

UNTERRICHTUNG

durch die Landesregierung

**Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft
in Mecklenburg-Vorpommern 2013**

Inhalt

I.	Einleitung.....	3
II.	Allgemeines Mediennutzungsverhalten in Deutschland.....	3
III.	Mediennutzung in Mecklenburg-Vorpommern	
	Marktanalyse der vier Mediengattungen in Mecklenburg-Vorpommern	5
1.	Presse	5
1.1	Eigentumsverhältnisse	5
1.2	Auflagenentwicklung.....	8
1.3	Arbeitsplatzentwicklung/Unternehmensstruktur	9
2.	Hörfunk.....	9
2.1.	Marktsituation.....	10
2.2.	Eigentumsverhältnisse der privaten Hörfunkveranstalter	11
2.3.	Beschäftigungssituation	13
2.4.	Norddeutscher Rundfunk/NDR 1 Radio MV	13
3.	Fernsehen	14
3.1.	Eigentumsverhältnisse der privaten Regionalfernsehveranstalter	14
3.2.	Akzeptanz	16
3.3.	Beschäftigungssituation in 2013	17
3.4.	Norddeutscher Rundfunk/Nordmagazin	17
4.	Online.....	18
IV.	Diskussionsstand zur Medienlandschaft und Meinungsvielfalt in Mecklenburg-Vorpommern.....	19

I. Einleitung

Die Landesregierung legt 2013 zum dritten Mal nach 2009 und 2010 einen Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft in Mecklenburg-Vorpommern vor. Die nachfolgenden Informationen ergeben sich aus frei zugänglichen Berichtsquellen. Der Analyseschwerpunkt liegt insbesondere auf der Auswertung der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“. Mangels statistischer Angaben wurden einzelne Daten bei den Unternehmen auf Freiwilligkeitsbasis abgefragt. Dies ist in der Fußnote gekennzeichnet. Die Abfrage erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, wurde aber mit Daten der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, soweit vorhanden, abgeglichen. Stichtag der Handelsregisterauswertung ist der 01.09.2013.

II. Allgemeines Mediennutzungsverhalten in Deutschland

Zum Mediennutzungsverhalten in Deutschland wurde 2012 vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg eine Studie¹ erarbeitet, die sich wiederum maßgeblich auf die „TNS Infratest Studie“² im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien bezieht. Ziel war es unter anderem zu gewichten, welche Relevanz die Mediengattungen im Verhältnis zueinander haben. Bei der Gewichtung der vier Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Print und Internet zueinander liegt das Fernsehen mit 40 % klar vorn gefolgt von Tageszeitung (22 %), Hörfunk (18 %) und Internet (17 %). Im Vergleich zu 2009 hat sich der Internet-Anteil erhöht, während der der Tageszeitung gesunken ist.³ Bei diesen Aussagen sind jedoch zwei Indikatoren zu beachten: Welche Rolle soll die jeweilige Mediengattung erfüllen? Wie alt ist der Nutzer, die Nutzerin? Bezüglich der Rolle der Mediengattung ist für alle Alterskohorten übergreifend festzustellen, dass für die politische Meinungsbildung das Fernsehen das wichtigste Medium ist, gefolgt von Zeitung, Radio und Internet. Für Informationen aus der Region rangiert klar die Zeitung vor dem Fernsehen.⁴

Insgesamt gesehen bleibt die Mediennutzung in allen Mediengattungen hoch: Die Basisdaten der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, die alle fünf Jahre erhoben werden, verzeichnen in ihrer letzten Erhebung 2010 keine Veränderungen im Nutzungsverhalten beim Fernsehen (220 Min/Tag), aber deutlich rückläufige Tendenzen beim Hörfunk (187 Min/Tag) und den Tageszeitungen (23 Min/Tag). Die Mediennutzung des Internets dagegen nimmt seit 2000 überproportional zu (83 Min/Tag). Damit steht in der Mediennutzung Fernsehen weiterhin an erster Stelle, gefolgt von Hörfunk, Internet und Tageszeitungen.⁵

¹ Hasebrink, Uwe/ Schmidt, Jan-Hinrik: Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Hamburg, Juni 2012 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 24) in: Media Perspektiven, 1/2013

² Relevanz der Medien für die Meinungsbildung. Empirische Grundlagen zur Ermittlung der Wertigkeit der Mediengattungen bei der Meinungsbildung, TNS Infratest MediaResearch 2011, Onlineabruf vom 01.09.2013 www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/Medienskonzentration.pdf

³ Hasebrink/Schmidt, S. 2 - 3

⁴ Hasebrink/Schmidt, S. 4

⁵ Media Perspektiven Basisdaten 2012, S. 66 (Analysen auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation)

Im Direktvergleich aller vier Medien hinsichtlich der verschiedenen Nutzungsmotive wie Entspannung, Informationen, Spaß, Gewohnheit und Kommunikation kann das Medium Internet seit dem Jahr 2000 enorme Zuwächse verzeichnen⁶. Diese befinden sich zwar im Vergleich zu den klassischen Medien auf niedrigem Niveau, dafür aber haben sich die Zuwachszahlen teilweise vervierfacht. So ist die Tageszeitung zwar nach wie vor bezüglich der Informationsfunktion mit 32 % auf dem ersten Platz (dicht gefolgt vom Internet mit 29 %), hat aber auf diesem Platz in den letzten fünf Jahren vier Prozentpunkte verloren, während das Internet im gleichen Zeitraum 11 Prozentpunkte zulegen konnte. Dies betrifft die Alterskohorte ab 14 Jahre.⁷

Überhaupt hat sich die Lage für die Tageszeitungen in Deutschland im letzten Jahrzehnt stark geändert. Alle Zeitungen und Zeitschriften haben mit stetigem Rückgang der Verkaufszahlen zu kämpfen⁸: Die Zahl der publizistischen Einheiten in Deutschland ging insgesamt weiter zurück (2001: 136, 2012: 130)⁹, die Auflagen sanken im ersten Quartal 2013 im Vergleich zum ersten Quartal 2012 erneut um fast 4 % und auch die Gesamterlöse der Zeitungen weisen im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 3,3 % auf. Davon betroffen sind auch die Anzeigen und Beilagen, die ein Minus von 9 % aufweisen¹⁰. Die „Frankfurter Rundschau“ (Insolvenz 10/2012, seitdem zur „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ gehörend) brach um mehr als ein Viertel ein. Die „Welt“ verlor ca. 8 %, die „FAZ“ knapp 5 %, die „Süddeutsche Zeitung“ 2,6 %. Größter Verlierer ist die „BILD“-Zeitung mit einem Verlust von etwas mehr als 8 % im ersten Quartal 2013 im Vergleich zum ersten Quartal 2012. Einzig die Wochenzeitung „ZEIT“ konnte dank der ePaper-Verkäufe ein leichtes Plus im Auflagenverkauf verzeichnen.¹¹

