

Schleswig-Holsteinischer Landtag □
Umdruck 16/1889

Verband der Zeitungsverlage Norddeutschland e.V., Große Reichenstr. 14, 20457 Hamburg

An den
Schleswig-Holsteinischen Landtag
Innen- und Rechtsausschuss
Herrn Vorsitzenden Werner Kalinka, MdL
Landeshaus
24100 Kiel

**Verband
der Zeitungsverlage
Norddeutschland e.V.**

Große Reichenstr. 14
20457 Hamburg
Telefon 040 / 500 994 - 0
Fax 040 / 500 994 -16
e-mail: vzn-zvh@t-online.de

21.03.2007

Anhörung zur Situation und Entwicklung der Printmedien in Schleswig-Holstein am 28.03.2007

Sehr geehrter Herr Kalinka,

beigeschlossen überreiche ich Ihnen die schriftliche Beantwortung der vom Ausschuss gestellten Fragen vorab. Schließlich darf ich mich herzlich bedanken, dass die Anhörung des VZN und des Verbandes der Zeitschriftenverlage Nord schon um 11:00 Uhr stattfinden kann, so dass ansonsten auftretende Terminkollisionen sich erfreulicherweise aufgelöst haben.

Mit freundlichen Grüßen
VERBAND DER ZEITUNGSVERLAGE
NORDEUTSCHLAND E.V.


Geschäftsführer

Bankverbindung:

Haspa
BLZ 200 505 50
Konto 1180 200 345

**Anhörung des Innen- und Rechtsausschusses des Landtages
Schleswig-Holstein zur Situation der Printmedien in Schleswig-
Holstein am 28.03.2007**

***Frage 1: Welche Veränderungen haben sich durch die Übernahme von Verlagen/
Zeitungstiteln in den vergangenen 15 Jahren ergeben und welche sind noch
zu erwarten?***

- 1994** Pinneberger Tageblatt an sh:z (mehrheitlich), ASV AG u. Kieler Nachrichten
- 1999** Wilstersche Zeitung an sh:z
- 2000** Barmstedter Zeitung an Pinneberger Tageblatt
- 2000** Holsteinischer Courier u. Ostholsteiner Anzeiger an sh:z,
Eckernförder Zeitung an Boyens-Medien
- 2004** Eckernförder Zeitung an sh:z, Teilaufgaben sh:z (Dithmarscher Rundschau,
Brunsbütteler Rundschau, Marnener Zeitung, Dithmarscher Kurier) an Boyens-
Medien
- 2005** Einstellung Dithmarscher Rundschau, Brunsbütteler Rundschau
- 2007** Segeberger Zeitung an Kieler Nachrichten

Die dargestellten Marktveränderungen waren für die Sicherung der wirtschaftlichen Ertragskraft erforderlich. Diese ist Grundvoraussetzung für den Erhalt der Pressevielfalt in Schleswig-Holstein. Nur leistungsstarke Verlage können die ausgeprägte journalistische/publizistische Qualität erbringen und zugleich die erforderlichen Zukunftsinvestitionen sowohl in moderne Zeitungstechniken als aber auch in die neuen Medien tätigen. Diese sind für die langfristige Absicherung der Verlage und somit die gebotene Vielfalt unabdingbar. Eine Zukunftsprognose kann nicht abgegeben werden.

Die bestehende große Vielfalt in Schleswig-Holstein wird durch die hier produzierten als auch die hier erscheinenden Zeitungen geprägt.

In Schleswig-Holstein erscheinen mehrere untereinander im Wettbewerb stehende große regionale Tageszeitungen mit einer Vielzahl von Lokalausgaben und Lokalzeitungen sowie Regionalzeitungen aus benachbarten Bundesländern, die Ausgaben bundesweiter Zeitungen und eine Fülle von Anzeigenblättern (siehe Fragen 5. und 6.).

Zunächst die im Lande selber produzierten Ausgaben:
(Quelle: Verbreitungsanalyse ZMG, bezogen auf das I. Quartal 2006)

sh:z Gesamtausgabe	180.615 Expl.
- Der Insel Bote	2.781 Expl.
- Eckernförder Zeitung	8.517 Expl.
- Flensburger Tageblatt	36.863 Expl.
- Holsteinischer Courier	15.380 Expl.
- Husumer Nachrichten	21.435 Expl.
- Norddt. Rundschau mit Wilstersche Zeitung	22.607 Expl.
- Nordfriesland Tageblatt	9.163 Expl.
- Ostholsteiner Anzeiger	6.955 Expl.
- Schl.-Holst. Landeszeitung	26.164 Expl.
- Schlei-Bote	4.295 Expl.
- Schleswiger Nachrichten	15.627 Expl.
- Stormarner Tageblatt	5.779 Expl.
- Sylter Rundschau	5.049 Expl.
Lübecker Nachrichten Gesamt	102.629 Expl.

Kieler Nachrichten Gesamt	110.093 Expl.
- davon KN – Segeberger Zeitung	12.387 Expl.
- davon KN – Eckernförder Zeitung	10.993 Expl.
- davon KN – Ostholsteiner Zeitung	26.194 Expl.
Boyens Medien	
- Dithmarscher Landeszeitung	19.599 Expl.
- Brunsbütteler Zeitung	3.393 Expl.
- Marner Zeitung	3.335 Expl.
- Dithmarscher Kurier	2.789 Expl.
Zeitungsgruppe Nord Gesamt	72.680 Expl.
(kein Unternehmens-, nur Anzeigenverbund)	
- Barmstedter Zeitung	2.103 Expl.
- Bergedorfer Zeitung	9.693 Expl.
- Lauenburgische Landeszeitung	2.000 Expl.
- Quickborner Tageblatt	
- Schenefelder Tageblatt	
- Elmshorner Nachrichten	10.716 Expl.
- Pinneberger Tageblatt	12.986 Expl.
(mit Quickborner Tageblatt, Schenefelder Tageblatt)	
- Uetersener Nachrichten	5.158 Expl.
- Wedel-Schulauer Tageblatt	3.638 Expl.
Flensburg Avis	3.362 Expl.
Hamburger Abendblatt – Teilauflagen	
- Ahrensburger Zeitung	16.118 Expl.
- Norderstedter Zeitung	17.888 Expl.
- Pinneberger Zeitung	22.224 Expl.
Fehmarnsches Tageblatt	2.153 Expl.

