

Dr. Sonja Boss
Geschäftsführerin
VERBAND DER ZEITUNGSVERLAGE NORDDEUTSCHLAND E.V.

Von: zeitungen@verlegerverband.de <zeitungen@verlegerverband.de>

Gesendet: Mittwoch, 7. Juli 2021 11:55

An: Innenausschuss (Landtagsverwaltung SH)
<Innenausschuss@landtag.ltsh.de>

**Betreff: [EXTERN] AW: Schriftliche Anhörung des Innen- und
Rechtsausschusses des Schleswig-Holsteinischen Landtags, Drucksache
19/2650**

Sehr geehrter Herr Dr. Galka,

ich komme zurück auf unser kürzlich geführtes Telefonat und übersende Ihnen anbei, wie besprochen, unsere VZN-Stellungnahme zum Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein vom Oktober 2019, den wir seinerzeit der Staatskanzlei übersandt haben. Hierbei haben wir zu folgenden Themenkomplexen Stellung genommen:

- Aussagekräftige Zahlen zur Entwicklung der Auflagenzahlen
- Stellungnahme zu einer möglichen Erosion bei der lokalen und regionalen Berichterstattung sowie Möglichkeiten des Gegensteuerns
- Mögliche Instrumente einer Presseförderung
- Haltung des VZN zur Stiftung der Förderung des Journalismus.

Die von uns beigebrachten Fakten und Ausführungen sind umfangreich in dem Ihnen vorliegenden Bericht erfasst und dargestellt worden. Insofern gehe ich davon aus, dass Ihnen die Unterlagen eine Hilfestellung sein wird.

Sollten darüber hinaus noch weitere Fragen auftreten, so stehen wir dem Innen- und Rechtsausschuss gerne jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Sonja Boss
Geschäftsführerin
VERBAND DER ZEITUNGSVERLAGE NORDDEUTSCHLAND E.V.
Tel. 040/500994-0
Fax 040/500994-16
E-Mail: zeitungen@verlegerverband.de

Von: Innenausschuss@landtag.ltsh.de <Innenausschuss@landtag.ltsh.de>

Gesendet: Mittwoch, 30. Juni 2021 13:51

An: zeitungen@verlegerverband.de

Betreff: AW: Schriftliche Anhörung AW Galka

Sehr geehrte Frau Dr. Boss,
ich konnte Sie gerade nicht telefonisch erreichen, deswegen schreibe ich Ihnen gern.

Der Bericht ist ja von der Landesregierung erstellt worden. Nun befindet er sich in der Beratung im Parlament, im Landtag. Insofern würde der Hinweis, dass Sie an der Erstellung beteiligt waren, dem Ausschuss sehr helfen. Im Weiteren könnten Sie dann in der Tat auf diejenigen Dinge eingehen, die aus Ihrer Sicht noch kritisch zu betrachten sind.

Beste Grüße

Dr. Sebastian Galka

Geschäftsführer des Innen- und Rechtsausschusses
Referat Ausschusssdienst und Stenografischer Dienst



DER PRÄSIDENT DES
SCHLESWIG-HOLSTEINISCHEN
LANDTAGES



LAND SCHLESWIG-HOLSTEIN
1946-2021

Landeshaus, Düsternbrooker Weg 70, 24105 Kiel

Telefon 0431 988-1143

Telefax 0431 988-1180

E-Mail sebastian.galka@landtag.ltsh.de

www.sh-landtag.de

Über dieses E-Mail-Postfach besteht kein Zugang für verschlüsselte Inhalte.

Von: zeitungen@verlegerverband.de <zeitungen@verlegerverband.de>

Gesendet: Dienstag, 29. Juni 2021 12:40

An: Innenausschuss (Landtagsverwaltung SH) <Innenausschuss@landtag.ltsh.de>

Betreff: [EXTERN] AW: Schriftliche Anhörung des Innen- und Rechtsausschusses des Schleswig-Holsteinischen Landtags, Drucksache 19/2650

Sehr geehrter Herr Dr. Galka,

vielen Dank für Ihre Mail und Ihr Schreiben vom 7. Mai 2021 zum Bericht zur Situation der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein.

Ich hätte dazu eine kurze Rückfrage bzw. ich bin ein wenig irritiert, wie ich Ihrem Anliegen bestmöglich entsprechen kann.

Wie Sie vielleicht wissen, wurde der VZN schon in Vorbereitung der Erstellung dieses Berichtes um eine Stellungnahme gebeten, der wir umfangreich auch im Namen der in Schleswig-Holstein ansässigen Tageszeitungsverlage entsprochen haben. Ein Großteil unserer Ausarbeitungen spiegelte sich erfreulicherweise auch in dem jetzigen Bericht wider.

Und so stehe ich jetzt vor der Frage, ob und inwiefern ich zu dem Bericht erneut Stellung nehmen muss/darf/soll/kann?

Möchten Sie, dass ich für die Verlage auf den Inhalt des Berichts „erwidere“ und an den Stellen, an denen ich mit dem Ergebnis nicht einverstanden bin, Gegenteiliges ausführe?

Vielleicht könnten wir dazu kurz telefonieren, damit wir beide besprechen können, was genau Ihre Vorstellung ist. Ich würde mich über einen Rückruf unter 0172/392 34 95 sehr freuen.

Beste Grüße!

Dr. Sonja Boss

Geschäftsführerin

ZEITUNGSVERLEGERVERBAND HAMBURG E.V.

Tel. 040/500994-0

Fax 040/500994-16

E-Mail: zeitungen@verlegerverband.de

STELLUNGNAHME
„BERICHT ZUR SITUATION DER MEDIENLANDSCHAFT IN
SCHLESWIG-HOLSTEIN“

Inhalt

Einleitung	2
I. Übersicht Zeitungsverlage: Zahlen, Daten und Fakten.....	3
II. Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der Verlage	12
III. Entwicklung der Arbeitsplätze im redaktionellen Bereich/ Redaktionszusammenlegungen	13
IV. Einzelfragen zur Umsetzung der Verpflichtungen aus dem Koalitionsvertrag: „Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein“	13

Einleitung

Die Landesregierung ist gemäß des Koalitionsvertrages gehalten, einen Bericht zur Situation der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein zu erstellen.

Wörtlich heißt es dazu auf Seite 96 des Koalitionsvertrags wie folgt:

"(...)

