont Entertainment, Uedem |
| IMC, InteractiveMediaConsulting (NG), Köln | unverändert |
| Independent Arts Software, Hamm | unverändert |
| INSANEsoft, Herne | unverändert |
| instance four, Bochum | unverändert |
| Interactive Media Worx, Bad Sassendorf | unverändert |
| Joindots, Krefeld | unverändert |
| Nokia (NG), Ratingen | unverändert |
| Nurogames, Köln | unverändert |
| OnlineFussballManager, Köln | unverändert |
| Outline Development, Siegen | unverändert |
| Pluto 13 / Piranha Bytes Software, Essen | unverändert |
| Rainfire Entertainment, Essen | unverändert |
| | neu: Redfire Software Korte & Wieland, Neuenkirchen |
| REVOgames, Dormagen | unverändert |
| Silent Dreams, Mülheim an der Ruhr | unverändert |
| Synetic, Gütersloh | unverändert |
| TASK four, Mülheim an der Ruhr | unverändert |
| Telescope Film (NG), Düsseldorf | unverändert |
| Triacom Software, Bochum | unverändert |
| TriNodE Systems, Bochum | unverändert |
| Xybris Interactive, Bielefeld | unverändert |
| Z-Software, Dortmund | unverändert |
| Zone 2 Media (NG), Meerbusch | unverändert |

Quelle: gamesmarkt.de; Angaben für November 2008 zitiert nach: Landesregierung NRW: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2008 (LT-Drucksache 14/8531)

Ähnlich wie in der Film- und Fernsehbranche hat sich die Region Köln als Zentrum der Branche in NRW herausgebildet. Dort ist nicht nur eine Vielzahl von Unternehmen ansässig sondern auch die potentesten, darunter die Publisher:

- Die RTL interactive GmbH, ein Tochterunternehmen von RTL Television. Die Firma hat die Funktion der vormaligen RTL Games GmbH übernommen.
- Das weltweit führende US-Unternehmen Electronic Arts (EA) unterhält seine Tochterfirma für den deutschen Markt in Köln (Rheinauhafen).

Hinzu kommen Vertretungen der führenden Entwickler aus den USA Microsoft und Gameloft. Eines der größten Unternehmen ist die Turtle Entertainment GmbH, die auf Sportspiele spezialisiert ist und die in Europa nachgefragteste Sportliga betreibt, die Electronic Sports League (ESL).

Große private Fernsehanbieter nutzen in den Bereichen Online-Spiele und mobile Spiele ihre eingeführten Marken für eigene Angebote. Beispielsweise ist in diesem Markt die RTL-Tochter RTL interactive GmbH (www.rtl-games.de) genauso vertreten wie die Tochterfirma der ProSiebenSat.1-Gruppe, SevenOne Intermedia GmbH mit SevenGames und Sat1Spiele. Dabei werden die angebotenen Spiele zum Teil mit bekannten Formaten der Sender verbunden.

Von den im Bundesverband der Entwickler von Computerspielen, G.A.M.E., zusammengeschlossenen Unternehmen haben folgende Firmen ihren Sitz in NRW:

Aruba Studios

Aktienstraße 214
45473 Mülheim
Tel.: 0208-307 44 25
<http://www.aruba-studios.de>

arvato systems GmbH

An der Autobahn 18
33311 Gütersloh
Tel.: 052 41-80-888 10
<http://www.arvato-systems.de>

Ascaron Entertainment GmbH

Verler Straße 6
33332 Gütersloh
Tel.: 05241-966 6 0
<http://www.ascaron.com>

bhv Software GmbH

Novesiastraße 60
41564 Kaarst
Tel.: 02131-765-01
<http://www.bhv.de>

blue - - spirit

Wülfingstraße 13
42897 Remscheid
Tel.: 02191 / 422 55 50
<http://www.blue--spirit.de>

Eyerock Media

Essenerstraße 3
46047 Oberhausen
Tel.: 0208-828 589 23
<http://www.eyerock.de>

Funatics Software

Essener Straße 3
46047 Oberhausen
Tel.: 0208-43 92 70 60
<http://www.funatics.de>

Hewlett-Packard GmbH

Berliner Straße 111
40880 Ratingen
Tel.: 02102-90 90 00
<http://welcome.hp.com>

Instance Four GmbH & Co KG

Friederikastraße 65
44789 Bochum
Tel.: 0234-3255 495
<http://www.instancefour.com>