Des Weiteren erscheint in Schleswig-Holstein eine ganz erhebliche Anzahl **bundesweiter Publikationen** mit teilweise erheblichem lokalem Bezug, am stärksten die Ausgaben der **BILD**-Zeitung, sowie die Ausgaben von Regionalzeitungen aus anderen Bundesländern:

BILD Nord	177.250 Expl.
- davon BILD-Hamburg	98.511 Expl.
BILD West	111 Expl.
- davon BILD-Bremen	111 Expl.
Der Tagesspiegel	113 Expl.
taz Bundesausgabe	2.153 Expl.
- davon taz Hamburg	2.153 Expl.
DIE WELT Gesamt (mit Kompakt)	16.427 Expl.
- davon DIE WELT Ausg. Hamburg	13.463 Expl.
FAZ Gesamt	6.524 Expl.
Frankfurter Rundschau Gesamt	2.491 Expl.
Hamburger Abendblatt Gesamt	74.357 Expl.
Hamburger Morgenpost	18.623 Expl.
Handelsblatt	3.026 Expl.
Neues Deutschland Bundesausgabe	151 Expl.
Ostsee-Zeitung Grevesmühlen	80 Expl.
Süddeutsche Zeitung Gesamt	4.429 Expl.
Der Nordschleswiger	108 Expl.

Alle Zeitungen sehen sich dem Qualitätsjournalismus und der objektiven Berichterstattung verpflichtet. Diese ist unverzichtbare Voraussetzung für das Gedeihen demokratischer Entscheidungsprozesse in Land, Kreisen und Kommunen.

Frage 2: Welche Konsequenzen wird es für die Printmedien haben, dass künftig die Länder für die Pressemedien zuständig sind?

Der Bund hatte nach Art. 75 (1) 2 GG eine Rahmenkompetenz „für die allgemeinen Rechtsverhältnisse der Presse“. Von dieser wurde jedoch kein Gebrauch gemacht. Daher sind Auswirkungen durch die Streichung dieser Bestimmung nicht zu erwarten.

Frage 3: Sind Ausgliederungen in den Verlagen geplant?

Hierzu liegen uns keine aktuellen Erkenntnisse vor. Zu den Wirtschaftsdaten der Tageszeitungen ist zum Bericht an die Landesregierung im Februar 2006 ausführlich vorgetragen worden.

**Frage 4: Hat der Rückgang der Erlöse im Anzeigengeschäft zu personellen Konsequenzen im Verlag geführt?
Welche Verlagsbereiche waren davon besonders betroffen?
Welche Erlöse haben sich verändert?**

Verlage müssen marktwirtschaftlich agieren. Erlöse lassen sich im wesentlichen im Vertriebs- bzw. Anzeigenbereich erzielen. Dabei ist allerdings der starke Wettbewerbsdruck ebenso zu berücksichtigen wie die Konjunkturlage. Gleichzeitig ist die Kostenseite zu berücksichtigen, wobei sich diese im wesentlichen wie folgt darstellt:

Kosten- und Erlösstruktur: Durchschnittswerte der Abonnementszeitungen in Westdeutschland 2005 in Prozent ¹

Kosten		
Technische Herstellung	21,0 %	
Papier	7,6 %	28,6 %
Redaktion		24,6 %
Anzeigen		16,4 %
Vertrieb		22,8 %
Unternehmensleitung/Verwaltung		7,7 %
Gesamtkosten ²		100,0 %
Erlöse		
Werbeerlös gesamt		55,4 %
- davon Anzeigen	82,4 %	
- davon Beilagen	17,6 %	
Vertriebserlös		44,7 %
Gesamterlös ²		100,0 %

¹ Durchschnittswert aller 5 Auflagengrößen (bis 25.000, 25.000-50.000, 50.000-125.000, 125.000 – 200.000, über 200.000 Exemplare.

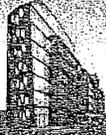
² Bei der Addition können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

Quelle: BDZV (Stand: 4. Quartal 2005)

Soweit Einschränkungen erforderlich waren, wurden diese vornehmlich im Verlags- und den technischen Bereichen vorgenommen.