Zu einer vielfältigen Medienlandschaft gehören die öffentlich-rechtlichen Sender genauso wie die privaten Radio- und Fernsehsender, die traditionellen Verlagshäuser, Newsblogs, Kinos, Druckereien und mittelständische Design- und Werbeagenturen. Wir werden diese Medien-Vielfalt unterstützen und sie zu einem wichtigen Innovationsmotor unseres Landes machen. Wir setzen uns für eine sinnvolle Förderung der Vielfalt von Medien ein. Deshalb werden wir einen Bericht zur Situation der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein erstellen. Auf dieser Grundlage sollen gegebenenfalls Modelle entwickelt werden, die qualitativ gute lokale und regionale Berichterstattung ermöglichen sollen sowie neue Formen des Journalismus zur Sicherung der Meinungsvielfalt unterstützen. Beispielhaft hierfür sind Stiftungsmodelle.

(...)"

Dieser Bericht soll im Anschluss im Landtag beraten werden.

Der Verband der Zeitungsverlage Norddeutschland e.V. (im Folgenden VZN genannt) wurde mit der Mail vom 28. August 2019 gebeten, zu der oben genannten Situation aus Sicht der regionalen Zeitungsverlage und Medienhäuser eine entsprechende Stellungnahme abzugeben.

Für den Bereich der „Presse“ sollen neben einem „statistischen Teil“ vor allem vielfaltsverringende Entwicklungen in Schleswig-Holstein benannt werden. Dies umfasst neben der Entwicklung der Print- und E-Paper-Auflage vor allem die Veränderungen bei Arbeitsplätzen, mögliche Redaktionszusammenlegungen, Veränderung von Eigentumsverhältnissen und damit einhergehende Konzentrationsprozesse.

Darüber hinaus wurde der VZN gebeten, zu diversen Einzelfragen Stellung zu nehmen, die sich mit der lokalen und regionalen Berichterstattung, deren Entwicklung und möglicher Unterstützung befassen.

Dem entspricht der VZN im Folgenden:

I. Übersicht Zeitungsverlage: Zahlen, Daten und Fakten

1. In Schleswig-Holstein existieren folgende Verlage und Medienhäuser, die Tageszeitungen herausgeben

Verlag	Zeitungstitel Schleswig-Holstein	Unterausgaben
Burg-Verlag GmbH & Co.KG	Fehmarnsches Tageblatt/Heiligenhafener Post	
Flensburg Avis AG	Flensburg Avis	
A. Beig Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG	Pinneberger Tageblatt	Barmstedter Zeitung Elmshorner Nachrichten Quickborner Tageblatt Schenefelder Tageblatt Wedel-Schulauer Tageblatt Uetersener Nachrichten
C.H. Wäser KG GmbH & Co.	Segeberger Zeitung	
sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	Flensburger Tageblatt	Der Insel-Bote Eckernförder Zeitung Glückstädter Fortuna Holsteinischer Courier Husumer Nachrichten Norddeutsche Rundschau Nordfriesland Tageblatt Ostholsteiner Anzeiger Schlei-Bote Schleswig-Holsteinische Landeszeitung Schleswiger Nachrichten Stormarner Tageblatt Sylter Rundschau Wilstersche Zeitung
Boyens Medien GmbH & Co. KG	Dithmarscher Landeszeitung	Brunsbütteler Zeitung Märner Zeitung Dithmarscher Kurier
Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG-GmbH & Co	Kieler Nachrichten	Eckernförder Nachrichten Holsteiner Zeitung Ostholsteiner Zeitung
Lübecker Nachrichten GmbH	Lübecker Nachrichten	Lauenburgische Nachrichten Mecklenburger Nachrichten Ostholsteiner Nachrichten Nord Ostholsteiner Nachrichten Süd Schwartauer Nachrichten Segeberger Nachrichten Stormarner Nachrichten

2. Die Entwicklung der Print-Auflage und des E-Papers

Verlag	Auflage II/2020 gesamt	Auflage II/2019 gesamt	Auflage II/2018 gesamt	Auflage II/2017 gesamt	Auflage II/2016 gesamt	Auflage II/2015 gesamt	Auflage II/2014 gesamt	Auflage II/2013 gesamt	Auflage II/2012	Auflage II/2011	Auflage II/2010	Auflage II/2009	Auflage II/2008
Burg-Verlag GmbH & Co.KG	2.058	2.115	3.873	3.940	3.996	4.010	4.029	4.114	4.178	4.229	4.342	4.371	4.558
davon Print	1.889	1.977	3.679	3.795	3.896	4.010	4.029	4.114	---	---	---	---	---
davon E-Paper	169	138	194	145	100	0	0	0	---	---	---	---	---
Flensburg Avis AG	4.327	4.398	4.556	4.702	5.434	4.953	5.231	5.316	5.476	5.250	5.425	5.616	5.661
davon Print	3.818	4.027	4.255	4.409	4.551	4.741	4.925	5.039	---	---	---	---	---
davon E-Paper	509	371	301	293	883	212	306	277	---	---	---	---	---
A. Beig Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG	25.003	25.753	26.549	27.954	28.513	28.867	30.161	26.831	27.306	18.048	18.862	18.167	18.462
davon Print	20.576	22.524	23.533	25.016	26.198	27.234	28.907	25.913	---	---	---	---	---
davon E-Paper	4.427	3.229	3.016	2.938	2.315	1.633	1.254	918	---	---	---	---	---
C.H. Wäser KG GmbH & Co.	9.751	9.922	10.360	10.550	9.926	10.668	11.171	11.525	11.685	11.748	11.948	11.940	12.015
davon Print	7.680	8.098	8.858	9.212	9.602	10.433	10.982	11.421	---	---	---	---	---
davon E-Paper	2.071	1.824	1.502	1.338	324	235	189	104	---	---	---	---	---
sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG	178.744	185.263	191.151	197.654	201.097	204.125	209.090	209.476	213.083	191.744	194.815	186.244	184.020
davon Print	136.784	150.925	160.147	169.179	176.201	181.856	188.545	191.599	---	---	---	---	---
davon E-Paper	41.960	34.338	31.004	28.475	24.896	22.269	20.545	17.877	---	---	---	---	---
Boyens Medien GmbH & Co. KG	20.010	20.656	23.703	24.302	25.023	25.820	26.304	27.024	27.268	28.245	28.486	29.007	29.351
davon Print	17.804	18.671	21.437	22.458	23.544	24.777	25.857	26.833	---	---	---	---	---
davon E-Paper	2.206	1.985	2.266	1.844	1.479	1.043	447	191	---	---	---	---	---
Kieler Verlags- und Druckerei KG GmbH & Co.	80.147	83.007	85.257	87.571	89.175	93.565	96.732	98.763	101.428	102.029	104.434	106.400	108.453
davon Print	66.870	71.389	75.743	79.211	82.896	88.300	92.936	96.588	---	---	---	---	---
davon E-Paper	13.277	11.618	9.514	8.360	6.279	5.265	3.796	2.175	---	---	---	---	---
Verlag Lübecker Nachrichten GmbH	75.871	79.291	82.942	86.908	90.273	93.732	95.658	97.628	100.016	100.847	102.440	104.186	105.512
davon Print	67.926	73.046	78.241	82.792	86.516	90.366	93.126	96.180	---	---	---	---	---
davon E-Paper	7.945	6.245	4.701	4.116	3.757	3.366	2.532	1.448	---	---	---	---	---

