

31. Juli 2009

Tageszeitungen in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein

Die langfristige Entwicklung des Zeitungsangebotes in Mecklenburg-Vorpommern und in Schleswig-Holstein lässt sich über folgende Basisdaten darstellen:

	Publizistische Einheiten	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Auflagen in Tsd. Stück
<i>Mecklenburg-Vorpommern</i>				
1954	6	6	.	.
1989	6	6	51	781,9
1999	3	4	36	471,7
2008	3	7*	36	(III/08) 350,6
2009	3	7*	36	(II/09) 344,4
*Zunahme 2008 durch Überführung der Ausgaben des „Nordkuriers“ in vier Regionalverlage				
<i>Schleswig-Holstein</i>				
1949	10	10	.	.
1954	13	37	74	450,0
1976	10	26	57	503,0
1989	6	20	53	523,1
1999	6	16	47	515,6
2008	6	12	43	(III/08) 466,5
2009	6	12	43	(II/09) 459,7
<i>Deutschland</i>				
1949	139	139	.	.
1954	225	624	1500	13400,0
1976	121	403	1229	19534,1
1989	119	358	1344	20284,5
1989 DDR	37	38	291	9641,7
1999	135	355	1581	24148,8
2008	135	352	1514	19999,4
2009	134	351	1511	(19800,0)

*

In beiden Länder zeigt sich - parallel zur Entwicklung im gesamten Bundesgebiet - ein ähnlicher Trend - trotz der bis 1989 bestehenden unterschiedlichen politischen Voraussetzungen: Das Zeitungsangebot ist zurückgegangen. Das früher vorhandene Nebeneinander unterschiedlicher Zeitungen – nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts von 1962 (BVerfGE 12,205,261) dadurch gekennzeichnet, dass „innerhalb des deutschen Pressewesens eine relativ große Zahl von selbständigen und nach ihrer Tendenz, politischen Färbung oder weltanschaulichen Grundhaltung miteinander konkurrierenden Presseerzeugnissen existiert“ – besteht durch Kooperation von Zeitungsverlagen und Konzentrationsvorgänge nur noch partiell.

In Schleswig-Holstein wurden mit britischer Lizenz oder Zulassung durch den Zonenpresserat der Britischen Besatzungszone in der bis zum 21. September 1949 dauernden Lizenzzeit zunächst in Flensburg eine nicht parteigebundene Zeitung, in Kiel und Lübeck jeweils eine Zeitung für die SPD und in Kiel eine Zeitung für die CDU gegründet, denen zuletzt noch je eine Zeitung für die FDP in Itzehoe und für die Deutsche Partei in Rendsburg folgten. In Mecklenburg-Vorpommern gab es seit der Auflösung der Länder 1952 unverändert bis 1989 im gelenkten Mediensystem der DDR neben den drei Bezirkszeitungen der SED, die das Monopol flächendeckender lokaler Berichterstattung hatten, noch je eine Zeitung der „Blockparteien“ CDU und NDPD in Rostock und der LDPD in Schwerin. Dieses große redaktionell unterschiedliche und miteinander konkurrierende Angebot lag, da es von Zeitungen mit ausgedehnten, zum Teil landesweiten Verbreitungsgebieten getragen wurde, deutlich höher als in der Vergangenheit, etwa vor oder nach dem Ersten Weltkrieg, obwohl seinerzeit vor allem Zeitungen mit nur lokaler Verbreitung zu deutlich höheren Titelzahlen führten. Diese Zeitungsdichte ließ sich jedoch nach der Aufhebung der Lizenzpflicht 1949 bzw. nach der Wende 1989/90 dauerhaft nicht aufrechterhalten.

