

02.07.2019

Große Anfrage 13

der Fraktion der SPD

Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung

Mit den fünf Großen Anfragen der SPD-Fraktion in den Jahren 2003 (Große Anfrage 19, Drucksache 13/4110 vom 2. Juli 2003 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 13/5415 vom 5. Mai 2004), 2006 (Große Anfrage 3, Drucksache 14/1910 vom 10. Mai 2006 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 14/3156 vom 11. Dezember 2006), 2008 (Große Anfrage 21, Drucksache 14/7126 vom 30. Juni 2008 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 14/8531 vom 2. Februar 2009), 2011 (Große Anfrage 6, Drucksache 16/2906 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 15/4047 vom 15.02.2012) sowie 2016 (Große Anfrage 22, Drucksache 16/13053 und der Antwort der Landesregierung mit der Drucksache 16/14296) ist es gelungen, einen umfassenden Überblick über die Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen zu erhalten.

Die Demokratie braucht eine vielfältige Medienlandschaft. Dies gilt auch vor Ort in den Städten und Kreisen. Der von öffentlich-rechtlichen und privaten Radioanbietern geprägte Hörfunkmarkt in NRW spielt dabei eine ebenso wichtige Rolle wie die lokal seit vielen Jahrzehnten verwurzelten Zeitungsredaktionen.¹ In Studien wurde mehrfach auf die zentrale Funktion des Lokaljournalismus für die lokale Demokratie hingewiesen.²

Dass sich ändernde Nutzungsverhalten der Leserinnen und Leser führt zu einem immer stärkeren Wandel der Zeitungslandschaft. Die Auflagenerlöse von Regional- und Lokalzeitungen gehen zurück; die Werbeeinnahmen sinken. „Klassische“ Presserzeugnisse

¹ Zur aktuellen Situation des Radiomarktes in NRW sei auf die von der SPD-Fraktion eingereichte Große Anfrage (Drucksache 17/3846) und die Antwort der Landesregierung (Drucksache 17/5749) verwiesen.

² Dinter, Jan/Korte, Karl-Rudolf (i. E.): Bürger, Medien und Politik im Ruhrgebiet. Einstellungen – Erwartungen – Erklärungsmuster und Möhring, Wiebke (2015): Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft. Zum Forschungsstand Lokaljournalismus – unter besonderer Berücksichtigung von Nordrhein-Westfalen, LfM-Dokumentation Band 51.

Datum des Originals: 02.07.2019/Ausgegeben: 03.07.2019

wie Tageszeitungen haben immer öfter Schwierigkeiten bei der Finanzierung ihrer Lokalredaktionen. Onlinemedien wie Blogs oder Videos gewinnen auch im Lokalen an Bedeutung. Umstrukturierungen von Verlagen – aktuell etwa bei der Funke- und DuMont-Mediengruppe – trafen in den letzten Jahren vor allem Lokalredaktionen.

In folgenden Unterpunkten formulierte Fragen sollen Aufschluss über die Situation des Zeitungsmarktes und lokaljournalistischer Angebote in NRW geben:

- I. Zeitungslandschaft
- II. Redaktionen und Personal
- III. Wirtschaftliche Entwicklung
- IV. Maßnahmen zur Leser-Blattbindung
- V. Lokale Vielfalt
- VI. Redaktionelle Kooperationen
- VII. Sicherung der Zeitungsvielfalt
- VIII. Online-Angebote
- IX. Innovationen

I. Zeitungslandschaft

1. Wie viele Zeitungen und Zeitungsverlage gibt es in NRW und wie hat sich deren Zahl seit 2016 verändert?
2. Welche Auflagen und Marktanteile erzielen die Zeitungstypen Überregional-, Regional-/Lokal-Zeitungen, Boulevardzeitungen sowie Wochenzeitungen im Vergleich zu 2016 differenziert nach Abonnements- und Freiverkaufszahlen?
3. Welche Auflagentrends der einzelnen Zeitungstypen sind landesweit, aber auch in den einzelnen Regionen seit 2016 zu verzeichnen?
4. Wie entwickelt sich die E-Paper-Nutzung der Zeitungen in NRW?
5. Welche Rolle spielen auswärtige Zeitungen in NRW, welche Marktanteile halten sie, und wie haben sich ihre Auflagen seit 2016 entwickelt?
6. Welche Zeitungen werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in NRW gelesen? Gibt es hierbei Veränderungen zu den Erkenntnissen von 2016?
7. Welche Bedeutung spielen Tageszeitungen und Tageszeitungsverlage aus NRW außerhalb von NRW und wie hat sich deren Engagement außerhalb von NRW entwickelt?
8. Von wem – differenziert nach Alter, sozialen Milieus und Geschlecht – werden in NRW Tageszeitungen gelesen? Welche Veränderungen haben sich seit der Antwort der Landesregierung, Drucksache 16/13053, ergeben?
9. Welche ausländischen Zeitungen und Onlineredaktionen sind mit Redaktionsbüros bzw. Korrespondentinnen und Korrespondenten in NRW vertreten und gibt es hierbei Veränderungen zu 2016?