Generell ist festzustellen, dass die Grenzen zwischen bisher klar abgrenzbaren Diensten der Massenkommunikation und der Individualkommunikation verschwimmen. Das Gleiche gilt auch für primär informierende und auf Unterhaltung ausgerichtete Angebote.¹²

⁶ Media Perspektiven 3/2012, S. 133 (Analysen auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massen Kommunikation)

⁷ Ebd. 135 (hier: Nutzungsmotiv „weil ich mich informieren möchte“)

⁸ DER SPIEGEL Nr. 32/5.8.2013, S. 56 ff

⁹ Media Perspektiven Basisdaten 2012, S. 47

¹⁰ alle Zahlen: epd medien, Nr.27/05.07.2013 S. 10

¹¹ alle Zahlen: epd medien aktuell, Nr. 76a/22.04.2013

¹² Hasebrink/ Schmidt, S.2

III. Mediennutzung in Mecklenburg-Vorpommern Marktanalyse der vier Mediengattungen in Mecklenburg-Vorpommern

1. Presse

In Mecklenburg-Vorpommern gibt es neben Nachrichtenagenturen¹³, die mit Landesdiensten bzw. Korrespondentenbüros vertreten sind, drei regionale Tageszeitungen und insgesamt 35 Lokalausgaben.¹⁴ Darüber hinaus sind bundesweite Zeitungen sowie zahlreiche Anzeigenblätter vorhanden. Teilweise beinhalten auch die Amtsblätter der Gemeinden redaktionelle Informationen. Dies bleibt im Folgenden unberücksichtigt.

Im östlichen Teil des Bundeslandes erscheint der "Nordkurier" (NK), der neben einer gemeinsamen Mantelausgabe mehr als ein Dutzend unterschiedliche Lokalausgaben anbietet. Die Hauptredaktion hat ihren Sitz in Neubrandenburg. Lokalredaktionen befinden sich in Anklam, Demmin und Ueckermünde, Malchin und Teterow für die Mecklenburgische Schweiz, Altentreptow, Neubrandenburg, Neustrelitz, Pasewalk, Prenzlau, Templin und Waren (Müritz).

Der Norden Mecklenburg-Vorpommerns von der Region Grevesmühlen über Rostock bis zu den Inseln Rügen und Usedom gehört zum Erscheinungsbereich der "Ostseezeitung" (OZ). Ihr Hauptsitz befindet sich in Rostock. Auch diese Tageszeitung bietet ihren Lesern neben dem zentral erscheinenden Mantel 11 verschiedene Lokalausgaben an. Redaktionen gibt es in Bad Doberan, Bergen (Rügen), Greifswald, Grevesmühlen, Grimmen, Güstrow, Ribnitz-Damgarten, Rostock, Stralsund, Wismar und Zinnowitz (Region Usedom-Peene).

Die "Schweriner Volkszeitung" (SVZ) erscheint im westlichen Mecklenburg. Die Hauptredaktion befindet sich in Schwerin. Zur SVZ gehören 10 (+1¹⁵) Lokalausgaben. Lokalredaktionen gibt es in Bützow, Gadebusch, Güstrow, Hagenow, Ludwigslust, Lübz, Parchim, Perleberg, Schwerin, Sternberg und Rostock. Die Ausgabe Rostock erscheint unter dem Titel "Norddeutsche Neueste Nachrichten".¹⁶ Für überregionale Nachrichten hatte bis zur Jahresmitte 2013 der Zeitungsverlag Schwerin zusammen mit dem Neubrandenburger Kurierverlag die „mv:m redaktion gmbh“ betrieben. Diese im Oktober 2008 gegründete Mantelredaktion wurde aufgelöst.¹⁷ Die Ostseezeitung und die Lübecker Nachrichten lassen die überregionalen Inhalte weiterhin von einem gemeinsamen Unternehmen, der „RSG Redaktions Service GmbH & Co. K“, produzieren.

1.1 Eigentumsverhältnisse

Die Eigentumsverhältnisse an den Regionalzeitungen und Anzeigenblättern stellen sich wie folgt dar:

¹³ Dazu gehören die Deutsche Presseagentur (dpa) sowie der Evangelische Pressedienst (epd) jeweils mit Redaktionen in Schwerin und Greifswald.

<http://www.dpa.de/dpa-deutschland.29.0.html> und <http://www.epd.de/landesdienst/nord/frontpage>

¹⁴ Media Perspektiven 11/2012, S. 599

¹⁵ Die Ausgabe Perleberg trägt die Bezeichnung "Der Prignitzer". Ihr Erscheinungsbereich gehört bereits zum Bundesland Brandenburg.

¹⁶ Media Perspektiven 11/2012, S. 599

¹⁷ KIEK AN!, Mitgliederjournal des DJV-Landesverbandes Mecklenburg-Vorpommern, 2/13 S. 7 und epd medien 08/13

Tabelle 1: Regionalzeitungen mit Anzeigenblättern

Titel	Herausgeber
Ostsee-Zeitung	Ostsee-Zeitung GmbH & Co. KG ¹⁸ : <u>Geschäftsführer:</u> Thomas Ehlers <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Ostsee-Zeitung VerwaltungsGmbH, <u>Kommanditist:</u> 100 % Lübecker Nachrichten GmbH ¹⁹
Ostsee-Anzeiger ²⁰	MV Media GmbH & Co. KG: 100 % Ostsee-Zeitung ²¹
Rostocker Sonntag ²²	MV Media GmbH & Co. KG: 100 % Ostsee-Zeitung
Nordkurier	Kurierverlags GmbH & Co. KG Neubrandenburg ²³ : <u>Geschäftsführung:</u> Lutz Schumacher <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Kurierverlag VerwaltungsGmbH <u>Kommanditisten:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 33,3 % Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG GmbH & Co. • 33,3 % Presse-Druck und Verlags-GmbH (Augsburger Allgemeine) • 33,3 % Schwäbischer Verlag KG Drexler (Schwäbische Zeitung)
Anzeigenkurier ²⁴	Kurierverlags GmbH & Co. KG Neubrandenburg
Schweriner Volkszeitung	Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co KG ²⁵ : <u>Geschäftsführer:</u> Andreas Gruczek ²⁶ <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Zeitungsverlag Schwerin Geschäftsführungs-GmbH <u>Kommanditist:</u> 100 % medienholding:nord GmbH (Flensburger Tageblatt)
Norddeutsche Neueste Nachrichten ²⁷	100 % Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co KG
express ²⁸	Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co KG
Express zum Wochenende ²⁹	Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co KG