Outline Development

Rappenweiher 12
57074 Siegen
Tel.: 0271-3131331
<http://www.outline-development.de>

Partnertrans® GmbH

Leipziger Straße 28
40822 Mettmann
Tel.: 02104-172 660
<http://www.partnertrans.com>

phenomedia publishing GmbH

Josef-Haumann-Straße 10
44866 Bochum
Tel.: 02327-997-0
<http://www.phenomedia.de/>

Phoenix Grafik

Brockhoffstraße 6
45879 Gelsenkirchen
Tel.: 0209-29683
<http://www.phoenixgrafik.de>

Pluto13 / Piranha Byte

Ruhrallee 63

45138 Essen

Tel.: 0201-806720

<http://www.piranhabytes.com>**Puppenheim**

Heeper Straße 187

33607 Bielefeld

Tel.: 0521-34966

<http://www.puppenheim.org>**RTL interactive GmbH**

Aachener Straße 1040

50858 Köln

Tel.: 0221-780-4089

www.rtl-games.de**Translocacell Localization Services**

Ackerstraße 144

40233 Düsseldorf

Tel.: 0211-239 12-15

<http://www.translocacell.com>**Two Pi Team GbR**

Gerresheimer Straße 9

40721 Hilden

Tel.: 02103-322 76

<http://www.two-pi-team.de>**Z-Software GmbH**

Joseph-von-Fraunhofer-Straße 20

44227 Dortmund

Tel.: 0231-9700 780

<http://www.z-software.net>**Zone 2 Media GmbH**

Saarwerdenstraße 8a

40547 Düsseldorf

Tel.: 0211-44 03 57 0

<http://www.zone2media.de>

10. Rundfunk-Distribution

Jahrzehntelang wurden Rundfunkprogramme ausschließlich über die terrestrischen Frequenzen verbreitet. Da diese Frequenzen nur in begrenzter Zahl zur Verfügung standen und stehen, konnte auch nur eine begrenzte Zahl von Programmen verbreitet werden. Mit der Beseitigung dieses Engpasses stieg die Programmzahl rasant. Die terrestrische Verbreitung wird überwiegend immer noch für den Hörfunk genutzt, speziell über die Ukw-Frequenzen. Beim Fernsehempfang spielt die Terrestrik nur noch eine untergeordnete Rolle. Die Kabel- und die Satellitendistribution sind dominant. Die jüngsten Distributionstechniken über das Internet und über Handy-Frequenzen haben im Markt noch eine nur nachrangige Bedeutung.

Für den Fernsehempfang wird in Deutschland überwiegend die Kabel- (52,5 Prozent der Haushalte) und die Satellitentechnologie (42,0) genutzt (Mehrfachnennung möglich). 11,1 Prozent der Haushalte empfangen die Programme vor allem über die Terrestrik. Die Daten für NRW weichen davon kaum ab: Kabel 50,5 Prozent; Satellit 42,9 und Terrestrik 14,9.

Rasant entwickelt hat sich in den letzten Jahren der digitale Empfang. 2005 empfangen noch knapp drei Viertel (74,3 %) der Haushalte die Fernsehprogramme mit analogen Geräten. 2008 waren es nur noch gut die Hälfte (53,3%). Die Umrüstung auf Fernsehgeräte mit digitaler Empfangstechnik bzw. die Aufrüstung von analogen Geräten mit Set-Top-Boxen verläuft mit erheblichem Tempo.

Für den terrestrischen Empfang ist die digitale Empfangstechnik heute fast überall die Voraussetzung, nachdem die Umstellung von analoger auf digitaler Ausstrahlung bundesweit fast abgeschlossen ist (95,1%). Beim Kabel- und Satellitenempfang sind die Nutzungen unterschiedlich:

Analoger und digitaler TV-Empfang in NRW

| | Anteil der Haushalte mit überwiegendem Empfang | davon analog | davon digital |
|-------------------|---|--------------|---------------|
| Kabelempfang | 50,5% | 36,4 | 14,1 |
| Satellitenempfang | 42,9% | 13,2 | 29,7 |

In der Nachfolge der Deutschen Bundespost sind heute bei den Kabelnetzen vier Unternehmen bundesweit maßgeblich:

- Kabel Deutschland mit 8,9 Mio. angeschlossenen Haushalten
- Unitymedia (NRW und Hessen) mit 4,7 Mio.
- Orion Cable mit 3,0 Mio.
- Kabel Baden-Württemberg 2,3 Mio.