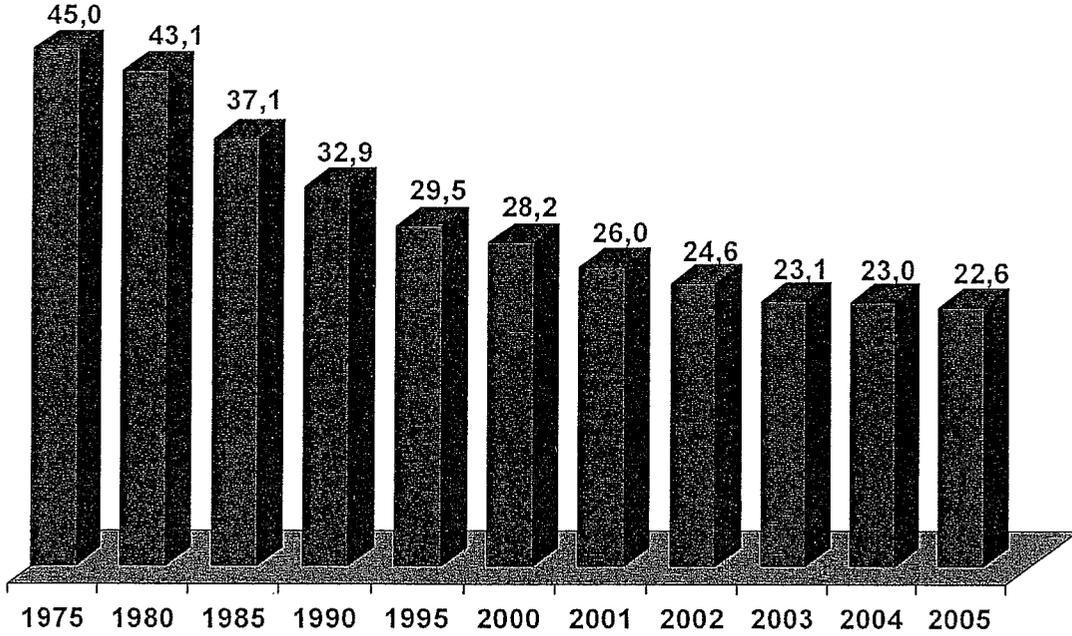
Wie aus den nachstehenden Übersichten erkennbar, sind in den letzten Jahren insbesondere die Anzeigenerlöse der Zeitungen eingebrochen. Abgesehen von den konjunkturbedingten Schwankungen des gesamten Werbemarktes nimmt auch der Marktanteil der Zeitungen, die allerdings immer noch führender Werbeträger sind, kontinuierlich ab.

Den stärksten Schwankungen unterliegen dabei die Umfänge/Erlöse aus Stellenanzeigen. Während in den Jahren nach 2000 die Anzeigenumfänge allgemein um 7 bis hin zu 13 Prozent gegenüber den jeweiligen Vorjahren zurück gingen, brachen die Anzeigenumfänge bei den Stellenanzeigen um teilweise mehr als 40 Prozent ein.



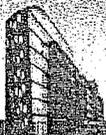
Entwicklung der Marktanteile der Tageszeitungen am Gesamtwerbemarkt von 1975 - aktuell