*

Presseprodukte werden, wenn sie privatwirtschaftlich organisiert sind, auf einem Markt angeboten, auf dem sie in vielfältigem Nebeneinander nicht nur publizistischem, sondern auch wirtschaftlichem Wettbewerb ausgesetzt sind. Das verständliche Bestreben der Verlage, in diesem Markt die Erst- oder Alleinanbieterposition zu erreichen, bedroht und beeinträchtigt

– obwohl es wirtschaftlich vernünftig ist – die publizistische Vielfalt. Die marktbedingten Ursachen für die gravierenden Konzentrationsvorgänge führten zu einem schrumpfenden Zeitungsangebot, denn Neugründungen von Zeitungen haben sich seit Jahrzehnten – abgesehen von wenigen Ausnahmen unter Sonderbedingungen – als chancenlos erwiesen. Da vor allem die Höhe der Auflage über den wirtschaftlichen Erfolg entscheidet und die produktspezifischen Vorbereitungskosten in der Presse hoch sind, lassen sich nachrangige Wettbewerbspositionen kaum verändern. Im Gegenteil: Die Anzeigen-Auflagen-Spirale ist hier abwärts gerichtet und führt zu Verlusten, die schließlich die Einstellung von Dritt- oder Zweitzeitungen im lokalen Markt erzwingen.

Deshalb haben örtliche Zeitungsmonopole zugenommen. Hat man früher „Vielfalt“ im Pressemarkt über ein Nebeneinander mehrerer Zeitungen definiert, so ist heute „Vielfalt *in der Zeitung*“ ein Beurteilungsmaßstab geworden, wenn nur noch eine Zeitung am Ort als eine Art von „kommunaler Versorgungseinrichtung“ die Interessen einer breiten Leserschaft abdecken muss. Eins wird in der medienpolitischen Diskussion jedoch meist übersehen: Auch in der Vergangenheit war die Vorstellung, der Bürger nutze umfassend ein konkurrierendes Angebot tagesaktueller Informationen mit breitem Meinungsspektrum, eher Wunsch als Realität. Der Käufer/Bezieher blieb Nutzer „seiner“ Zeitung und machte kaum Gebrauch von anderen Titeln, die allerdings heute regional und lokal vielfach als Alternative auch gar nicht mehr existieren.

*

Parallel zu der hier knapp beschriebenen Entwicklung wird deshalb seit langem in der Fachwelt darüber diskutiert, ob und wie Zeitungen ihrem publizistischen Auftrag gerecht werden. Für Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein hat nun im Mai 2009 das Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg eine Untersuchung „Vereinheitlichung statt Vielfalt“ zur Qualität von sechs dort erscheinenden Zeitungen vorgelegt.

Generell ist zu dieser Studie festzustellen, dass die ihr zugrunde liegenden fünf Forschungsfragen das Themenfeld angemessen abstecken und damit dem Vorhaben gerecht werden: 1. spezifische inhaltliche Profile, 2. Themenkongruenz nicht-regionaler Beiträge, 3. Regionalbezug, 4. journalistische Qualitätsstandards und 5. Veränderungen der Berichterstattung. Auch die Methode für die empirische Untersuchung entspricht gängigen

Standards durch Kombination von quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse, wobei die Vertiefung zu einzelnen Fragestellungen forschungsökonomisch sinnvoll abgestuft ist.

Die vorgelegten Ergebnisse können als zuverlässig angesehen werden. Ihre Bedeutung steigt, weil sie zeitnah auch Rückschlüsse auf die durch Anzeigen- und Auflagenverluste seit dem Jahre 2000 ausgelöste wirtschaftliche Entwicklung zulassen, aktuell als „Zeitungskrise“ problematisiert. Außerdem wird, darin liegt ein weiterer Vorzug, die Analyse der Breite des Zeitungsangebotes in beiden Ländern gerecht. Dabei darf man jedoch das Problem der Vergleichbarkeit nicht übersehen: Es bleibt die Frage offen, inwieweit von den Befunden im nördlichsten Teil des Bundesgebietes Rückschlüsse auf das gesamte deutsche Zeitungsangebot möglich und zulässig sind.

*

Strebt man an, die in der Untersuchung vorgelegten Feststellungen zu verallgemeinern, so ist die Datenbasis zu ergänzen: Zwar ist von allen sechs Zeitungen nur die jeweils am Verlagsort erscheinende „Hauptausgabe“ ausgewertet worden. Doch bezogen auf den den jeweiligen lokalen Teil überwölbenden „Mantel“ werden – bezogen auf die mit ihm verbundene Gesamtauflage – in Schleswig-Holstein 83,0 %, in Mecklenburg-Vorpommern sogar 100,0 % der Auflagen abgedeckt. Mit verkauften Auflagen im III. Quartal 2008 in Tsd. Stück