¹⁸ HRA 438 AG Rostock, vom 12.07.2011

¹⁹ Die Verlagsgruppe Madsack, als Miteigentümer der Lübecker Nachrichten GmbH, die die bisher von Springer gehaltenen Anteile der Ostsee-Zeitung übernommen hat, hält nun 5,2 % am Gesamtmarkt der Tageszeitungen in Deutschland und ist damit auf Platz 5 (aus: Media Perspektiven Basisdaten 2012 S. 51 und 53: Platz 8 in 2008, Platz 6 in 2010).

²⁰ erscheint in Ribnitz-Damgarten, Rügen, Stralsund/Grimmen, Greifswald/Usedom/Peene, Grevesmühlen/Wismar, Rostock, Bad Doberan

²¹ Impressumabruf vom 01.08.2013: <http://www.ostseeanzeiger.de/>

²² Sonntagsausgabe des Ostsee-Anzeigers

²³ HRA 25 AG Neubrandenburg vom 16.12.2010

²⁴ erscheint in Neubrandenburg/Neustrelitz/Altentreptow, Waren/Röbel/Malchow, Pasewalk/Ueckermünde, Anklam/Greifswald/Gützkow, Wolgast/Usedom, Malchow/Teterow/Demmin, Uckermark

²⁵ HRA 8 AG Schwerin vom 07.03.2013

²⁶ <http://www.svz.de/abschlussmenu/impressum.html>, Impressumabruf am 01.08.2013

²⁷ erscheint in Rostock

²⁸ Rostocker Express, Nordwest Express, Elbe Express, Dosse Express, Sternberger Express, Schweriner Express, Prignitzer Express, Elde Express, Güstrower Express

²⁹ erscheint sonntags in Schwerin

Tabelle 2: Selbstständige Anzeigenblätter

Titel	Herausgeber
Der Stadt-ANZEIGER ³⁰	Städte-Anzeiger Verlagshaus e.K., <u>Verantwortlich:</u> Frank-Andreas Jütte ³¹
der reporter ³²	Balticum Verlagsgesellschaft und Werbeagentur GmbH ³³ <u>Geschäftsführer:</u> Uwe Muchow
Warnow Kurier ³⁴	BVZ Anzeigenzeitungen GmbH ³⁵ <u>Geschäftsführer:</u> Michael Braun, Stefan Hilscher, Jens Kauerauf <u>Gesellschafter:</u> ●Berliner Verlag GmbH & Co. KG <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> ●BVZ Berliner Verlag GmbH <u>Kommanditist:</u> BVZ Deutsche Zeitungsholding GmbH
Blitz ³⁶	Mecklenburger Blitz Verlag und Werbeagentur GmbH & Co. KG ³⁷ <u>Geschäftsführer:</u> Ralph Kohnen <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Mecklenburger Blitz Verwaltungs GmbH <u>Kommanditisten:</u> ●Boyens Medien BeteiligungsGmbH & Co. KG ●Kurierverlag GmbH & Co. KG ●MV Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG ●Pressestiftung Flensburg ●Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co. KG
Schweriner Kurier ³⁸	WPM-Werbepartner GmbH Schwerin ³⁹ <u>Geschäftsführerinnen:</u> Sandra Mertens, Rebecca Schenkelberg
Südwest-Mecklenburger Rundschau	Delego Wirtschaftsverlag <u>Inhaber:</u> Detlev Lüth ⁴⁰
Markt Wismar ⁴¹	Prima Druck & Verlag GmbH & Co. KG, Ratzeburg ⁴² <u>Geschäftsführer:</u> Friedrich Bork ⁴³
Hallo Nachbar ⁴⁴	Prima Druck & Verlag GmbH & Co. KG, Ratzeburg

³⁰ erscheint in Rostock, Wismar, Güstrow

³¹ HRA Rostock 1961 vom 15.02.2010

³² Bad Doberan; außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns: Neustadt, Eutin, Timmendorfer Strand, Plön/Preetz, Fehmarn, Oldenburg

³³ HRB 538 OL AG Lübeck vom 14.06.2011

³⁴ erscheint in Rostock

³⁵ HRB 78708 B AG Charlottenburg vom 03.05.2013

³⁶ Vier Tore Blitz, Mecklenburg-Strelitz Blitz, Uecker-Randow Blitz, Wismarer Blitz, Grevesmühlener Blitz, Mecklenburger Blitz, Schweriner Blitz, Ludwigsluster Blitz, Parchimer Blitz, Rostocker Blitz, Bad Doberaner Blitz, Bodden Blitz, Stralsunder Blitz, Rügen Blitz, Vorpommern Blitz, Greifswalder Blitz, Peene Blitz, Demminer Blitz, Müritzer Blitz

³⁷ HRA 1059 AG Neubrandenburg vom 23.05.2013

³⁸ erscheint im Großraum Schwerin

³⁹ HRB 8820 Schwerin vom 02.08.2011

⁴⁰ Impressumabruf vom 10.08.2013: <http://www.delego-verlag.de>

⁴¹ außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns: Ahrensburg, Bad Oldesloe, Bargtheide, Mölln, Ratzeburg, Trittau, Hamburg Eidelstedt, Hamburg Volksdorf

⁴² HRA 1139 RZ Lübeck vom 05.03.2013

⁴³ Impressumabruf vom 13.08.2013: <http://www.hallo-nachbar-online.de>

1.2 Auflagenentwicklung

Die Auflagedichte bei den Lokalzeitungen, wie in Tabelle 3 dargestellt, geht im Vergleich zu den Vorjahren kontinuierlich zurück. Damit bestätigt sich ein seit 1996 anhaltender Trend. Die Auflage der Anzeigenblätter, die zu über 80 % zu den regionalen Tageszeitungen gehören, ist dagegen auch bundesweit seit 1995 weitestgehend stabil geblieben.⁴⁵ Das Anzeigenblatt ist ein starkes lokales Medium, da es bedarfsnah jeden Haushalt erreicht. Gerade der regionale und lokale Einzelhandel positioniert sich darüber.⁴⁶