3. Alle Medienhäuser publizieren zudem über vielfältige digitale Kanäle:

Webauftritt Tageszeitung			
01	https://www.shz.de/ als Dachportal für alle Unterausgaben https://www.shz.de/lokales/flensburger-tageblatt/ https://www.shz.de/lokales/holsteinischer-courier/ https://www.shz.de/lokales/landeszeitung/ https://www.shz.de/lokales/husumer-nachrichten/ https://www.shz.de/lokales/schleswiger-nachrichten/ https://www.shz.de/lokales/schleibote/ https://www.shz.de/lokales/eckernfoerderzeitung/ https://www.shz.de/lokales/norddeutsche-rundschau/ https://www.shz.de/lokales/nordfriesland-tageblatt/ https://www.shz.de/lokales/sylter-rundschau/ https://www.shz.de/lokales/insel-bote/ https://www.shz.de/lokales/glueckstaedter-fortuna/ https://www.shz.de/lokales/wilstersche-zeitung/ https://www.shz.de/lokales/ostholsteiner-anzeiger/ https://www.shz.de/lokales/stormarner-tageblatt/	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritte Flensburger Tageblatt Holsteinischer Courier Schleswig-Holsteinische Landeszeitung Husumer Nachrichten Schleswiger Nachrichten Schlei-Bote Eckernförder Zeitung Norddeutsche Rundschau Nordfriesland Tageblatt Sylter Rundschau Der Insel-Bote Glückstädter Fortuna Wilstersche Zeitung Ostholsteiner Anzeiger Stormarner Tageblatt
02	http://www.ln-online.de/	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt der Lübecker Nachrichten
03	http://www.kn-online.de/	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt der Kieler Nachrichten

Webauftritt Tageszeitung			
04	https://www.shz.de/lokales/pinneberger-tageblatt/ https://www.shz.de/lokales/barmstedter-zeitung/ https://www.shz.de/lokales/uetersener-nachrichten/ https://www.shz.de/lokales/elmshorner-nachrichten/ https://www.shz.de/lokales/wedel-schulauer-tageblatt/ https://www.shz.de/lokales/schenefelder-tageblatt/ https://www.shz.de/lokales/quickborner-tageblatt/	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt Pinneberger Tageblatt Barmstedter Zeitung Uetersen Nachrichten Elmshorner Nachrichten Wedel-Schulauer Tageblatt Quickborner Tageblatt
05	https://www fla.de	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt der Flensburg AVIS
06	https://www.boyens-medien.de/	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt Boyens Medien (Dithmarscher Landeszeitung/ Brunsbütteler Zeitung/Marner Zeitung/ Dithmarscher Kurier)
07	https://www.kn-online.de/Lokales/Segeberg	Webauftritt Tageszeitung	Webauftritt Segeberger Zeitung / Kieler Nachrichten
Special Interest			
01	http://www.sportplatz.sh/startseite.html	Special Interest	Fußballportal
02	www.fl-arena.de	Special Interest	Sportportal Flensburg Avis
03	www.zeit-ung.de	Special Interest	Kinder- und Jugendportal Flensburg Avis
04	www.handballwoche.de	Special Interest	Handball-Portal
05	www.lokale-wochenzeitungen.de	Webauftritt Wochenzeitungen	Wochenzeitungen des sh:z
Podcast			
01	https://www.boyens-medien.de/	Podcast	Dithmarscher Landeszeitung De Döschkassen
02	https://www.shz.de/regionales/schleswig-holstein/podcast/	Podcast	Schnack & Thumbby

Im Einzelnen verhält es sich dabei wie folgt:

Zeitung	Paid Content	Rubriken-markt	Video-Kanal (Youtube)	App	Social Media	Media-Box
<p>Flensburger Tageblatt</p> <p>Teil von shz.de: 2,3 Mio. einzelne Nutzer</p> <p>15,96 Mio. Page Impressions 6,45 Mio. Visits monatlich (AGOF, IVW September 2019)</p>	<p>Hybrid-Modell</p> <p>Shz.de ist seit November 2018 teilweise kostenpflichtig. Der Verlag setzt auf eine hybride Paywall, die Elemente der Paid-Content-Modelle Metered und Freemium verbindet.</p>	<p>Immo Stellen Kfz Reise Partner Trauer Glückwunsch Flohmarkt</p>	<p>shz.de – Nachrichten aus Schleswig-Holstein</p>	<p>shz.de News App</p> <p>Die App bietet täglich die aktuellsten lokalen, regionalen und überregionalen Nachrichten in einer App.</p> <p>shz ePaper</p> <p>Alle 15 sh:z Tageszeitungen und den Nordschleswiger in einer App. Alle Ausgaben bereits am Vorabend lesen</p>	<p>Facebook Twitter Instagram</p>	
<p>Lübecker Nachrichten</p> <p>960.000 einzelne Nutzer, 9,6 Mio. Page Impressions, 3 Mio. Visits monatlich</p> <p>Die Webseiten der Lübecker Nachrichten (LN) erreichen eine überwiegend jüngere Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren mit hohem Bildungsniveau und gutem Einkommen.</p>	<p>Freemium</p> <p>Plus-Texte sind in der ersten Stunde nach der Veröffentlichung frei verfügbar.</p> <p>monatlich kündbar</p>	<p>Immo Stellen Kfz Reise Partner Trauer Glückwunsch</p>	<p>Lübecker Nachrichten</p>	<p>LN mobil</p> <p>10.000 Nutzer pro Monat</p> <p>LN ePaper</p>	<p>Facebook-Fanpage 75.000 "Gefällt-mir" Angaben</p> <p>Twitter Instagram</p>	<p>LN Mediabox</p> <p>Mehr als 130 Media-boxen im Großraum Lübeck</p>