BDZV



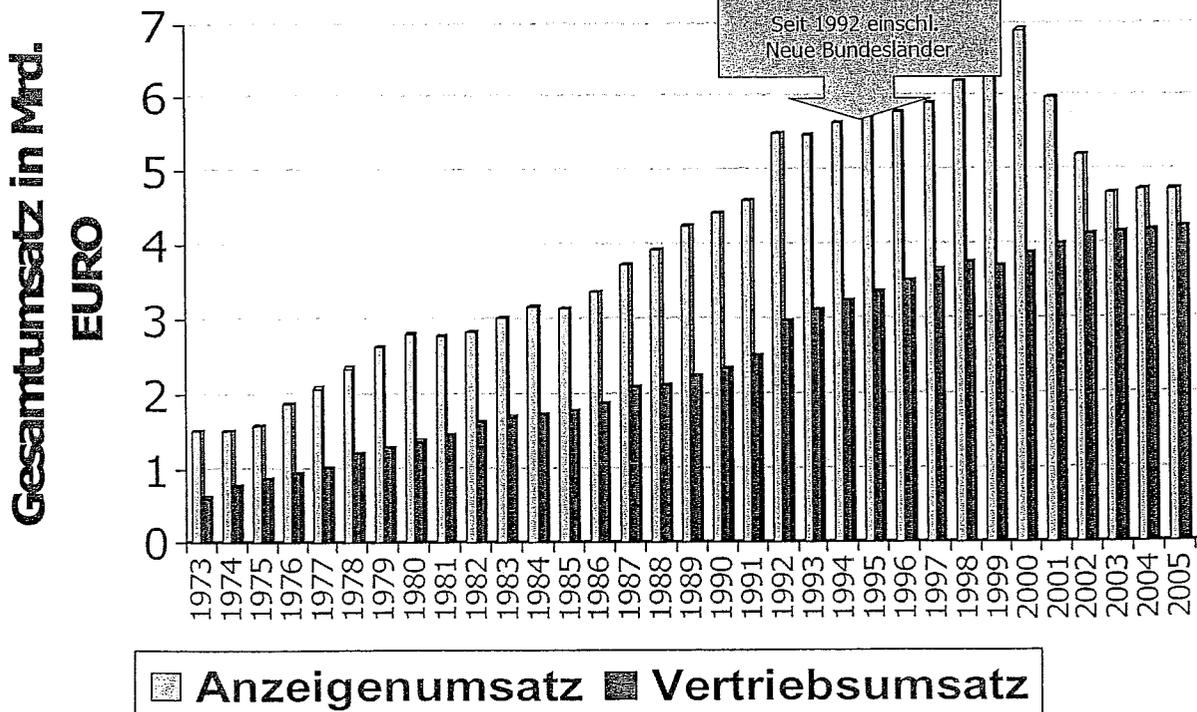
Quelle: ZAW

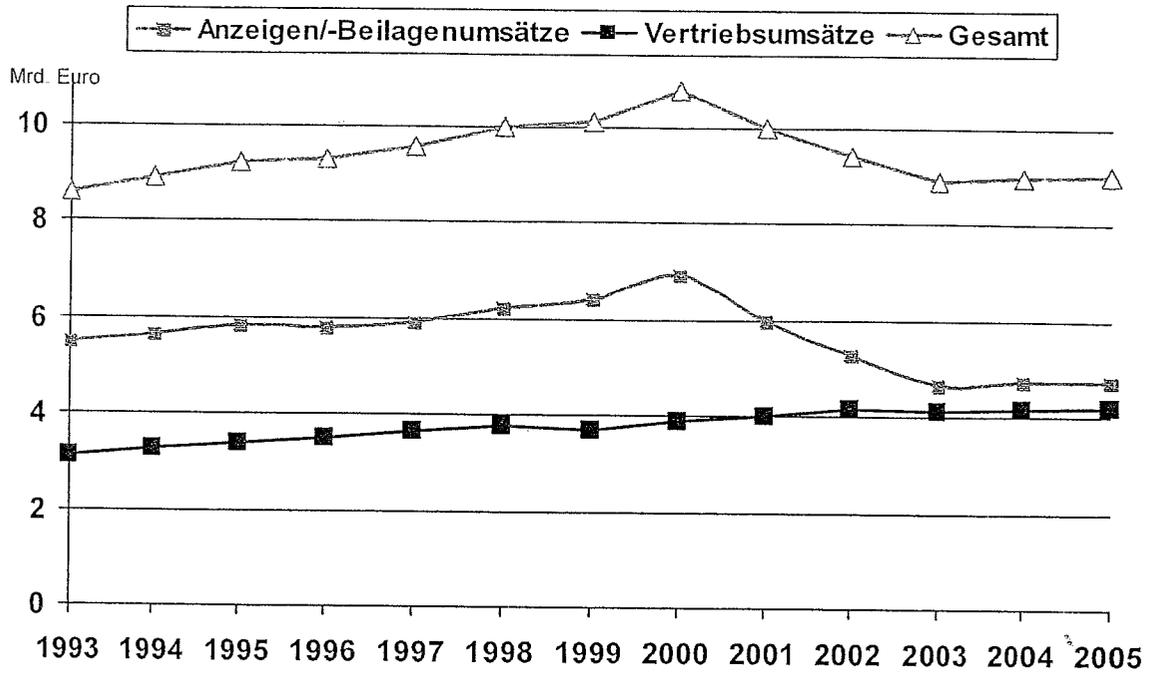
ab 1991*ABL und NBL



Netto-Anzeigen- und Vertriebsumsätze der Zeitungen 1973 - aktuell

BDZV





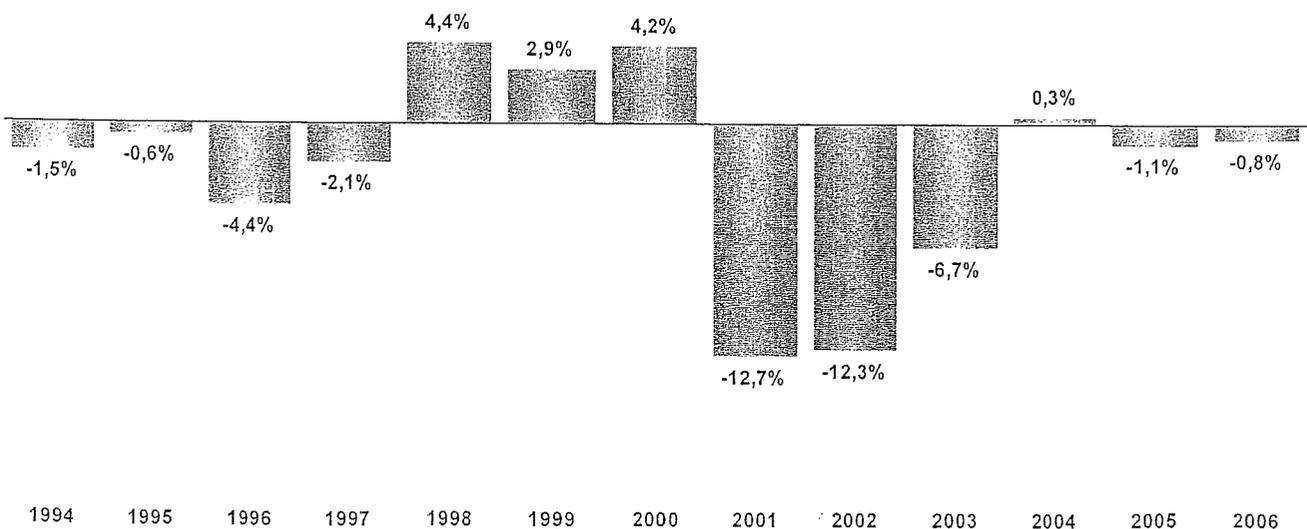
Quelle: BDZV-Umsatzerhebung

Anzeigenumfangs-Jahresstatistik 2006



Anzeigenumfänge:

Änderungen zum Vorjahr von 1994 bis 2006

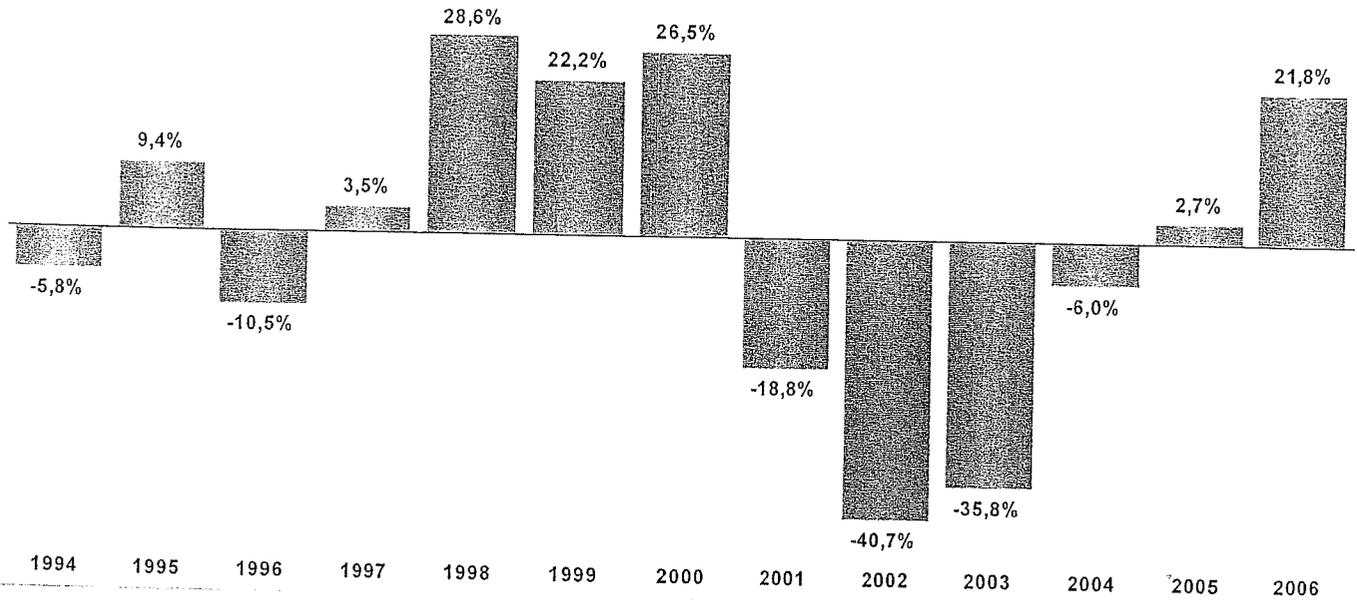


Anzeigenumfangs-Jahresstatistik 2006



Anzeigenumfänge Stellenanzeigen:

Änderungen zum Vorjahr von 1994 bis 2006

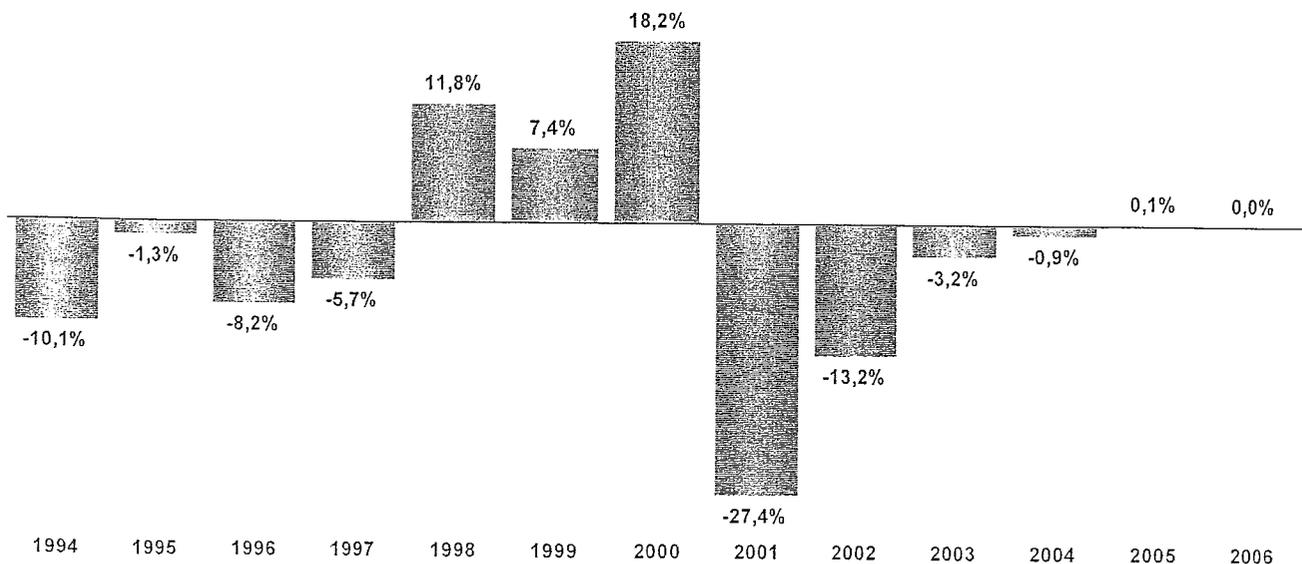


Anzeigenumfangs-Jahresstatistik 2006



Anzeigenumfänge Überregionale Anzeigen:

Änderungen zum Vorjahr von 1994 bis 2006



Frage 5: Welche Anzeigenblätter werden mit welcher Auflage von den Verlagen hergestellt?

Die 1.340.000 **Haushalte** (Angabe Statistisches Landesamt 2002) in Schleswig-Holstein werden mit einer Reihe **zeitungseigener Anzeigenblätter** versorgt, die zwar von Erscheinungsweise und Inhalt mit einer Tageszeitung nur bedingt verglichen werden können, aber auch – vor allem – lokale Informationen liefern:

Wochenspiegel (LN)	206.233 Expl.
Wochenspiegel am Sonnabend (LN)	139.794 Expl.
Schaufenster (LN)	48.635 Expl.
Delüx (LN)	22.000 Expl.
nord express (Segeberg)	83.468 Expl.
Hallo Sylt (sh:z)	18.000 Expl.
Förde Express (sh:z)	34.400 Expl.
Blickpunkt Stormarn (sh:z)	55.400 Expl.
Pinneberger tip	61.354 Expl.
Wedel-Schulauer-tip	25.985 Expl.
der Mittwoch am Samstag:	
- Ausgabe Pinneberg	38.047 Expl.
- Ausgabe Uetersen/Wedel	41.810 Expl.
Kieler Express	239.139 Expl.
Kieler Express am Wochenende	211.023 Expl.
Nord-Anzeiger (Boyens)	12.985 Expl.
Süd-Anzeiger (Boyens)	27.140 Expl.
Heider Anzeigenblatt (Boyens)	23.770 Expl.
Blickpunkt Elmshorn – Mi (Elmshorner Nachrichten)	69.626 Expl.
Blickpunkt Elmshorn – Sa (Elmshorner Nachrichten)	43.902 Expl.
UeNa-Tip	45.700 Expl.