Tabelle 3: Auflagenentwicklung der regionalen Tagespresse mit ePaper⁴⁷

Auflagenentwicklung	Nordkurier	Ostseezeitung	Schweriner Volkszeitung
Verkaufte Auflage II. Quartal 2013	82.431 Expl.	141.718 Expl.	90.914 Expl.
Verkaufte Auflage II. Quartal 2012	85.322 Expl.	145.511 Expl.	92.196 Expl.
Entwicklung	-2.891 Expl. -3,39 %	-3.793 Expl. -2,61 %	-1.282 Expl. -1,39 %

Tabelle 4: Entwicklung der Anzeigenblätter der einzelnen regionalen Tageszeitungen⁴⁸

Anzeigenblätter in Stück/Exemplare	Nordkurier	Ostseezeitung	Schweriner Volkszeitung
Auflage 2013	323.050 Expl.	398.650 Expl.	keine Zahlen
Auflage 2012	322.832 Expl.	398.650 Expl.	keine Zahlen
Entwicklung	+218 Expl. +0,07 %	+/- 0 +/-0,00 %	

⁴⁴ Parchim, Waren; außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns: Glinde, Neumünster, Schwarzenbek, Norderstedt

⁴⁵ Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA), Stand: jeweils 1. Januar des laufenden Jahres, Onlineabruf vom 02.09.2013 www.mediendaten.de/index.php?id=print-anzeigeblaetter

⁴⁶ Friebel, Guido. Werbung und Infos aus der Region. In: www.new-business.de/data/2011

⁴⁷ geprüft nach IVW = Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Onlineabruf vom 09.09.2013 <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid>

⁴⁸ geprüft nach ADA = Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter (Träger: BVDA) „Kernstück der Kontrolle ist die genaue Prüfung der Belieferung und der Entgelte für die Zusteller. Ausgehend vom (...) Interesse des Verlags, Entgelte nur für wirklich verteilte Exemplare zu bezahlen, lässt sich über die Entgeltsumme die tatsächlich verteilte Auflage feststellen.“, Onlineabruf vom 09.09.2013 <http://www.bvda.de/der-bvda/adaauflagenkontrolle.html>

1.3 Arbeitsplatzentwicklung/Unternehmensstruktur

Die Zahl der in Presseunternehmen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sank im Zeitraum 2004 bis 2007 um fast 14 %⁴⁹. Durch das Outsourcing von Redaktionen ist die Tarifbindung zahlreicher Mitarbeitender entfallen.

Tabelle 5: Arbeitsplatzentwicklung in den einzelnen regionalen Verlagshäusern⁵⁰

Arbeitsplatzentwicklung	Nordkurier	Ostseezeitung	Schweriner Volkszeitung ⁵¹
redaktionelle Mitarbeiter 2013 (mit Volontären)	123 Mitarbeiter	100 Mitarbeiter	82 Mitarbeiter
redaktionelle Mitarbeiter 2012 (mit Volontären)	114 Mitarbeiter	97 Mitarbeiter	80 Mitarbeiter
Entwicklung	+9 Mitarbeiter +7,89 %	+3 Mitarbeiter +3,10 %	+2 Mitarbeiter +2,50 %
gesamt 2013 (ohne Zusteller)	323 Mitarbeiter	338 Mitarbeiter	174 Mitarbeiter
gesamt 2012 (ohne Zusteller)	333 Mitarbeiter	340 Mitarbeiter	167 Mitarbeiter
Entwicklung	-10 Mitarbeiter -3,00 %	-2 Mitarbeiter -0,60 %	+7 Mitarbeiter +4,19 %

2. Hörfunk

In Mecklenburg-Vorpommern werden neben den Programmen des Norddeutschen Rundfunks (NDR) und des Deutschlandradios (DLR) mit ANTENNE MV und Ostseewelle HIT-RADIO MV zwei landesweite private Hörfunkangebote gesendet. Darüber hinaus ist der bundesweite Hörfunkanbieter „Klassik Radio“ mit seinem Programm in den Städten Schwerin, Stralsund und Wismar empfangbar. Das kommerzielle Lokalradio „103,3 - Ihr Lokalradio“ wird in der Region Fischland-Darß-Zingst verbreitet. In Rostock wird das nichtkommerzielle Radioprogramm des „Lokalradios Rostock“ (LOHRO) angeboten. Radio TEDDY ist in Schwerin - mit dem programmlichen Schwerpunkt Kinder und Familie - empfangbar.

In den Regionen Neubrandenburg, Malchin und Greifswald sendet der Offene Kanal „NB Radiotreff 88,0“ mit seinen Außenstellen Radio 98eins (Greifswald) sowie Studio Malchin in Trägerschaft der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV).⁵²

⁴⁹ Landesrundfunkzentrale (jetzt: Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern), Medienwirtschaft, S. 36

⁵⁰ nach Angaben der Controlling-Abteilungen der einzelnen Verlagshäuser

⁵¹ Zahlen für gesamte Verlagsgruppe „medienhaus: nord“ mit Prignitzer Zeitung

⁵² Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV), www.medienanstalt-mv.de/medienkompetenz/o.k./html Onlineabruf vom 04.09.2013

2.1. Marktsituation

Die Mediaanalyse erfasst in Mecklenburg-Vorpommern nur die mindestens landesweiten Programme. Es werden Tagesreichweiten, Marktanteile, Hördauer u.a. jeweils für Montag bis Freitag bzw. Montag bis Sonntag und gestaffelt nach Alter der Zielgruppe erhoben. Die Daten werden von der Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse e.V. (ag.ma) zweimal im Jahr erhoben und nur an die teilnehmenden Unternehmen versandt.⁵³ Sie sind daher nur über die Pressemitteilungen dieser Unternehmen bzw. Internetseiten der Werbevermarkter zugänglich. Jeder Sender verwendet die für ihn günstigsten Einzeldaten.