sh:z „Flensburger Tageblatt“	172,1
„Kieler Nachrichten“	106,6
„Lübecker Nachrichten“	108,6
„Ostsee-Zeitung“ (Rostock)	158,0
„Schweriner Volkszeitung“	
mit „Norddeutsche Neueste Nachrichten“ (Rostock)	100,3
„Nordkurier“ (Neubrandenburg)	92,3

liegen alle Titel deutlich über der durchschnittlichen Verkaufsauflage aller in 329 Verlagen erscheinenden regionalen/lokalen Abonnementzeitungen in Deutschland mit 44,4 Tsd. Stück.

Den Zeitungen in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein kommt aber deshalb eine besondere Bedeutung und Verantwortung zu, weil ihre im jeweiligen Verbreitungsgebiet überwiegende Alleinanbieterposition mit einer niedrigeren (Netto-) Zeitungsdichte korrespondiert: Sie liegt derzeit im Bundesgebiet bei 1,5, in Schleswig-Holstein bei 1,3, in Mecklenburg-Vorpommern bei 1,1. Diese Messzahl, bezogen auf die Gebietskörperschaften Landkreis bzw. kreisfreie Stadt liefert Angaben (o) aus der Sicht des Lesers: unter wie vielen Zeitungen am Markt er seine Auswahl treffen kann, (o) aus der Sicht der Zeitungsverlage und

-redaktionen, mit wie vielen Zeitungen Verlag und Redaktion im Wettbewerb stehen. In Mecklenburg-Vorpommern sind 94 % der Bevölkerung bei ortsbezogener Berichterstattung auf nur eine Zeitung angewiesen, in Schleswig-Holstein 66 %.

*

Als überraschend – gegenüber allgemeinen Erwartungen und Befürchtungen – sind wichtige Ergebnisse der Hamburger Studie anzusehen. So wurde die gängige Auffassung nicht bestätigt, sondern sogar widerlegt, ein schrumpfendes Anzeigenaufkommen wirke sich negativ auf den Umfang des redaktionellen Teils aus. Alle sechs Zeitungen haben zwischen 2003 und 2008 ihr redaktionelles Angebot, gemessen nach Textseiten, erhöht; größer wurde auch der Gesamtumfang - mit bei fünf von sechs Titeln verringertem Anzeigenvolumen. Aus der Umfangerweiterung zogen zudem publizistisch wichtige Ressorts und Sparten Vorteil: Neben den Lokal- und Regionalseiten haben die Zeitungen auch die Landesberichterstattung ausgebaut, wobei die untersuchten Titel durchaus unterschiedliche Strategien verfolgten.

Die individuelle Leistung der Zeitung schlägt sich auch in inhaltlicher Vielfalt nieder. Über die Hälfte aller Themen ist nur in einer der sechs Zeitungen zu finden. Kongruenz für fünf Zeitungen besteht nur in knapp 3 % der aufgegriffenen Themen, und 5,9 % der Themen wurden in allen sechs Zeitungen behandelt. Deshalb kommt die Studie zu der durchaus positiv zu bewertenden Schlussfolgerung: „Von einer generell identischen Berichterstattung kann daher auch bei den überregional ausgerichteten Ressorts keine Rede sein.“ Die Analysen zu Einzelthemen bestätigen diesen Befund.

Wenn sie die Qualität journalistischer Berichterstattung misst, so kommt die Hamburger Studie zu Ergebnissen, die wegen vorgegebener Kriterien zum Teil als Defizite beurteilt werden. Diese lassen sich aber auch auf unterschiedliche redaktionelle Konzepte zurückführen und deshalb entsprechend interpretieren. Ganz selbstverständlich muss sich die personelle Ausstattung von Redaktionen über vertiefende Darstellungsformen positiv oder negativ auf Qualität und Sorgfalt der Zeitungsinhalte auswirken. Vermutlich sind sogar die ermittelten Daten auf Grund der hohen Auflagen und der marktbeherrschenden Positionen der untersuchten Zeitungen besser als (derzeit nicht vorliegende) vergleichbare Angaben für Zeitungen anderer deutscher Regionen. „Insgesamt bemühen sich die Zeitungen deutlich um eine spezifische Landesperspektive.“ Auch mit dieser Feststellung wird ein durchaus positiver Befund publizistischer Leistungserbringung herausgestellt.