Frage 6: Gibt es von Tageszeitungsverlagen unabhängige Anzeigenblätter in Schleswig-Holstein?

Nachstehend wird die große Anzahl der **nicht verlagseigenen**, konkurrierenden **Anzeigenblätter** aufgezeigt. Diese stehen nicht nur im Wettbewerb, untereinander und mit den verlagseigenen, sondern sie schmälern mit ihrem Werbeaufkommen insgesamt auch den Anteil der Tageszeitungen am Gesamtwerbeaufkommen. Die Zeitungen stellen sich diesem Wettbewerb.

Verbreitungsgebiet LN-Verlag

Basses Blatt	43.000 Expl.
der reporter	163.400 Expl.
Markt Mittwoch	102.300 Expl.
Markt Sonnabend	69.100 Expl.
Oldenburger Lütjenburger Kurier	26.500 Expl.
Strandblick	20.000 Expl.
Inside	20.000 Expl.
Urlaubskurier	75.000 Expl.
VIP Ostholstein + Plön	25.000 Expl.
Möwenpost	15.000 Expl.
Stadtzeitung	106.500 Expl.
Stormarner Wochenblatt	71.486 Expl.
Mölln aktuell	13.000 Expl.
Schwarzenbeker/Geesthachter/Büchener Anzeiger + Lauenburger	55.000 Expl.
Wochenend-Anzeiger	50.000 Expl.
Wir Schwartauer, TV Lübeck, Süd-Ostholsteiner Anzeiger	

Verbreitungsgebiet sh:z

Moin Moin	130.000 Expl.
Wochen Schau	170.000 Expl.
Hallo	268.000 Expl.
Sylter Spiegel	20.000 Expl.
Prima Sonntag	61.300 Expl.
Der Anzeiger	55.400 Expl.
NF-Palette	42.500 Expl.
Wochenanzeiger	64.000 Expl.

Verbreitungsgebiet Beig-Verlag

Holsteiner Allgemeine – Samstag	42.995 Expl.
Holsteiner Allgemeine - Mittwoch	69.655 Expl.

Verbreitungsgebiet Kieler Nachrichten

Prima Sonntag	62.000 Expl.
Wochenanzeiger	64.000 Expl.
Schaufenster – Gebiet Neumünster	64.000 Expl.
Hallo Rendsburg	53.000 Expl.
Hallo am Wochenende	39.000 Expl.
Heikendorfer Anzeiger	4.350 Expl.
Probsteier Bote	25.000 Expl.
Förde Kurier	25.000 Expl.

<u>Verbreitungsgebiet Segeberger Zeitung</u>	
Basses Blatt	43.000 Expl.
Umschau Kaltenkirchen	44.000 Expl.
Der Anzeiger	21.000 Expl.
Prima Sonntag	62.000 Expl.
<u>Verbreitungsgebiet Boyens-Medien</u>	
Frischer Wind	10.000 Expl.
<u>Verbreitungsgebiet Uetersen</u>	
Holsteiner Allgemeine – Mittwoch	69.655 Expl.
Holsteiner Allgemeine – Samstag	42.995 Expl.

Frage 7: Wie wird die Entwicklung von Gratiszeitungen in Schleswig-Holstein gesehen?

In den Jahren 1998 bis 2000 versuchten einige Unternehmen, darunter auch ausländische Konzerne, in Deutschland kostenlose Tageszeitungen zu etablieren. Schwerpunktstädte der „Markteinführung“ waren Köln, Berlin und Freiburg. Durch publizistische Abwehrstrategien der betroffenen Verlage konnte erreicht werden, dass die Produkte mangels wirtschaftlicher Entwicklungsfähigkeit wieder vom Markt genommen wurden. Juristisch bestehen keine Handlungsmöglichkeiten, da der BGH im November 2003 in letzter Instanz für Deutschland entschieden hat, dass Gratiszeitungen nicht wettbewerbswidrig und damit grundsätzlich zulässig seien.

Die deutschen Zeitungsverleger haben sich immer gegen die Einführung von Gratiszeitungen in Deutschland positioniert. Von kostenlosen Zeitungen geht nicht nur ein wirtschaftlicher, sondern auch ein publizistischer Schaden aus. Letztlich führen sie zu einer Gefährdung der gesellschaftspolitisch geforderten Pressevielfalt.

Gratiszeitungen stellen eine Bedrohung für den funktionierenden Markt dar, da sie nicht auf faire Weise mit anderen Publikationen um Leserinnen und Leser konkurrieren.

Frage 8: Welche Zeitungen haben in Schleswig-Holstein Vollredaktionen?