Laut der Erhebung II 2013 (hier ausgewertet für Mecklenburg-Vorpommern) liegt Ostseewelle HIT-RADIO MV auf Platz eins der „Hörergunst“, gefolgt von ANTENNE MV und NDR 2. Betrachtet man jedoch den Zuwachs der Hörer in der Durchschnittsstunde dreht sich das Bild: NDR 2 und ANTENNE MV liegen mit Gewinnen von 36 % bzw. 16 % deutlich vor Ostseewelle HIT-RADIO MV mit einem Gewinn von 14 % an Hörern in der Durchschnittsstunde im Vergleich zum Vorjahr 2012.⁵⁴

Hinsichtlich der Marktanteile haben viele landesweite Radiosender Mecklenburg-Vorpommerns leichte bis deutliche Verluste im Vergleich zu 2010 zu verzeichnen. Einzig N-Joy Radio und die Ostseewelle MV können ein leichtes Plus am Marktanteil vorweisen.

Tabelle 6: Gegenüberstellung der Marktanteile Montag bis Sonntag⁵⁵:

Sender	Marktanteil 2010	Marktanteil 2012 ⁵⁶
Antenne MV	17,1 %	16,4 %
NDR 1 Radio MV	32,2 %	27,9 %
NDR gesamt in Mecklenburg-Vorpommern	49,3 %	42,0 %
Ostseewelle	29,3 %	30,2 %

⁵³ Die veröffentlichten Daten beziehen sich auf Werbetreibende. <https://www.agma-mmc.de/media-analyse/radio.tml>

⁵⁴ Media-Analyse 2013:

- a) www.radioszene.de/50405/ma-die-zahlen-sind-da (mit Berücksichtigung der Werbeeinnahmen),
Onlineabruf vom 09.08.2013
c) <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/medienmessung/radio-messung/ma-radio/ma-2013-ii>

⁵⁵ ALM Jahrbuch 2012/2013 S. 144 ff bzw. S. 211 Programme ab 0,5 Prozent Reichweite im Gebiet 2012, Marktanteil an der Hördauer, Quelle: RMS, MA 2011 Radio II, MA 2012 Radio II

Die Mediaanalyse erfasst in Mecklenburg-Vorpommern Tagesreichweiten, Hördauer und Marktanteile jeweils für Montag bis Sonntag, gestaffelt nach Alter der Zielgruppe

⁵⁶ Für diese Bezugsgröße sind für 2013 keine veröffentlichten belastbaren Zahlen verfügbar, da der zeitliche Bezugsrahmen nicht mehr von Montag-Sonntag, sondern von Montag-Freitag erfasst wird. Dadurch sind seriöse Vergleiche zwischen 2012 und 2013 nicht möglich.

Insgesamt liegt der Radiokonsum in Mecklenburg-Vorpommern deutlich über dem des Bundesdurchschnitts. Während im Allgemeinen die Hördauer bei 187 Minuten pro Tag liegt, erreicht unser Bundesland einen Wert von 221 Minuten pro Tag.⁵⁷ Die Tagesreichweite der privaten Radiosender liegt bei 50,5 %, während die NDR-Wellen 47,1 % erreichen.

2.2. Eigentumsverhältnisse der privaten Hörfunkveranstalter

Die Eigentumsverhältnisse an den Hörfunkveranstaltern stellen sich wie folgt dar:

Tabelle 7:

Sender	Lizenznehmer
Antenne Mecklenburg-Vorpommern	Antenne Mecklenburg-Vorpommern GmbH & Co KG ⁵⁸ : <u>Geschäftsführer:</u> Robert Weber <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> MV VerwaltungsGmbH, Plate (AG Schwerin HRB 8323) <u>Kommanditisten</u> ⁵⁹ : <ul style="list-style-type: none"> ● ASTRATEL Radio- und Television-Beteiligungsgesellschaft mbH, München ● Bölkow, Ludwig ● Evangelisches Medienhaus GmbH, Leipzig ● Gienke, Hans-Ulrich ● REGIOCAST GmbH & Co., Kiel ● St. Benno Buch- und Zeitschriftenverlagsgesellschaft mbH, Leipzig
Ostseewelle Hit-Radio Mecklenburg-Vorpommern	Privatrado Landeswelle Mecklenburg-Vorpommern GmbH & Co. StudiobetriebsKG ⁶⁰ : <u>Geschäftsführer:</u> Tino Sperke <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Privatrado Landeswelle Mecklenburg-Vorpommern VerwaltungsGmbH <u>Kommanditisten:</u> <ul style="list-style-type: none"> ● Burda Broadcast Media Baden-Württemberg GmbH & Co. KG, Offenburg und München ● Studio Gong München GmbH & Co. Studiobetriebs KG ● Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG ● Evangelischer Presseverband für Mecklenburg e.V. ● PrimaCom Berlin GmbH ● Brüning, Hans-Jochen ● Dr. Giersberg, Michael Wilhelm ● Kruse-Brüning, Andrea ● Schult, Jochen ● Stracke, Sylvia

⁵⁷ ALM Jahrbuch 2012/2013 S. 144 bzw. 212

⁵⁸ HRA 2031 AG Schwerin vom 21.02.2013

⁶⁰ HRA 1453 AG Schwerin vom 15.05.2013

Sender	Lizenznehmer
103,3-Ihr Lokalradio (ehemals: FDZ) ⁶¹	ELVG Europäische Lokalradio Verwaltungsgesellschaft mbH ⁶² : <u>Geschäftsführer:</u> Marcus Hoffmann Alleingesellschafter: Marcus Hoffmann
Klassik Radio ⁶³	Klassik Radio GmbH & Co. KG ⁶⁴ <u>Geschäftsführer:</u> Ulrich R. J. Kubak ⁶⁵ <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Klassik Radio GeschäftsführungsGmbH, <u>Kommanditist:</u> Klassik AG, Augsburg
Radio Teddy	<u>Geschäftsführerin:</u> Katrin Helmschrott ⁶⁶ <u>Komplementäre:</u> ●Radio im Filmpark Babelsberg VerwaltungsGmbH & Co.KG ●IR Holding GmbH ●Uwe Schneider ●Hans-Ulrich Köhler ●Filmpark Babelsberg GmbH & Co.KG ●Friedhelm Schatz ●IMMO-ESTREL GrundbesitzverwaltungsGmbH ●Guido Frohnert <u>Kommanditisten:</u> ●Filmpark Babelsberg GmbH ●IR Holding GmbH ●Uwe Schneider
LOHRO ⁶⁷	Lokalradio Rostock Kulturnetzwerk e.V. <u>Vorstand:</u> Ralph Kirsten ⁶⁸

In den Regionen Neubrandenburg, Malchin und Greifswald sendet der Offene Kanal „NB Radiotreff 88,0“ in Trägerschaft der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV). Außenstellen des Offenen Kanals sind hier Radio 98eins (Greifswald) sowie Studio Malchin.