10. Welche Anzeigenblätter werden in Nordrhein-Westfalen veröffentlicht? (Mit der Bitte um Auflistung sowie unter Nennung der Herausgeberschaft)
11. Wie viele Journalistinnen und Journalisten, fest oder frei, mit Tarifvertrag oder ohne, sind bei Anzeigenblättern in NRW beschäftigt?

II. Redaktionen und Personal

12. Wie viele Personen sind in NRW – differenziert nach Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nach Geschlecht – bei Zeitungen und Zeitungsverlagen beschäftigt?
13. Welche Veränderungen ergeben sich im Vergleich zu der Antwort, Drucksache 16/13053, der Landesregierung?
14. Liegen der Landesregierung neue Erkenntnisse vor, unter welchen Arbeitsbedingungen in den Redaktionen nach folgenden Kriterien gearbeitet wird: Art des Beschäftigungsverhältnisses (Teilzeit-, Vollzeit-, Zeitarbeitsbeschäftigung), Zahl der Tarifangestellten, Volontärinnen und Volontäre, freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Zahl der eigenen Fotojournalistinnen und -journalisten sowie deren Bezahlung?
15. Gibt es im Vergleich zu 2016 neue Erkenntnisse zu Maßnahmen in den Redaktionen bezüglich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf?
16. Wie gestaltet sich die Organisationsstruktur der Redaktionen im Hinblick auf den Status der Vollredaktion bzw. der Erstellung journalistischer Inhalte in Zusammenarbeit mit externen Dienstleisterinnen und Dienstleistern?
17. Wie haben sich seit 2016 die Kooperationen von Verlagen im lokalen Bereich entwickelt?
18. Wo und in welchem Umfang existieren lokale Redaktionskooperationen, bei denen eine Redaktion federführend Inhalte für zwei Lokalteile liefert?
19. Wie ist der aktuelle Stand des Outsourcings von Redaktionen- bzw. Redaktionsleistungen im Vergleich zu 2016? Welche aktuellen Fälle sind der Landesregierung bekannt?
20. Liegen der Landesregierung Informationen zu internen und externen Weiterbildungsangeboten von Zeitungen und Verlagen und deren Nutzung durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insbesondere hinsichtlich crossmedialer Kompetenzen vor?
21. Liegen der Landesregierung aktuelle Erkenntnisse vor, wie viele Redakteurinnen und Redakteure einen Migrationshintergrund haben und wie sich diese auf die einzelnen Zeitungen und Tätigkeiten verteilen?
22. Wie ist es aktuell um die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses in NRW bestellt? (Bitte differenzieren nach der Ausbildungssituation in verlagseigenen Schulen und weiteren Ausbildungsstätten und nach Geschlecht.)

23. Wie ist es aktuell um die Ausbildungs- und Weiterbildungsträger des journalistischen Nachwuchses in NRW bestellt und wie bewertet die Landesregierung deren Entwicklung? (Mit der Bitte um Auflistung der Ausbildungs- und Weiterbildungsträger in NRW)
24. Mit welchem Ausbildungsstand bzw. welcher Qualifikation treten die Volontärinnen und Volontäre ihre Ausbildung in den verschiedenen Ausbildungsstätten an? (Bitte differenziert nach Geschlecht sowie Alter beantworten.)
25. Wie viele der Volontärinnen und Volontäre und mit welchem Abschluss werden in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen?
26. Welche Verlage in NRW bezahlen freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach den vereinbarten „Vergütungsregeln“ der Tarifparteien?
27. Wie gestaltet sich die gängige Praxis bei der Vergütung im Rahmen von Mehrfachnutzungen insbesondere bei lokalen Kooperationen?