Zeitung	Paid Content	Rubriken-markt	Video-Kanal (Youtube)	App	Social Media	Media-Box
Kieler Nachrichten 850.000 Unique User 9,1 Mio. Page Impressions 4,4 Mio. Visits 28 % sind 14-29 Jahre alt, 43 % zählen zu den 30-49 Jährigen, sind mit 73 % überwiegend berufstätig und einkommensstark – 28 % verfügen über ein monatliches Haushaltseinkommen von über 2.500,- €, besitzen einen hohen Bildungsgrad – 43 % haben Abitur/Fachabitur oder einen Hochschulabschluss	Freemium Plus-Texte sind in der ersten Stunde nach der Veröffentlichung frei verfügbar. monatlich kündbar	Immo Stellen KN-jobs.de ist mit rund 15.000 Stellenangebot en das größte Stellenportal der Region. Kfz Trauer	Kieler Nachrichten	KN mobil Nachrichten-App der Kieler Nachrichten und Segeberger Zeitung KN/SZ ePaper	Facebook Twitter Instagram	KN Mediabox
Pinneberger Tageblatt /Barmstedter Zeitung/Uetersen Nachrichten/Elmshorner Nachrichten/Wedel-Schulauer Tageblatt Teil von shz.de: Anzahl einzelne Nutzer, Page Impressions, Visits siehe Angaben Flensburger Tageblatt	Hybrid-Modell Shz.de ist seit November 2018 teilweise kostenpflichtig. Der Verlag setzt auf eine hybride Paywall, die Elemente der Paid-Content-Modelle Metered und Freemium verbindet.	Immo Stellen Kfz Reise Partner Trauer Glückwunsch Flohmarkt	shz.de – Nachrichten aus Schleswig-Holstein	shz.de News App Die App bietet täglich die aktuellsten lokalen, regionalen und überregionalen Nachrichten in einer App. A.Beig ePaper Alle 7 A. Beig Tageszeitungen in einer App. Nachrichten schon vor Mitternacht online	Facebook Twitter Instagram	
Flensburg AVIS Durchschnittliche Zahlen pro Monat 01-09/2019 : 62.550 User 115.650 Visits 213.000 Page Impressions	Freemium		Sydslesvigtube	FLA E-paper	Facebook Twitter Instagram	

Zeitung	Paid Content	Rubriken-markt	Video-Kanal (Youtube)	App	Social Media	Media-Box
Boyens Medien (Dithmarsche Landeszeitung/Brunsbütteler Zeitung/Marner Zeitung/Dithmarscher Kurier 0,2 Mio. Visits (Online-Mediadaten 2017)	Freemium	Stellen Trauer Flohmarkt Kfz	Boyens Medien	Boyens Zeitungen	Facebook Twitter Instagram	
Segeberger Zeitung / Kieler Nachrichten Anzahl einzelne Nutzer, Page Impressions, Visits siehe Angaben Kieler Nachrichten	Freemium Plus-Texte sind in der ersten Stunde nach der Veröffentlichung frei verfügbar. monatlich kündbar	Immo Stellen Kfz Trauer	Kieler Nachrichten	KN mobil Nachrichten-App der „Kieler Nachrichten“ und „Segeberger Zeitung“ KN/SZ ePaper	Facebook Twitter Instagram	KN Mediabox SZ Mediabox

Alle Zeitungsportale in Schleswig-Holstein haben ein Bezahlmodell, wovon überwiegend auf das Freemium-Modell gesetzt wird. Dabei sind solche Inhalte bezahlpflichtig, die aus Sicht des Zeitungshauses exklusiv beziehungsweise nutzwertig sind. Kostenpflichtige Inhalte sind in der Regel mit dem Plus-Symbol gekennzeichnet. Dabei handelt es sich meist um exklusive Nachrichten aus der Region. Darüber hinaus gibt es weiterhin auch kostenlose Artikel.

Der Schleswig-Holsteinische Verlag (sh:z) setzt seit November 2018 auf eine hybride Paywall, die Elemente der Paid-Content-Modelle Metered und Freemium verbindet. Eine hybride Paywall haben unter anderem auch die *Süddeutsche Zeitung* und *Die Zeit* im Einsatz. Nach einer Registrierung erhalten die Nutzer freien Zugang zu einer beschränkten Anzahl an kostenpflichtigen Artikeln.

Die Lübecker Nachrichten haben im Sommer 2019 im Verbund mit anderen zur MADSACK Mediengruppe gehörenden Verlagen ein sogenanntes Timewall-Modell eingeführt. Das Timewall zeichnet sich dadurch aus, dass „verplusste Artikel“, also solche, die mit einem Plus-Symbol gekennzeichnet sind und für die der User grundsätzlich im Rahmen eines Abo-Modells bezahlen muss, in der ersten Stunde ab Veröffentlichung frei konsumierbar sind. Dieses Modell, das in Deutschland einmalig ist, wurde zuerst von einem skandinavischen Verlag in der Praxis angewendet und von den Lübecker Nachrichten adaptiert.

Insgesamt gibt es bundesweit aktuell 228 Zeitungswebsites mit Bezahlangeboten, davon

54 Prozent ein Freemium-Modell

21 Prozent ein Metered-Modell

13 Prozent ein Hybrid-Modell (kombiniert Freemium und Metered)

11 Prozent eine harte Bezahlschranke

1 Prozent ein Spendenmodell im Einsatz.

Kieler Nachrichten gewinnen Nova Award

Die Kieler Nachrichten sind 2018 mit dem Nova Innovation Award des BDZV ausgezeichnet worden. Den Preis gab es für das Projekt #SH_WLAN, das den Bürgern in Schleswig-Holstein kostenlosen und barrierefreien Internetzugang ermöglicht. Die Jury merkte dazu an, dass die gesamte Bevölkerung in der Region von der neu geschaffenen Infrastruktur profitiere. Strukturelle Lücken in der Netzabdeckung würden damit geschlossen. Darüber hinaus biete das Netzwerk Vermarktungspotenzial in Zusammenarbeit mit dem stationären Einzelhandel. Auf dieser Grundlage könnten zudem Einzelhändler ihre Geschäftsmodelle erweitern und digitale Strategien entwickeln.

https://www.kn-online.de/Nachrichten/Wirtschaft/SH_WLAN-Eine-Million-Nutzer-sind-schon-dabei

Mediabox – ein regionales Informations- und Vermarktungsangebot

Die Mediabox bietet aktuelle regionale und überregionale Nachrichten, sowie Kundeninformationen und Werbung aus der Region, digital und direkt am Point of Sale. Sie wurde von der Madsack Mediengruppe gemeinsam mit Heinekingmedia entwickelt. Die Kieler Nachrichten (KN Mediabox), die Lübecker Nachrichten (LN Mediabox) und die Segeberger Zeitung (SZ Mediabox) bieten Media-Boxen in ihren Verbreitungsgebieten für ihre Kunden an.