⁶¹ Lizenz vom Juni 2006 für Frequenz 103,3 in Ahrenshoop für die Region Fischland, Darß, Zingst; LRZ, 15 Jahre privater Rundfunk, S.112, Zulassungsübertragung auf die ELVG im Mai 2010 (MMV-Jahresbericht 2010)

⁶² HRB 11693 AG Rostock vom 28.09.2010

⁶³ Lizenz vom 26.03.2008 für Frequenz 90.1 in Schwerin; LRZ, 15 Jahre privater Rundfunk, S. 92

⁶⁴ HRA 83981 AG Hamburg vom 24.01.2011

⁶⁵ Impressumabruf vom 30.08.2013, www.klassikradio.de/konzern/unternehmen/vorstand/

⁶⁶ Impressumabruf vom 31.08.2013, www.radioteddy.de

⁶⁷ www.lohro.de

⁶⁸ www.medienanstalt-mv.de/radiotv/veranstalter/29.html, Onlineabruf vom 15.09.2013

2.3. Beschäftigungssituation⁶⁹

Die nachfolgenden Informationen der einzelnen Unternehmen beruhen auf Freiwilligkeitsbasis. Die Abfrage erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Tabelle 8:

Sender	Festangestellte	Freie	Praktikantinnen/ Praktikanten	Auszubildende
Antenne Mecklenburg-Vorpommern	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen
Ostseewelle Hit-Radio Mecklenburg-Vorpommern ⁷⁰	20	7	2	1
103,3 - Ihr Lokalradio ⁷¹	4	2	1	1
Klassik Radio	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen
Radio Teddy	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen
LOHRO	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen

Das Programm des Offenen Kanals „NB Radiotreff 88,0“ mit seinen Außenstellen Radio 98eins (Greifswald) sowie Studio Malchin wird von derzeit 300 Bürgerinnen und Bürgern aus Mecklenburg-Vorpommern ehrenamtlich gestaltet⁷².

2.4. Norddeutscher Rundfunk/NDR 1 Radio MV

Der Norddeutsche Rundfunk ist eine gemeinnützige Anstalt des öffentlichen Rechts zur Veranstaltung von Rundfunksendungen in den Ländern Freie und Hansestadt Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Sie wurde durch den NDR-Staatsvertrag begründet. Der NDR unterhält in Mecklenburg-Vorpommern das Landesfunkhaus in Schwerin mit vier Regionalstudios in Schwerin, Greifswald, Neubrandenburg und Rostock. Er produziert im Hörfunk das ganztägige Landesprogramm NDR 1 Radio MV. Außerdem werden Beiträge für die Programme NDR-Info, NDR-Kultur sowie NDR 2 und N-Joy erstellt.

⁶⁹ Anmerkung: Nicht jeder der hier aufgezählten Radiosender ist der Bitte nach freiwilliger Angabe der Beschäftigungssituation nachgekommen. Dies wurde in der Tabelle mit „Keine Zahlen“ so vermerkt.

⁷⁰ nach Angaben der Geschäftsführung, Stand September 2013

⁷¹ nach Angaben der Geschäftsführung, Stand September 2013

⁷² nach Angaben der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, Stand September 2013

Die Beschäftigungssituation im NDR ist mit den Angaben der privaten Hörfunkanbieter nicht unmittelbar vergleichbar. Im NDR Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern sind insgesamt 257 (276 in 2010) Stellen für Festangestellte ausgewiesen. 70,5 Planstellen sind im Bereich Hörfunk veranschlagt. Im Durchschnitt waren im Landesfunkhaus in den vergangenen Jahren im Bereich Hörfunk und Fernsehen ca. 115 (110 in 2010) Freie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschäftigt. Der NDR stellt künftig einmal im Jahr statt wie bisher halbjährlich 18 Volontäre oder Volontärinnen (Hörfunk und Fernsehen) für eine anderthalbjährige Ausbildung ein, die in allen Funkhäusern und Studios Stationen durchlaufen.⁷³

3. Fernsehen

Der NDR-Staatsvertrag sieht in allen den NDR tragenden Ländern ein Regionalprogramm im Fernsehen vor. Kontinuierliche Angebote privater Regionalfernsehveranstalter konnten sich mit der Öffnung des Rundfunkgesetzes Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2000 entwickeln. Zuvor gab es lediglich zeitlich begrenztes Veranstaltungsfernsehen.

3.1. Eigentumsverhältnisse der privaten Regionalfernsehveranstalter

Die Eigentumsverhältnisse an den Regionalfernsehveranstaltern stellen sich wie folgt dar:

Tabelle 9:

Sender	Lizenznehmer
tv:schwerin ⁷⁴	TV M-V GmbH & Co.KG ⁷⁵ <u>Geschäftsführer:</u> Thomas Böhm und Uwe Johansen <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> TV M-V VerwaltungsGmbH Schwerin <u>Kommanditisten:</u> 75 % Medienbeteiligungsgesellschaft Schwerin mbH (davon: 50 % communio beteiligungsgesellschaft eG ⁷⁶ , 50 % Uwe Johansen) 25 % Mecklenburgisches Staatstheater Schwerin gGmbH
Fernsehen am Strelasund und Grimmen TV	FAS GmbH Fernsehen am Strelasund ⁷⁷ <u>Geschäftsführer:</u> Frank Plückhahn <u>Gesellschafter:</u> 57 % Frank Plückhahn 43 % AEP Plückhahn Netze GmbH (Geschäftsführer: Reinhardt Plückhahn)

⁷³ Quelle: NDR-Direktion. Der jetzige Volontärsjahrgang wird noch in 18 Monaten ausgebildet. Alle nachfolgende Jahrgänge in 24 Monaten. vgl. www.ndr.de/unternehmen/ausbildung/volontariat/index.html. Darüber hinausgehende Ausbildungsverhältnisse bleiben unberücksichtigt.