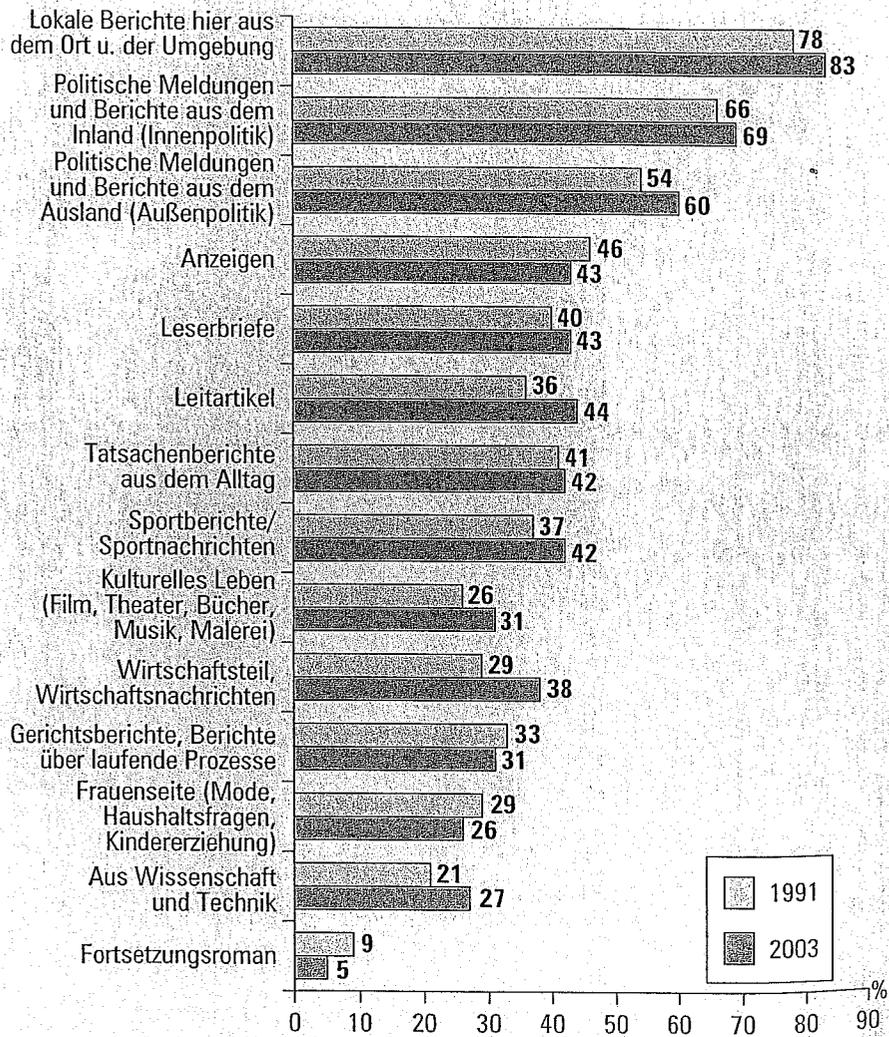
Boyens Medien
 Flensburg Avis
 Kieler Nachrichten
 Lübecker Nachrichten
 sh:z

Hierzu kommt die Berichterstattung des Hamburger Abendblattes (Vollredaktion), in den vorstehend (Frage 1) zur besseren Differenzierung dargestellten Teilaufgaben. Die Bergedorfer Zeitung, Elmshorner Nachrichten und Uetersener Nachrichten erhalten zudem ihre gemeinsame überregionale Berichterstattung von einer eigenständigen Mantelredaktion aus Hamburg, der A. Beig-Verlag (Pinneberger Tageblatt) erhält den Mantel vom sh:z.

Die Existenz dieser Vollredaktionen ist mehr als begrüßenswert. Es darf aber nicht vergessen werden, welche große Bedeutung vor allem der lokalen Berichterstattung zukommt. Dies zeigt die nachstehende Untersuchung zum Leseverhalten:

**Was in der Tageszeitung interessiert –
Vergleich 1991 und 2003**

Antwort auf die Frage: „... und das lese ich im Allgemeinen immer“ (Angaben in Prozent)



Mit 50 Lokalredaktionen kommen die schleswig-holsteinischen Zeitungsverlage diesem Interesse ihrer Leser und Kunden umfassend nach. Darüber hinaus wird auf die lokale Berichterstattung in den verlagseigenen wie verlagsfremden Anzeigenblättern verwiesen.

Frage 9: Welche Redaktionsdienste werden in den Verlagen zugekauft?

Die Inanspruchnahme von Redaktionsdiensten wird von den Verlagen individuell entschieden. Vertreten sind dabei:

AP
ddp
dpa
epd
SID

Frage 10: Welche Auswirkungen auf die Redaktionen und die fest angestellten und Freien Mitarbeiter hat die Ausgliederung von Teilen der Redaktion? Welche Vorteile ergeben sich durch die Ausgliederung? Wie sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tariflich abgesichert?

Die Ausgliederung von Betriebsteilen stellt üblicherweise einen Betriebsübergang nach § 613 a BGB dar. Dabei ist festgelegt, dass die ausgegliederten Mitarbeiter ihre tariflichen Rechte mitnehmen. Diese lassen sich innerhalb eines Jahres zu ihren Lasten nicht verändern. Auch nach Ablauf des Jahres ist die Veränderung grundsätzlich nur einvernehmlich möglich.

Änderungskündigungen stellen nur eine theoretische Möglichkeit dar, da sich eine soziale Rechtfertigung nur selten wird begründen lassen. Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts kann in die bestehenden Arbeitsrechtsverhältnisse nur in Ausnahmefällen durch eine Änderungskündigung eingegriffen werden.

Frage 11: Können Redaktionsstatute die innere Pressefreiheit und die Unabhängigkeit der Redaktionen stärken?

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten werde immer wieder deutlich, dass die Verlage weniger am Publizistischen als vielmehr an der Ertragskraft der Zeitung interessiert seien, behaupten Journalistenorganisationen. Damit die Zeitungen ihre öffentliche Aufgabe erfüllen könnten, müsste den Redakteuren per Vertrag oder Gesetz „Innere Pressefreiheit“ gewährt werden. Diese Behauptungen sind unzutreffend.