Einzelhändler, Gastronomen, Arztpraxen und viele weitere Einrichtungen können die Box kostengünstig mieten. Sie wird über eine HDMI-Schnittstelle an einen bereits vorhandenen Bildschirm angeschlossen, kann aber auch als Komplettsystem mit Bildschirm erworben werden. Auf dem Screen laufen regionale Nachrichten aus den jeweiligen Onlineredaktionen der *Partner-Zeitungen* und aktuelle Beiträge von *N24*. Die Nutzer können zwischen verschiedenen News-Kategorien wählen und diese mit eigenen Informationen und Werbeeinblendungen kombinieren. So entsteht ein individuelles Medienprodukt, das der regionalen Wirtschaft bei der Vermarktung ihrer Produkte hilft und gleichzeitig einen echten Mehrwert für ihre Kunden bietet. Um die Vermarktung der Mediabox an Kooperationspartner kümmert sich die MADSACK Market Solutions.

II. Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der Verlage

1. sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG

Der sh:z ist, ebenso wie die A. Beig Druckerei in Pinneberg, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der *medien holding:nord gmbh* mit Sitz in Flensburg. Diese hält außerdem eine Beteiligung als größter Einzelgesellschafter mit 20,1 Prozent an der *Regiocast*. Am 24. Februar 2016 wurde bekannt, dass das Unternehmen *NOZ Medien* die *medien holding:nord gmbh* übernehmen wird, dem das Bundeskartellamt am 7. April zustimmte.¹

2. Kieler Nachrichten

Bis Februar 2009 hielt die Axel Springer AG 24,5 Prozent an dem Verlagsunternehmen, welche sie im Folgenden an die Verlagsgesellschaft MADSACK in Hannover verkaufte. Die Verlagsgesellschaft MADSACK in Hannover ist zudem indirekt über die Hanseatische Verlags-Beteiligung AG an den Kieler Nachrichten beteiligt.

Die SPD ist wiederum über ihre Medienholding Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG; Eigenschreibweise: ddvg) mit 20,4 Prozent an der Mediengruppe MADSACK beteiligt.

3. Segeberger Zeitung

Der Verlag gehört zu 100 Prozent der Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG GmbH & Co. (u. a. *Kieler Nachrichten*).²

4. Verlag Lübecker Nachrichten GmbH

Die Verlagsgesellschaft MADSACK ist an der Lübecker Nachrichten GmbH mit 76 Prozent direkt beteiligt. An der Verlagsholding Hanseatische Verlags-Beteiligung AG, die weitere 24 Prozent der Anteile hält, ist MADSACK mit 82,25 % Prozent beteiligt.

Die Lübecker Nachrichten GmbH ist als Minderheitsgesellschafterin mit 12,44 % an der Regiocast GmbH & Co KG beteiligt, die u.a. Radio Schleswig-Holstein betreibt.³

5. Boyens Medien GmbH & Co. KG

Die Boyens Medien GmbH & Co. KG ist zu 100 Prozent eine Tochtergesellschaft der Boyens Medienholding GmbH & Co. KG, die sich wiederum zu 100 Prozent im Familienbesitz befindet.

6. Flensburg Avis AG

Die Flensburg Avis AG ist die Tageszeitung der dänischen Minderheit in Schleswig-Holstein. Sie ist unabhängig und gehört keiner Verlagsgruppe an. Sie hat die Rechtsform einer Aktiengesellschaft. Die insgesamt 4.374 vinkulierten Namensaktien befinden sich im Streubesitz.

¹ Quelle Wikipedia

² Quelle Wikipedia

³ Quelle Wikipedia

7. Burg-Verlag GmbH & Co.KG

Burg-Verlag GmbH & Co.KG ist nicht Mitglied des VZN, so dass keine verbindlichen Angaben zu den Beteiligungsverhältnissen gemacht werden können.

III. Entwicklung der Arbeitsplätze im redaktionellen Bereich/ Redaktionszusammenlegungen

Die Entwicklung in Schleswig-Holstein reflektiert unter anderem den weltweiten Trend von regionalen Zeitungsverlagen im digitalen Wandel. Auch in Schleswig-Holstein ist zu beobachten, dass lokale Verlage durch die Nutzung von Verbundeffekten insbesondere im Bereich der technischen Investitionen, der digitalen Entwicklung und Produktion ihrer Onlinepublikationen und der überregionalen Berichterstattung in der Lage sind, ihren Lesern eine Qualität der journalistischen Berichterstattung sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form zu liefern, die sie ohne diese Verbundeffekte für sich alleine nicht finanzieren könnten.

So sind beispielsweise die Lübecker Nachrichten und die Kieler Nachrichten seit 2016/2017 Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) der MADSACK Mediengruppe. Das RND beschäftigt in Hannover und Berlin rund 180 Journalisten, Digitalexperten und Datenfachleute. Diese partnerschaftliche Kooperation mit dem RND ermöglicht es den Lübecker Nachrichten und den Kieler Nachrichten, sich voll und ganz auf die lokale und regionale Berichterstattung zu fokussieren und gleichzeitig im Sinne der Abonnenten, Leser und User von den Millioneninvestitionen des RND in überregionalen, nationalen und internationalen Journalismus sowie die Digitalisierung des journalistischen Geschäftsmodells zu profitieren.

Derartige Kooperationen im Verbund sind damit ein entscheidender Faktor für die langfristige Sicherung der regionalen und lokalen Pressevielfalt, ermöglichen diese doch überhaupt erst das wirtschaftliche Fundament der digitalen Transformation für den regionalen und lokalen Journalismus.

Die Redaktion des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages und des A. Beig Verlages dagegen greifen in der nationalen Berichterstattung auf die Inhalte der viel zitierten Neue Osnabrücker Zeitung zurück. In der Gestaltung ihrer täglichen Arbeit sind die Redaktionen beider Verlagshäuser allerdings weiterhin autonom. Mit der Digitalisierung der klassischen Inhalte setzt die Unternehmensgruppe den Benchmark im maximalen Vergleich.