Daneben agieren in lokalen Teilmärkten noch ca. 115 Unternehmen vor allem in der Netzebene vier mit überwiegend direkter Beziehung zum Kunden. Gemessen an der Zahl der Kabelkunden sind davon in NRW die bedeutendsten Anbieter NetCologne, Köln, mit 160.000 und Marienfeld Multimedia, Gelsenkirchen, mit 80.000 Haushalten.¹⁵ Die Zahl der an die Kabelnetze angeschlossenen Haushalte dürfte in den nächsten Jahren deutlich steigen, da eine Reihe von Betreibern den Ausbau ihrer Netze plant. So hat beispielsweise Unitymedia jüngst angekündigt, im Zuge des Programms „Breitband Regional“ 730.000 Haushalten in Hessen und in NRW technisch den Zugang zum Kabelnetz zu ermöglichen. Dabei wird in NRW insbesondere am Niederrhein, im Sauerland, im Weserbergland und in der Eifel investiert. Basis für diese Investitionen ist das Geschäftsmodell des so genannten Triple Play, bei dem die Netzbetreiber den Kunden über digitalisierte Kabel neben Telefon und TV-Empfang auch einen leistungsfähigen Internetanschluß anbieten.

Insbesondere der Ausbau der digitalen Netze für leistungsfähige Internetanschlüsse wird auch von der Politik angestrebt. Sowohl die EU als auch die Bundesregierung fördern die Breitbandversorgung auch außerhalb der Ballungsräume. Anders als beim Ausbau der schmalbandigen DSL- oder VDSL-Netze vor allem für die Internetnutzung, kann über das digitale Breitbandkabel auch eine Vielzahl von Fernsehprogrammen transportiert werden.

Die größte Auswahl an Programmen steht mit inzwischen dreistelligen Angebotszahlen beim Satellitenempfang zur Verfügung. Das kleinste Angebot ist beim kostenfrei-

¹⁵ Die Angaben der ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V. beziehen sich auf den Juni 2008.

en DVBT-Empfang gegeben. In NRW stehen über DVBT in der Regel folgende öffentlich-rechtlichen Programme zur Verfügung:

- WDR Fernsehen
- ZDF
- Das Erste
- mdr Fernsehen
- 3sat
- Kinderkanal/ZDFdokukanal
- arte
- Phoenix
- Südwest Fernsehen
- NDR Fernsehen
- Einsfestival
- ZDFinfokanal.

In den Großregionen Köln/Bon sowie Düsseldorf/Ruhrgebiet werden zudem folgende kommerzielle Programme ausgestrahlt:

- RTL
- RTL II
- VOX
- Super RTL
- CNN
- Eurosport
- Tele 5
- Viva
- SAT.1
- ProSieben
- Kabel 1
- N24.

Die TV-Nutzung über das Internet ist im Jahr 2008 enorm schnell gestiegen. Nach der jüngsten ARD/ZDF-Online-Studie nutzten in 2008 bereits 12 Prozent der Online-

nutzer IPTV.¹⁶ Der Verband BITCOM hat jüngst veröffentlicht, dass Ende 2008 536.000 Kunden der großen Anbieter Telekom, Hansenet und Arcor IPTV nutzten. Ein Jahr zuvor war es nur ein Drittel gewesen.

Hörfunk-Distribution

Anders als beim Fernsehen ist beim Hörfunk immer noch der Empfang der analog verbreiteten Terrestrik maßgeblich. Die Kabel- und Satellitendistribution hat eine nur nachrangige Bedeutung. Der Großteil der Hörer nutzt nach wie vor die über Ukw analog ausgestrahlten Programme. Die Digitalisierung der Hörfunk-Distribution ist vorläufig zum Erliegen gekommen. Die DAB-Technologie konnte sich bislang nicht durchsetzen. Derzeit planen die ARD-Anstalten und das Deutschland Radio einen erneuten Versuch zur Digitalisierung des Hörfunks. Die dazu notwendigen Absprachen mit den privaten Hörfunkanbietern sind allerdings noch nicht abgeschlossen. Deutlich ist aber schon jetzt, dass das einst von den Ministerpräsidenten vereinbarte Ziel, die analoge Hörfunkausstrahlung schon in wenigen Jahren einzustellen, nicht erreicht werden kann.

¹⁶ Vgl. ARD/ZDF Online-Studie in Media Perspektiven 7/2008.