III. Wirtschaftliche Entwicklung

28. Wie haben sich seit 2016 die relevanten Marktdaten (Auflagen, Erlöse, Anzeigenerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen usw.) für Zeitungsverlage entwickelt?
29. Gibt es in NRW im Vergleich zu den vorherigen Erhebungen Besonderheiten im Gegensatz zum Bundesgebiet?
30. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung hinsichtlich der Verteilung der Einnahmen von Zeitungen bzw. Verlagen im Hinblick auf Zeitungs-Abos, Direktverkäufen, weiteren Distributionskanälen, Werbung und sonstigen Geschäftsfeldern vor?
31. Wie ist das Verhältnis der wirtschaftlichen Erlöse von Print zu Online/Digital bei NRW-Verlagen verteilt, und wie bewertet die Landesregierung diese Zahlen?
32. Welche Verlage haben institutionelle Investoren bzw. welche haben ebensolche aufgenommen, und wie sieht die wirtschaftliche und auflagentechnische Entwicklung dieser Verlage im Gegensatz zu inhabergeführten Verlagen aus?
33. Wie gestaltet sich das Verhältnis von redaktionellen Anteilen zum Anteil der Anzeigen bei Tageszeitungen?
34. In welcher Form werden in Verlagen und Redaktionen Benchmarking-Systeme zur Messung redaktioneller Leistung eingesetzt?
35. Welche Rolle spielen Bürgerreporterinnen und Bürgerreporter bei NRW-Verlagen im Print- und Onlinebereich?

IV. Maßnahmen zur Leser-Blattbindung

36. Welche Rolle spielen Tageszeitungen in den verschiedenen Schulformen?
37. Mit welchen Initiativen versuchen Tages- und Wochenzeitungen Jugendliche innerhalb und außerhalb der Schule für die Zeitungslektüre zu gewinnen?
38. Welche verschiedenen Modelle zur Bindung ihrer Leserschaft verfolgen die Verlage bzw. Zeitungen nach Zielgruppen differenziert, und gibt es hierbei Veränderungen zu den Vorjahren?
39. Wie beurteilt die Landesregierung deren Wirksamkeit?
40. Welche Modelle zur Bindung der Leserschaft sind der Landesregierung darüber hinaus aus anderen Bundesländern oder anderen Ländern bekannt, und liegen Erkenntnisse zu deren Wirksamkeit vor?
41. Welche Verlage verfügen über Kanäle und Konten bei Videoportalen, wie YouTube/Vimeo, und welche Auswirkungen hat dies auf die Leser-Blatt-Bindung?

V. Lokale Vielfalt

42. Das Angebot an konkurrierenden Zeitungen mit lokaler Information in NRW ist seit Jahren rückläufig. Es entstehen örtliche Monopolgebiete im Zeitungsmarkt. Wie hat sich die Zeitungsvielfalt in NRW seit 2016 verändert?
43. Wie groß ist aktuell die Zeitungsdichte in NRW und den einzelnen Teilräumen im Vergleich zu den vorherigen Erhebungen?
44. Welche Redaktionsstandorte bzw. Lokalredaktionen sind von welchen Zeitungen seit 2016 aufgegeben worden und was waren die Gründe dafür?
45. Wie bewertet die Landesregierung diese Entwicklung?
46. Liegen der Landesregierung Erkenntnisse darüber vor, ob mit weiteren Verlusten bei der Zeitungsvielfalt zu rechnen ist und wenn ja, um welche Zeitungen es sich handelt?
47. Wie bewertet die Landesregierung die im Rahmen des „Zukunftsprogramms Funke 2022“ geplanten Maßnahmen mit Blick auf die Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen?
48. Wie bewertet die Landesregierung die Pläne der DuMont-Gruppe zum Verkauf ihrer Zeitungstitel?
49. Wie hat sich die Zeitungsvielfalt in NRW im Vergleich zu jener in anderen Bundesländern entwickelt?
50. Welche Möglichkeiten sieht die Landesregierung unter aktuellen Marktbedingungen, die Lokalredaktionen in NRW zu stärken, um den Markt zu stabilisieren?
51. Wie verhält sich die Redaktionsgröße von Zeitungen im Verhältnis zur Höhe der lokalen Auflage in NRW im Vergleich zu anderen Bundesländern? (Darstellung bitte exemplarisch anhand einer Teilregion.)

52. Welche redaktionellen Mindestumfänge besitzen Zeitungen gedruckt und als E-Paper in NRW und wie gestaltet sich hierbei das Verhältnis von Mantelteil zu Lokalteil?
53. Wie beurteilt die Landesregierung diese Sachverhalte und sind Unterschiede zu den Vorjahren erkennbar?
54. Welche „blinden Flecken“ hinsichtlich der thematischen Varianz in der Berichterstattung ergeben sich in NRW durch die Abnahme der Redaktionsdichte?
55. Welche Rolle spielen Anzeigenblätter im Rahmen lokaler Berichterstattung und welche wirtschaftliche Bedeutung haben diese für die Verlage?
56. Wie viele Fernsehsender mit lokalen Programminhalten haben seit 2016 in Nordrhein-Westfalen eine Lizenz beantragt und wie wurde in diesen Fällen entschieden?
57. An welchen Fernsehsendern in Nordrhein-Westfalen mit lokalen Programminhalten sind Zeitungsverlage beteiligt, wie hoch ist der jeweilige Anteil, und welche Veränderungen gibt es seit 2016?