IV. Einzelfragen zur Umsetzung der Verpflichtungen aus dem Koalitionsvertrag: „Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein“

1. Wie sieht der VZN das Problem der Erosion bei der lokalen und regionalen Berichterstattung?

Es gibt aktuell keine unmittelbare Erosion bei der lokalen und regionalen Berichterstattung.

Vielmehr zeigt sich das folgende Bild: zum einen erreichen die acht Tageszeitungsverlage in Schleswig-Holstein mit über 40 Zeitungstiteln noch immer über 420.000 Leser täglich. Dazu kommen weitere 27 Anzeigenblattverlage mit weiteren 74 Titeln, die ebenfalls vielfältige Beiträge im Bereich des Lokaljournalismus liefern sowie vielfältige örtliche Magazine.

Aber auch für Schleswig-Holstein gilt: die Printauflagen der Tageszeitungstitel sinken kontinuierlich (vgl. 1, 2. Die Entwicklung der Printauflage). So fiel diese von 468.032 im Jahr 2008 auf 428.391 im Jahr 2018.

Obwohl mit den digitalen Angeboten der Verlage erstaunliche 14 Mio. Visits/Monat erzielt werden, muss an einer Abonnetten ähnlichen Loyalität der User und damit ihrer signifikanten Monetarisierbarkeit noch lange kostenintensiv gearbeitet werden.

Das existentielle Problem der Branche ist aber auch in Schleswig-Holstein aktueller denn je: die dramatisch zurückgehenden Werbeerlöse im Printbereich bei gleichzeitig stark steigenden Kosten insbesondere für die Zeitungslogistik und Zeitungszustellung führen zu einer bedrohlichen wirtschaftlichen Lage für die Verlage, die gleichzeitig massive Investitionen in den Aufbau eines profitablen Geschäftsmodells für lokalen und regionalen digitalen Journalismus schultern müssen.

2. Welche Möglichkeiten sieht der VZN, hier gegenzusteuern (SH und Bund)?

Aus Sicht des VZN muss das vorrangige politische Ziel der Erhalt und die Sicherung der Infrastruktur der Zeitungszustellung sein.

In Deutschland lesen 42 Millionen Menschen regelmäßig eine gedruckte Zeitung. Mehr als 100.000 Zusteller kümmern sich um die Zustellung der Zeitungen in den frühen Morgenstunden. Dabei lagen die jährlichen Kosten für die Zustellung allein für Tageszeitungen in Deutschland im Jahr 2018 bei rund 1,4 Milliarden Euro. Schon vor fünf Jahren war die Zustellung in vielen Gebieten betriebswirtschaftlich nicht sinnvoll. Seitdem sind die jährlichen Kosten für die Tageszeitungszustellung aufgrund staatlicher Vorgaben um ca. 400 Millionen Euro gestiegen, die Kosten für die Anzeigenblattzustellung um weitere ca. 200 Millionen. In dieser Höhe besteht eine erhebliche Finanzierungslücke.

Erschwerend kommt hinzu, dass ein erheblicher Teil insbesondere der älteren Zeitungsleser nicht bereit ist, die gedruckte Zeitung durch ein elektronisches Pendant zu ersetzen. Vielmehr werden diese Leser auf die Tagespresse oft ganz verzichten, wenn diese nicht mehr wie gewohnt morgens in ihre Briefkästen geliefert werden. Hinzu kommt außerdem: aufgrund des schleppenden Netzausbaus in ländlichen Regionen können auch längst nicht alle Zeitungsleser, die sogar dazu bereit wären, auf die gedruckte Ausgabe zugunsten der Digitalen verzichten.

Jedenfalls für eine längere Übergangsphase ist die morgendliche Zustellung der gedruckten Zeitung damit ein entscheidender Beitrag zur Sicherung der Teilhabe

an demokratischen Entscheidungs- und Diskussionsprozessen für nicht unerhebliche Teile der Bevölkerung. Wenn die Zustellung aber nicht finanzierbar ist und es zu „weißen Flecken“ auf der Zustell-Landkarte käme, droht ein eklatanter Verlust an demokratischer Teilhabe und die die Gefahr, dass demokratiefeindliche Kreise diese Nischen besonders intensiv für die Entfaltung medialer Aktivitäten nutzen, weil das Korrektiv der unabhängigen und unparteiischen Presse fehlt. Es gilt daher, das Zustellnetz der deutschen Tageszeitungen zwingend zu stärken, da es in diesem Sinne ein existenzieller Demokratieverstärker ist. Die Sicherung der heutigen Zustellinfrastruktur ist Sicherung der Demokratie vor Ort. Ohne die Sicherung der Zustellung wäre die örtliche Lokalberichterstattung tatsächlich gefährdet, da sich lokale Redaktionen und Titel nicht mehr halten können, wenn aus wirtschaftlichen Gründen nicht flächendeckend zugestellt wird. Diese Entwicklung würde direkt dazu führen, dass die Bürgerinnen und Bürger weniger auf relevanten Pressejournalismus vor Ort zugreifen können.

Für den Erhalt und die Sicherung der Infrastruktur der Zeitungszustellung sind daher dringend staatliche Mittel nötig. Nur so wird die unabhängige meinungsbildende Medienvielfalt als ein unverzichtbarer Grundpfeiler der Demokratie bis in den lokalen Raum erhalten bleiben.

Eine finanzielle Förderung der Zustellung wird dabei insofern doppelt positiv wirken: zum einen würde sie den Zugang weiter Bevölkerungskreise, die nur mit Print zu erreichen sind, zu unabhängiger Presseberichterstattung sichern. Gleichzeitig stünden den Zeitungen Unternehmensergebnisse, die seit dem Jahr 2014 zunehmend von der staatlich veranlassten Mehrbelastung im Zustellbereich aufgezehrt wurden, für Investitionen in digitale Inhalte, innovative Produkte und Strukturen zur Verfügung.

Insofern ist es aus Sicht des VZN zwingend notwendig, die Infrastruktur der Zustellung der gedruckten Zeitungen auf der Grundlage einer neu einzuführenden Maßnahme zur Förderung der Pressezustellinfrastruktur finanziell zu sichern. Wie Telekommunikation, Strom, Verkehr oder medizinische Versorgung ist ein flächendeckendes Zustellnetz eine Infrastruktur von erheblichem Wert für die Gesellschaft. Solche Infrastrukturen werden in der Regel durch staatliche Maßnahmen gesichert.

Nichts anderes erfolgt seit Jahrzehnten in anderen europäischen Ländern. So wird in Frankreich, Dänemark und Schweden die Pressezustellung seit Jahrzehnten mit vergleichsweise hohen Beträgen gefördert.