Insgesamt scheinen mir die Autoren der Untersuchung aus Hamburg die in ihr vorgestellten Ergebnisse zusammenfassend doch eher negativ zu bewerten. Tatsächliche oder auch nur scheinbare Mängel sind einmal nicht regionaltypisch, sondern entsprechen Gewohnheiten oder sind Folgen langfristiger Trends, sind aber wohl auch nicht gravierender als sonst in der deutschen Tagespresse – was keinesfalls Fehlleistungen oder Qualitätsmängel entschuldigen soll. Ganz im Gegenteil: Wenn Zeitungen eine Zukunft haben sollen, muss ihr Produkt Erwartungen und Ansprüchen der Leser uneingeschränkt genügen.

*

In der aktuellen medienpolitischen Diskussion, aber auch in der hier angesprochenen Untersuchung spielt „Outsourcing“ eine bedeutende Rolle. Der Begriff umfasst durchaus unterschiedliche Formen der Auslagerung wirtschaftlicher wie publizistischer Aufgaben, darunter solche, die eher skeptisch bis kritisch zu beurteilen sind, weil von ihnen auch nachteilige Einwirkungen auf das journalistische Produkt zu befürchten sind. Outsourcing, wenn auch nicht unter diesem Namen, hat jedoch seit jeher die Arbeit von Zeitungsunternehmen bestimmt. Deshalb sollen unter pressehistorischen Aspekten hier relevante Möglichkeiten publizistischer Kooperation dargestellt werden.

Schon in den zwanziger Jahren des vorigen Jahrhunderts beschränkten sich vor allem Zeitungen mit geringer Auflage darauf, lediglich den lokalen Text- und Anzeigenteil im eigenen Hause zu produzieren, während sie ihren „Zeitungsmantel“, also die Seiten mit den tagesaktuellen überörtlichen Meldungen und Beiträge für andere Ressorts von Maternkorrespondenzen oder von anderen Zeitungen, dann auch von Redaktionsgemeinschaften übernahmen. Die Eigenleistung war damit deutlich reduziert, die Kosteneinsparung groß, ermöglichte andererseits die damalige Titelvielfalt. Welche Bedeutung diese Kooperationsformen hatten, blieb lange undurchsichtig, bis die erste Stichtagssammlung der deutschen Tagespresse 1954 Klarheit herbeiführte: Für 624 Zeitungsverlage arbeiteten lediglich 225 „Publizistische Einheiten“ (als Synonym für Kernredaktionen), die demnach 225 unterschiedliche Zeitungsmäntel journalistisch betreuten. Die Arbeit in 73,9 % aller deutschen Zeitungsverlage war also auf die Produktion des lokalen Teils ihrer Zeitung reduziert. Die reale Situation hat sich in den seither vergangenen mehr als fünf Jahrzehnten kaum verändert bzw. nur marginal verbessert. Zur Jahresmitte 2009 sind 134

Publizistische Einheiten für 351 Verlage tätig; 71,8 % der Zeitungen arbeiten journalistisch nur ortsbezogen.

Als Beispiele für den Verlust publizistischer Vielfalt nennt die Studie die Auflösung von bestehenden Kernredaktionen und ihren Ersatz durch neu geschaffene Redaktionen, die damit mehrere der bisherigen Redaktionen zusammenfassen. Es geht um die Zusammenarbeit zwischen den „Lübecker Nachrichten“ und der „Ostsee-Zeitung“ (realisiert 2008) und zwischen der „Schweriner Volkszeitung“ und dem „Nordkurier“ (2009). Tatsächlich erstellen aber auch dort Redakteure für „ihre“ Zeitung nach wie vor einen individuellen Mantel, für den die Einstufung als je eigene „Publizistische Einheit“ weiterhin zutrifft. Für den Leser seiner Zeitung ändert sich nichts. Für die interessierte Öffentlichkeit bleiben die Produkte aus dem neuen Redaktionspool deutlich unterscheidbar; ohne Kenntnis der vorausgegangenen Entscheidungen in den Verlagen bliebe die Veränderung unbemerkt. Man nutzt das dort erarbeitete redaktionelle Material wie das Angebot der Nachrichtenagenturen. Es handelt sich also um eine deutlich andere - journalistische - Arbeitsweise als die traditionelle Übernahme von Mänteln oder Mantelteilen aus Redaktionsgemeinschaften, wo Seiten in der Regel unverändert ohne redaktionelle Bearbeitung bleiben, und zwar selbst dann, wenn ein Umbruch auf ein anderes Format notwendig ist.