VI. Redaktionelle Kooperationen

58. Wie bewertet die Landesregierung Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt WDR und Zeitungsverlagen und welche Erfahrungswerte gibt es hierzu aus anderen Bundesländern?
59. Haben seit 2016 redaktionelle oder in darüber hinausgehenden Tätigkeitsfeldern (z. B. Digital, Recherche, Wochenendbeilagen, Reise etc.) Kooperationen zwischen Zeitungsverlagen zugenommen? Wenn ja, welche? Und wie bewertet die Landesregierung diese?

VII. Sicherung der Zeitungsvielfalt

60. Welche Maßnahmen wurden seit 2016 in den EU-Mitgliedsstaaten zur Förderung von Zeitungsverlagen und speziell zur Förderung der Zeitungsvielfalt unternommen (Auflistung mit den jeweiligen Förderinstrumenten wie Mehrwertsteuerreduktion, Distributionsförderung, direkte Zuschüsse etc.)?
61. Gibt es in der Bundesrepublik Deutschland Veränderungen bei der Förderung von Zeitungsverlagen seit 2016?
62. Hält die Landesregierung die bestehenden Maßnahmen in Deutschland für ausreichend? Wenn ja, warum? Wenn nein, welche Initiativen zur Stärkung der Zeitungsvielfalt hält die Landesregierung für sinnvoll?
63. Welche weiteren Stiftungen zum Thema Journalismus/Journalismusförderung sind in NRW aktiv? Wer ist daran beteiligt, welche Ziele werden verfolgt, und wie ist deren Wirksamkeit zu bewerten?
64. Hält die Landesregierung die derzeit gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Zeitungen für ausreichend?

65. Wie bewertet die Landesregierung die derzeitige Entwicklung beim Presse-Grosso?
66. Hält die Landesregierung landes- und bundesrechtliche Bestimmungen zur Sicherung des Presse-Grossos für ausreichend?
67. Wie bewertet die Landesregierung Maßnahmen zur steuerlichen Subventionierung der Zeitungszustellung?

VIII. Online

68. Welche Online-Portale bzw. Onlinezeitungen und relevanten Blogs mit lokalen Nachrichten und Inhalten gibt es für NRW und wie ist deren wirtschaftliche Situation zu bewerten?
69. Welche Veränderungen gibt es im Vergleich zu 2016?
70. Welche der Onlineangebote finanzieren sich durch Spenden bzw. Stiftungen?
71. Welche Onlineportale werden in welchem Umfang durch Migrantinnen und Migranten in NRW genutzt?
72. Ist der Landesregierung bekannt, ob Betreiber von Online-Suchmaschinen, Portalen oder andere international engagierte Konzerne lokale Redaktionen betreiben, aufbauen oder zu übernehmen gedenken? Wenn ja, um welche Unternehmen handelt es sich?
73. Wie beurteilt die Landesregierung unter aktuellen Gesichtspunkten die Relevanz von Online-Portalen bzw. Online-Zeitungen mit lokalen Nachrichten?
74. Besteht aus Sicht der Landesregierung weiterer Bedarf zur Förderung dieser Art des Lokaljournalismus?
75. Welche Maßnahmen für den Online-Lokaljournalismus wurden von der Stiftung für Lokaljournalismus „Vor Ort NRW“ seit Gründung durchgeführt und wie sind diese zu bewerten?
76. Wie beurteilt die Landesregierung die Zukunftsaussichten der gedruckten Tageszeitungen in NRW im Wettbewerb mit anderen Medien?
77. Welche aktuellen Entwicklungen sind der Landesregierung zum Thema des „Paid Content“ bekannt, und welche Bezahlssysteme haben sich bei den NRW-Verlagen etabliert?

IX. Innovationen

78. Welche Verlage betreiben welche Multichannel-Strategien, und auf welchen verschiedenen Kanälen sind sie jeweils vertreten?
79. Welche Erfahrungen haben NRW-Verlage mit News-Aggregatoren/Online-Kiosken wie Blendle, pocketstory.de, ikiosk.de etc.?

80. Wie ist die Entwicklung und Relevanz von journalistischen Produkten der NRW-Verlage zu bewerten, die herausgelöst aus dem Zeitungskontext durch Einzelvermarktung „Unbundling/Debundling“ angeboten werden?
81. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Auswirkung von Adblockern bei NRW-Verlagen vor?

Thomas Kutschaty
Sarah Philipp
Michael Hübner
Alexander Vogt

und Fraktion