3. Könnte sich der VZN gezielte Instrumente einer „Presseförderung“ vorstellen? Wenn ja, in welcher Form?

Eine Förderung im **journalistischen Bereich** lehnt der VZN hierbei kategorisch ab, nicht zuletzt wegen unserer Erfahrungen aus der jüngsten deutschen Vergangenheit des Nationalsozialismus.

Neben der bereits angesprochenen Förderung der Zustellung ist selbstverständlich auch der **reduzierte Mehrwertsteuersatz** auf digitale Presseprodukte ein mögliches Instrument. Hierbei zielt das EU-Mehrwertsteuerrecht (EU-Richtlinie 2018/1713) auf die steuerliche Gleichbehandlung von gedruckten und digitalen Presseprodukten. Die Richtlinie erlaubt dabei den reduzierten Mehrwertsteuersatz von 7% auch für elektronische Dienstleistungen wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, die sowohl auf physischen als auch auf elektronischen Trägern angeboten werden.

Leider enthält der aktuelle Entwurf der Bundesregierung zur Einführung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes für elektronische Verlagspublikationen vom 31. Juli 2019 eine Einschränkung dahingehend, dass die Vergünstigung bei gebündelten Angeboten digitaler Presse ausscheidet.

Darin heißt es:

„Die Ermäßigung ist beschränkt auf elektronische Veröffentlichungen, die ihrem Wesen nach und funktional herkömmlichen Erzeugnissen [...] entsprechen. Leistungen, die über die bloße Überlassung von elektronischen Veröffentlichungen hinausgehen, sind von der Ermäßigung ausgeschlossen.“

Unserer Ansicht nach ist das Kriterium der Vergleichbarkeit mit „herkömmlichen“ physischen Erzeugnissen medien- und verbraucherpolitisch rückwärtsgewandt. Es besteht die Gefahr, dass die Ermäßigung nur für den kleinen Bereich der E-Paper-Ausgaben in PDF-Form gilt, wesentliche Teile der digitalen Presse und Bücher aber nicht erfasst werden, da digitale Presse und Bücher ihrem Wesen nach und funktional zumeist gerade keinen gedruckten Produkten entsprechen. Sie haben nutzerfreundliche Funktionen, wie etwa die des leichten Zugriffs auf die Inhalte oder des barrierefreien Zugangs durch eine Vorlesefunktion. Sie bieten vertiefende, regelmäßig aktualisierte Artikel, Bilder und Grafiken, News- und Liveticker. Würden daher Teile der digitalen Presse und Bücher von der Ermäßigung nicht erfasst sein, weil sie über die Vermittlung des geistigen Inhaltes hinaus mehr Funktionen als eine gedruckte Variante bieten, würde dies dem gewünschten Ziel, dass professionelle meinungsbildende und bildende Inhalte in der digitalen Welt für die Verbraucher erschwinglich bleiben sollen, entgegenlaufen.

In Anbetracht dieser Unsicherheiten bleibt daher die **Förderung der Zustellung** das entscheidende Instrument der Presseförderung!

Mit der Förderung der Infrastruktur nimmt der Staat keinerlei Einfluss auf redaktionelle Inhalte. Vielmehr kommt er seiner Sicherungsfunktion dahingehend nach, dass durch den Erhalt der Infrastruktur alle Bürger weiterhin einen Zugang zur Presse haben. Nur so wird vermieden, dass die große Zahl der Zeitungsleser, die digitale Medien nicht nutzen können oder wollen von der Versorgung mit professionellem Pressejournalismus abgeschnitten werden. Es geht um die Absicherung einer verfassungsrechtlichen Garantie: Meinungsvielfalt, Meinungsbildung und Pressefreiheit.

Parallel dazu wird den Verlagen der nötige finanzielle Freiraum geschaffen, die schon bestehenden digitalen journalistischen Angebote und Marken weiter zu etablieren. Dazu arbeiten die Verlage an Kioskplattformen, einfachen Bezahlmodellen und innovativen Produkten für die digitale Inthaltevermarktung ebenso wie an international skalierbaren Plattformlösungen, crossmedial integrierten Werbe- und Handelsangeboten und Apps für die mobile Nutzung. All das erfordert aber erhebliche Investitionen, die aufgrund der enormen Kosten für die Zustellung nicht zur Verfügung stehen.

Eine Förderung der Zustellinfrastruktur würde es den Verlagen daher ermöglichen, zum einen diejenigen, die keine digitalen Medien nutzen können oder wollen, weiterhin zu versorgen. Zum anderen würden deutlich mehr Mittel frei werden, die in den notwendigen Ausbau des Digitalgeschäfts investiert werden könnten.

Die zwingende Notwendigkeit der Entlastung der Verlage ist der Politik seit langem bekannt. Leider ist die im Koalitionsvertrag dazu vorgeschlagene Regelung nicht ausreichend. Die im Vertrag konkret vorgeschlagene Regelung würde lediglich zu einer Ersparnis von rund 28 Mio. Euro bei der Zeitungszustellung führen. Das wäre nur ein marginaler Teil der aktuellen Zustellkosten der Zeitungen von rund 1,4 Milliarden Euro und könnte nicht relevant bei der Sicherung der bundesweiten Versorgung aller Haushalte mit Presseerzeugnissen helfen. Die Regelung im Koalitionsvertrag allein ist daher keine ausreichende Alternative.

4. Welche Instrumente kämen für den VZN überhaupt nicht in Frage?

Wie zuvor erwähnt, käme eine **Förderung im journalistischen Bereich** auf keinen Fall in Frage.

Auch halten wir den Weg über **gemeinnützige Stiftungen** oder die **Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus** nicht für geeignet. Mehr noch: wir halten ihn für kontraproduktiv für das Ziel der Sicherung der Pressevielfalt.

Die Idee der Einrichtung von gemeinnützigen Stiftungen oder die Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus birgt zum einen schon per se erhebliche Risiken für die Meinungsvielfalt. Wir sehen die Gefahr, dass sich große Spender zukünftig willfährigen Journalismus kaufen können und parallel dazu vom Staat Steuererleichterungen erhalten.