Für die hier im Mittelpunkt stehende Region lässt sich das belegen: Im Raum Grevesmühlen (Kreis Nordwestmecklenburg) stehen die Mecklenburg-Ausgabe der „Lübecker Nachrichten“ und die Ausgabe Grevesmühlen der „Ostsee-Zeitung“ miteinander im Wettbewerb. Wären die Mäntel der Zeitungen seit dem Beginn der Kooperation identisch oder auch nur teildentisch, hätte dort ein Nebeneinander beider Titel keine Grundlage. Das Zeitungsangebot für Grevesmühlen ist aber unverändert geblieben.

Die Produktion unterschiedlicher Zeitungsmäntel in einer Redaktion hat es auch schon in der Vergangenheit gegeben hat; die aus offensichtlich wirtschaftlichen Zwängen aktuell notwendigen Schritte sind kein Novum. Schon zur Zeit der ersten Stichtagssammlung 1954 bedienten sich kleinere Zeitungen in Bayern des von den Redaktionsgemeinschaften gelieferten Materials, aus dem sie dann einen eigenen Mantel zusammenstellten. Bereit seit fast drei Jahrzehnten haben „Weser Kurier“ und „Bremer Nachrichten“ zwar je einen eigenen aktuellen politischen Teil von drei Seiten, aber auch er kommt wie der gesamte im übrigen identische Inhalt aus einer Redaktion. Die „Ostfriesen-Zeitung“ (Leer) übernimmt seit 1949 den Mantel der „Nordwest-Zeitung“ (Oldenburg i.O.); diese wiederum stellte in ihrer

Redaktion über einen langen Zeitraum hinweg zusätzlich einen eigenen „Ostfriesen-Mantel“ zusammen, der für die kleineren Heimatzeitungen im Verbreitungsgebiet der „Ostfriesen-Zeitung“ bestimmt war. Weitere Beispiele finden sich überall im Bundesgebiet: Für Zeitungen in Hof („Frankenpost“), Coburg („Freie Presse“), Suhl („Freies Wort“) und Bad Salzungen (stz. Südthüringer Zeitung“) liefern gemeinsam getragene Redaktionen unterschiedliche Mäntel; die „Dewezet“-Gruppe (Hameln) bearbeitet redaktionell den Mantel der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ (den 12 Verlage unverändert übernehmen), das „Pinneberger Tageblatt“ den Mantel des sh:z aus Flensburg, der „Schwarzwälder Bote“ (Oberndorf) den Mantel der „Stuttgarter Nachrichten“. Aus dem Hause des „Hamburger Abendblatts“ kommt ein eigener Mantel für die ANZ-Zeitungsgruppe mit der „Harburger“ und den „Elmshorner Nachrichten“.

In allen hier genannten Fällen handelt es sich um eine Kooperationsform, die Vielfalt nicht so stark beeinträchtigt wie die Auflösung einer Kernredaktion und die dann folgende unveränderte Übernahme des fertigen Mantels aus einem anderen Zeitungsverlag. Eine angemessene personelle und sächliche Ausstattung einer „ausgelagerten“ Mantelredaktion ist allerdings die notwendige Grundlage für ein weiterhin solides publizistisches Angebot.

*

Um der „Zeitungskrise“ zu begegnen, sind die Zeitungsverlage zu wirtschaftlich notwendigen Anpassungen gezwungen. Auswirkungen auf redaktionelle Leistungen sind dabei nicht auszuschließen. Von den gefundenen Lösungen hängt es ab, ob und inwieweit sich das auf die publizistische Vielfalt auswirkt. Beim Zeitungsangebot in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein lässt sich, soweit dies gegenwärtig abzusehen ist, eine „Vereinheitlichung“ oder eine Angebotsminderung nicht erkennen.