Tatsächlich hat „Innere Pressefreiheit“ mit der klassischen Pressefreiheit, die ja ausdrücklich Freiheit der Presse von „dritter Seite“ zum Inhalt hat, nichts zu tun. Es ist ein Suggestiv-Begriff, der die Weisungsfreiheit des Journalisten gewährleisten soll.

Redaktionsstatute, welche die Unabhängigkeit der Journalisten von Weisungen des Herausgebers / Verlegers / Chefredakteurs zementierten, ob durch

- a. Autorisierung des einzelnen Journalisten, seine individuelle Meinung ganz nach eigenem Gusto zu äußern, oder durch
- b. Abstimmung über redaktionelle Inhalte

würden dazu führen, dass die Zeitung keine „Linie“ mehr hätte. Überdies würden Leserwünsche unberücksichtigt bleiben. Die Zeitung würde inhaltlich veröden und das Unternehmensziel, nämlich die Herausgabe eines erfolgreichen Blattes, würde aufs Spiel gesetzt.

Die Redaktionsarbeit entzieht sich auch bei der Besetzung von Funktionsbereichen (Ressortleiter, Chefredakteur) „demokratischen“ Regelungen. Eine Übertragung der Prinzipien der Demokratie (insbesondere Abstimmungsmechanismen) auf den betriebsinternen täglichen Entstehungsprozess der Zeitung würde die Funktionsfähigkeit des Mediums beträchtlich beschränken, wenn nicht gar beseitigen.

Frage 12: Wird die Notwendigkeit gesehen, durch ein Redaktionsstatut die innere Pressefreiheit im Landespressegesetz zu verankern?

Nein. (s. Frage 11)

Frage 13: Welche Beteiligungen außerhalb von Schleswig-Holstein gibt es durch schleswig-holsteinische Zeitungsverlage?

Boyens Medien	an	Mecklenburger Blitzverlag (Anzeigenblatt)
Kieler Nachrichten	an	Nordkurier, Neubrandenburg
Lübecker Nachrichten	an	Ostsee-Zeitung, Rostock
sh:z	an	Schweriner Volkszeitung

Frage 14: Wird die Notwendigkeit gesehen, von Seiten des Landes weitere Maßnahmen zur Durchsetzung der Veröffentlichungspflicht von Beteiligungen (§ 7 Abs. 4 Landespressegesetz) zu ergreifen?

Nein. Eine für die freie demokratische Meinungsbildung notwendige Transparenz wird durch die allgemeine Impressumspflicht (Angaben des Namens und der Anschrift des Verlegers sowie des verantwortlichen Redakteurs) gewährleistet. So werden die meinungsbildenden Inhalte der Zeitungen im Einzelfall von den Redaktionen bestimmt. Dies führt z. B. bei Verlagen mit mehreren Zeitungstiteln dazu, dass die einzelnen Titel durchaus unterschiedliche Schwerpunkte in der politischen Berichterstattung und Ausrichtung setzen. Die Frage, wer an der Finanzierung des Unternehmens außer dem Verleger noch beteiligt ist, spielt hierbei in der Regel keine Rolle.

Die Beteiligungsverhältnisse der Zeitungen sind für jeden Interessierten jederzeit im Handelsregister einsehbar. Insoweit besteht hier auch kein Informationsdefizit für die Bevölkerung.

**Frage 15: Welche Konsequenzen ergeben sich aus sog. „Einzeitungskreisen“
a) für die Redaktionen
b) für die Leser?**

Es sollte nicht voreilig der Schluss gezogen werden, dass in einer Stadt oder in einer Region, wo nur eine Zeitung lokale bzw. regionale Nachrichten verbreitet, die Meinungsvielfalt jedenfalls hinsichtlich dieser Themen beeinträchtigt ist. Zeitungen sind schon aus wirtschaftlichen Gründen bestrebt, sich allen Bürgern unentbehrlich zu machen. Das aber lässt sich nur erreichen, wenn die Information unvoreingenommen und vielfältig und die Kommentierung fair in den Augen aller Leser ist.

Wissenschaftliche Untersuchungen in Deutschland haben gezeigt, dass Zeitungen, wenn sie eine solche Alleinstellung erlangt haben - zumeist dadurch, dass Konkurrenzzeitungen aus wirtschaftlichen Gründen ihr Erscheinen einstellen mussten -, verstärkt auf Vielfalt setzen und zwar im Nachrichten- wie im Meinungsteil (vgl. etwa Wolfgang Stofer, Auswirkungen der Alleinstellung auf publizistische Aussage der Wilhelmshavener Zeitung, 1975, Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber, Streitpunkt lokales Pressemonopol, 1976). Dahinter stehen vor allem wirtschaftliche und publizistische Erwägungen. So ist es tägliche „Geschäftsgrundlage“ der Zeitung, für eine möglichst große Zahl von Lesern interessante Nachrichten und Meinungen zu bündeln und dementsprechend auch in „Einzeitungskreisen“ eine breite Vielfalt abzubilden.

Frage 16: Welche Möglichkeiten werden gesehen, um dem Konzentrationsprozess in den schleswig-holsteinischen Printmedien entgegenzuwirken?

Die Wiedergabevielfalt bestehender Meinungen ist in Schleswig-Holstein gewährleistet (siehe oben). Die Abbildung der Vielfalt im Interesse ihrer Leser und Kunden ist bewährtes Geschäftsmodell der Verlage.

Solange die Marktmechanismen politisch und gesetzlich nicht behindert werden, ist ein die Vielfalt fördernder Wettbewerb gegeben. Allein dieser wird wirtschaftlich gesunden Verlagen erlauben, ihre Aufgabe langfristig und umfassend zu erfüllen.