⁷⁴ ehemals aveo.tv

⁷⁵ HRB 7782 und HRA 2093 AG Schwerin vom 21.04.2011 bzw. 07.01.2008

⁷⁶ GnR 642 B AG Berlin

⁷⁷ HRB 4944 AG Stralsund vom 11.07.2006

Sender	Lizenznehmer
Greifswald TV	GTV Film und Fernsehen aus Greifswald GmbH ⁷⁸ <u>Geschäftsführer:</u> Heinz Merkel, Frank Plückhahn <u>Alleingesellschafter:</u> Frank Plückhahn
Grevesmühlen TV ⁷⁹	Verein für Jugendeinrichtungen NWM e.V., Lizenznehmer: Dieter Kowalski
Güstrow TV	Lizenznehmer: Henning Wolf ⁸⁰
Jugend-TV-Sender ELF ⁸¹	nicht lizenzpflichtig
LokalTV Bad Kleinen ⁸²	Heimat- und Kulturverein Bad Kleinen e.V. Manfred Stein
MV 1	Juni Media GmbH & Co.KG ⁸³ <u>Geschäftsführer:</u> Thomas Böhm
nordost TV	nordost TV GmbH & Co.KG ⁸⁴ <u>Geschäftsführer:</u> Stefan Bohl und Werner Peter
neu'eins - dein regional-fern- sehen ⁸⁵	neu'eins GmbH ⁸⁶ <u>Geschäftsführer:</u> Michael Knuth <u>Gesellschafter:</u> Michael Knuth
RügenTV	Inselfernsehen Betriebsgesellschaft mbH & Co KG ⁸⁷ <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> Inselfernsehen VerwaltungsgmbH <u>Kommanditisten:</u> Kurierverslags GmbH & Co. KG Neubrandenburg
tv.rostock	media dock GmbH ⁸⁸ <u>Geschäftsführer:</u> Matthias Mück
Wismar TV & MEER AN LAND	Mediamare GmbH <u>Geschäftsführerin:</u> Christina Schurbaum ⁸⁹
Vorpommern TV ⁹⁰	AEP Plückhahn Service GmbH ⁹¹ : <u>Geschäftsführer:</u> Frank Plückhahn, Reinhardt Plückhahn, Raik Plückhahn

⁷⁸ HRB 8103 AG Stralsund vom 03.01.2011

⁷⁹ werbefreies, nicht-kommerzielles Kinder- und Jugendprojekt

⁸⁰ Impressumabruf vom 13.08.2013: www.guestrow.de

⁸¹ Werbefreies, nicht-kommerzielles Kinder- und Jugendprojekt in Laage mit einer Reichweite unter 500 potentiellen Nutzern. Dies ist nicht mehr als Rundfunk einzuordnen, § 2 Absatz 3 Nummer 1 Rundfunkstaatsvertrag.

⁸² MMV homepage / Lizenznehmer vgl.: www.medienantalt-mv.de/radiotv/veranstalter/html.

⁸³ HRA 3044 AG Rostock vom 28.07.2010

⁸⁴ HRA 2450 und HRB 8206 beide AG Stralsund vom 10.10.2012 und 19.12.2012

⁸⁵ Neubrandenburg, Neustrelitz sowie Uecker-Randow Kreis (Übernahme vom ehemaligen Uecker-Randow-Fernsehen)

⁸⁶ HRB 4275 AG Neubrandenburg vom 21.09.2012

⁸⁷ HRA 2444 AG Stralsund vom 14.09.2011

⁸⁸ HRB 8317 AG Rostock vom 01.10.2012

⁸⁹ HRB 9253 AG Schwerin vom 08.11.2006

⁹⁰ ehemals Wolgast TV

⁹¹ HRB 3162 AG Stralsund vom 20.07.2009

Die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern ist Träger des Offenen Kanals Fernsehen in Rostock (rok-tv), der eine Außenstelle in Schwerin (Fernsehen in Schwerin⁹²) hat. Das Programm der Offenen Kanäle wird derzeit von 420 Bürgerinnen und Bürgern aus Mecklenburg-Vorpommern ehrenamtlich gestaltet.⁹³

3.2. Akzeptanz

Für die Regionalfernsehveranstalter des Landes wird keine jährliche Mediaanalyse durch die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern erstellt. Die fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten geben eine gemeinsame Publikation heraus, die die Akzeptanz der einzelnen lokalen und regionalen Fernsehsender untersucht. Die aktuellen Akzeptanzzahlen sind im Zeitraum September bis November 2011 beziehungsweise Februar bis April 2012 erhoben worden. Dazu wurden ca. 33.000 Interviews ausgewertet.⁹⁴ Zur Darstellung der Akzeptanz wird der sogenannte „weiteste Seherkreis“ herangezogen. Das sind die Zuschauerinnen und Zuschauer im Verbreitungsgebiet des Senders, die innerhalb der letzten 14 Tage den jeweiligen Sender gesehen haben.

Tabelle 10: Akzeptanz ausgewählter Regionalfernsehsender⁹⁵

Sender	„Weitester Seherkreis“
tv.rostock	43 %
neu'eins	40 %
Wismar TV & MEER AN LAND	40 %
Rügen TV	38 %
Vorpommern TV	34 %
FAS - Fernsehen am Strelasund	33 %
SN-TV	32 %
Greifswald TV	30 %

⁹² www.fernsehen-in-schwerin.de

⁹³ Quelle: MMV, 2013

⁹⁴ Ortsnahes Fernsehen im Osten Deutschlands. Funkanalyse Ostdeutschlands 2012. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten mmv, maabb, MSA, SLM, TLM

⁹⁵ ebd.

3.3. Beschäftigungssituation in 2013⁹⁶**Tabelle 11:**

Sender	Mitarbeitende				
	fest	frei	Ehrenamt	Ausbildung	Praktikum
tv:schwerin	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen
FAS-Fernsehen am Strelasund	2	-	-	1	-
Greifswald TV	4	1	-	2	1
Grevesmühlen TV	2	-	10	-	-
Güstrow TV	1	2	1	-	-
Jugend-TV-Sender ELF	Das Programm wird von Ehrenamtlichen gemacht				
Media TV	Schülerinnen und Schüler der "Regionalen Schule Bad Kleinen"				
MV 1	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen	keine Zahlen
neu'eins - dein regionalfernsehen	9	3	-	4	-
tv.rostock	12	7	-	4	2
Wismar TV	1	3	-	3	15
vorpommern tv	2	-	-	1	-

Die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern ist Träger des Offenen Kanals Fernsehen in Rostock (rok-tv) mit Außenstelle in Schwerin (Fernsehen in Schwerin). Das Programm von rok-tv wird derzeit von Ehrenamtlichen sowie 5 fest Beschäftigten, 2 FSJlern und 2 Mitarbeitern im Bundesfreiwilligendienst gestaltet. Das Programm von „Fernsehen in Schwerin“ erstellen Ehrenamtliche unter Koordination einer fest Beschäftigten und 2 FSJlern.