Vor allem aber würde der Staat durch eine solche Förderung den Verlagen zusätzliche wirtschaftliche Schwierigkeiten bereiten, die zur Zeit den extrem schwierigen Spagat meistern, die Bevölkerung sowohl mit gedruckten als auch mit digitalen journalistischen Produkten zu versorgen und damit eine entscheidende Grundlage für die breite und umfassende Teilhabe der Bevölkerung an der demokratischen Willensbildung sichern. Staatlich geförderter Stiftungsjournalismus wäre eine Konkurrenz mit Wettbewerbsvorteilen – die so staatlich initiierten Wettbewerbsnachteile für Verlage würden gerade die freie und unabhängige Presse stark negativ beeinträchtigen. Diese angedachten Instrumente werden also

jenen Unternehmen schaden, deren Mitarbeiter täglich genau jene journalistische Qualität liefern, die gefördert werden soll.

Für ein Stiftungsmodell bestünde überhaupt nur dann Legitimation, wenn man den Tageszeitungsverlagen ein Marktversagen vorzuwerfen hätte. Das ist eindeutig aber nicht der Fall. Wie oben bereits ausführlich geschildert wurde, gilt ja, dass die Journalisten unserer Mitgliedsverlage täglich professionellen Journalismus erbringen und damit gedruckt und digital mehr Menschen als jemals zuvor erreichen.

Hinzu kommt: Insbesondere bei dem Ansatz, den Journalismus als „gemeinnützig“ anzuerkennen, wird von staatlicher Stelle über die Erfüllung der Kriterien der Gemeinnützigkeit entschieden. Hier besteht die Gefahr, dass durch staatliches Handeln direkt in das „ob“ journalistischer Arbeit eingegriffen wird. Dies würde der Pressevielfalt einen eklatanten Schaden zufügen.

Auch andere Formen der staatlich initiierten Presse sind daher abzulehnen, auch auf kommunaler Ebene. So gestalten beispielsweise zahlreiche Kommunen ihre **kommunalen Amtsblätter** immer presseähnlicher und betreiben ausufernde Öffentlichkeitsarbeit in gedruckter Form, aber auch auf Online-Portalen. Der Bundesgerichtshof hat in einem Grundsatz-Urteil vom Dezember 2018 diesen Aktivitäten erfreulicherweise deutliche und klare Grenzen gesetzt. Dies können wir nur ausdrücklich begrüßen.

5. Wie steht der VZN „Stiftungen zur Förderung des (Qualitäts-) Journalismus“ gegenüber?

Stiftungen, die staatlich gefördert sind, sind „Staatspresse“ und damit inakzeptabel!

6. Was müsste aus Sicht des VZN sonst noch zur Thematik gesagt werden?

Eine weitere Gefährdung der lokalen und regionalen Medienvielfalt entsteht aus Sicht des VZN aufgrund der marktdominanten, weltweit agierenden Plattformen wie Google und Facebook, die es aus Sicht der Verlage zwingend zu regulieren gilt. Es sind nämlich nicht mehr die professionellen journalistischen und redaktionellen Portale im Internet, die ein zentrales Fundament unabhängiger und vielfältiger Meinungsbildung bilden. Vielmehr entscheiden zunehmend marktdominante Plattformen, ob, wo und wie die Menschen diese journalistischen und redaktionellen Angebote überhaupt nutzen. Unter anderem begünstigen Netzwerkeffekte, automatisierte, datenbasierte Lerneffekte und hohe Wechselkosten, dass marktdominante bis quasi-monopolistische Plattformen entstehen und sich weiter verfestigen können. Das lässt sich z.B. bei Suchmaschinen, Videosharing, Browsern und Betriebssystemen mobiler Endgeräte (dominiert von Google und Apple) sowie sozialen Netzwerken und Instant-Messaging-Diensten (dominiert von Facebook) beobachten. Alle drei Unternehmen haben sich exklusiv den dauerhaften Zugang zu den Bürgern gesichert, indem sie Quasi-Monopole in Schlüsselbereichen des digitalen Alltags aufbauen. Wenn solche marktdominanten Plattformen auch redaktionelle Medien anbieten oder diese kuratieren, entsteht

eine erhebliche und spezifische Meinungsmacht. Denn die jeweiligen Plattformen entscheiden darüber, welche Medien und Inhalte unter welchen Bedingungen Zugang haben und wie gut oder schlecht die ausgewählten Medien für Leser, Zuhörer und Zuschauer sichtbar, auffindbar und zugänglich sind.

In dieser Situation ist es notwendig, die Freiheit journalistisch-redaktioneller Medien gegenüber marktdominanten Plattformen zu schützen, und zwar auch schon unterhalb der Schwelle des nachgewiesenen Marktmachtmissbrauches, den die wettbewerbsrechtliche Missbrauchsaufsicht bisher voraussetzt.

Zudem stellt die Marktabschöpfung durch marktdominante Plattformen ein erhebliches Risiko für die Finanzierung des professionellen Qualitätsjournalismus dar. Netzwerkeffekte und Nutzerbindung führen zu gebündelten und massenhaften Nutzerdaten, welche den marktdominanten Unternehmen Vorteile – gerade auch im Werbemarkt – ermöglichen. In Konsequenz entsteht eine enorme Wertschöpfungslücke für den digitalen professionellen Journalismus.

Neben den erheblichen Gefahren, die sich hieraus für die individuelle Meinungsbildung der Menschen und die Meinungs- und Pressevielfalt ergeben, bedrohen marktdominante Plattformen in zunehmendem Maße auch die Freiheit der Bürger in ihren alltäglichen Entscheidungen, z.B. bei Produktkäufen, der Wahl des Arbeitsplatzes oder bei Flug- und Hotelbuchungen. Indem sie ihr Zugangsmonopol zu Konsumenten nutzen, um angrenzende Märkte ebenfalls zu beherrschen, schalten Plattformen Wettbewerb systematisch aus und reduzieren damit die Vielfalt an Angeboten.

Die Reaktion der Politik muss aus Sicht des VZN schneller, entschlossener und umfassender ausfallen!

Die jüngsten Wettbewerbs-Entscheidungen der EU-Kommission gegen Google waren wegweisend und ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Gerade diese Verfahren zeigen aber, dass es noch immer an einer effektiven Rechtsdurchsetzung mangelt – der Missbrauch wurde nicht abgestellt.

Auch in Anbetracht der stetig wachsenden Bedeutung der neuen Technologien und insbesondere von Künstlicher Intelligenz (KI) im Bereich der Meinungsbildung ist Regulierung dringend notwendig. Die durch Regulierungsdefizite entstehende weitere Marktdominanz wird sich später kaum mehr beheben lassen.

Hamburg, den 25. Oktober 2019

Verband der Zeitungsverlage Norddeutschland e.V.