3.4. Norddeutscher Rundfunk/Nordmagazin

Das Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern des Norddeutschen Rundfunks produziert speziell für Mecklenburg-Vorpommern das täglich gesendete halbstündige Landesprogramm „Nordmagazin“ sowie „Land und Leute“ (15-minütig) und den „Hanseblick“⁹⁷ (45-minütig). Außerdem werden im Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern zahlreiche Beiträge für das Gesamtprogramm des NDR-Fernsehen sowie für die ARD hergestellt.

⁹⁶ Angaben der einzelnen Geschäftsleitungen und der MMV im September 2013: Nicht jeder der hier aufgezählten Radiosender ist der Bitte nach freiwilliger Angabe der Beschäftigungssituation nachgekommen. Dies wurde in der Tabelle mit „Keine Zahlen“ so vermerkt.

⁹⁷ nur sonntags

Der Marktanteil des NDR-Fernsehen in unserem Bundesland betrug 2011 7,5 %.⁹⁸ Bezüglich der Beschäftigungssituation im NDR wird auf die Gesamtdaten, die unter Ziffer 2.4 dargestellt wurden, verwiesen.

4. Online

Es ist unumstritten, dass alle Newsmedien des Netzes die Tageszeitungen stark bedrängen. Dies liegt unter anderem auch darin, dass Zeitungsverlage ihre Online-Seiten weitestgehend kostenlos anbieten. Hier setzt langsam ein Umdenken ein: 46 von 332 deutschen Zeitungen erheben mittlerweile eine Lesegebühr für ihre Online-Artikel.⁹⁹

In Mecklenburg-Vorpommern haben sämtliche Zeitungen und Rundfunkveranstalter einen Online-Auftritt. Soziale Netzwerke werden von der hiesigen Tagespresse dagegen unterschiedlich genutzt: Die zehn Lokalredaktionen der Ostsee-Zeitung verzichten auf eine lokalisierte Facebook-Seite, lediglich das Hauptblatt wird online gestellt (sogenannte Ein-Kanal-Strategie). Die gleiche Strategie pflegt auch der Nordkurier mit seinen zwölf Lokalredaktionen; die Müritz-Zeitung hat eine lokalisierte Facebook-Seite. Die Schweriner Volkszeitung setzt auf die Mehr-Kanal-Strategie: Sieben der elf Lokalredaktionen besitzen einen Facebook-Auftritt. Damit erreicht die Schweriner Volkszeitung theoretisch mehr Fans als der Nordkurier und die Ostsee-Zeitung zusammen. Dies wirkt sich aber nicht im gleichen Maß auf die Zugriffszahlen aus: Der Verkehr auf der eigentlichen Homepage, also der Hauptkanal der jeweiligen Tagespresse, wird deswegen nicht stärker frequentiert.¹⁰⁰

Im Folgenden eine Übersicht über nicht an Tageszeitungen gebundene Nachrichtenportale mit inhaltlicher Ausrichtung auf Mecklenburg-Vorpommern¹⁰¹:

⁹⁸ NDR, Geschäftsbericht 2011, S. 59

⁹⁹ DER SPIEGEL Nr. 32/5.8.2013, S. 59, 62 und 63

¹⁰⁰ Eggebrecht, Steffen. Wie nutzen die Tageszeitungen in Mecklenburg-Vorpommern Facebook? In: KIEK AN! 2/13, S. 14

¹⁰¹ Die Auswahl ist abhängig von der zufälligen Kenntnisnahme, da es für sogenannte Telemedien keine zentralen Register oder Registrierungspflichten gibt.

Tabelle 12:

Angebot	Verantwortlichkeit
www.MVticker.de	Städte-Anzeiger Verlagshaus e.K. Verantwortlich: Frank-Andreas Jütte ¹⁰²
www.nordclick.de	Nordclick GmbH & Co.KG ¹⁰³ <u>Geschäftsführer:</u> Dr. Manfred Gothsch <u>Persönlich haftender Gesellschafter:</u> nordclick Beteiligungs GmbH ¹⁰⁴ <u>Kommanditisten:</u> Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH Lübecker Nachrichten online GmbH Uetersener Nachrichten GmbH C.H. Wäser KG - GmbH & Co. Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH Flensburg A. Beig Druckerei und Verlag GmbH Pinneberg MV Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co. KG Kurierverslag GmbH & Co. KG Boysens Zeitungen GmbH & Co. KG
www.schwerin-news.de	web-mv.de - regionale Onlinedienste, Thomas Schiller, Schwerin ¹⁰⁵

Unabhängige einheitliche Media-Daten zur Nutzung dieser Online-Portale sowie Informationen über Mitarbeiterstrukturen sind nicht bekannt.

IV. Diskussionsstand zur Medienlandschaft und Meinungsvielfalt in Mecklenburg-Vorpommern¹⁰⁶

Es dient der Vielfaltsicherung, wenn unterschiedliche, inhaltlich gleich ausgerichtete Medienangebote nicht aus einer Hand kommen. So hält das Bundesverfassungsgericht für den Rundfunk konzentrationsrechtliche Vorgaben für geboten. Sie sind in §§ 25ff. Rundfunkstaatsvertrag und § 11 Rundfunkgesetz M-V enthalten. Die Meinungsvielfalt in unserem Flächenland wird vor allem durch die vielen unterschiedlichen Regionalfernsehprogramme widerspiegelt. Diesen Sendern wird wegen ihrer hohen regionalen Informationsleistung als Informationsalternative zu den Regionalzeitungen ein besonderer Stellenwert zugemessen:

¹⁰² HRA 1916 Rostock vom 15.02.2010

¹⁰³ HRA 4149 KI AG Kiel vom 31.08.2011

¹⁰⁴ HRB 5663 KI AG Kiel vom 05.09.2011

¹⁰⁵ Impressumabruf vom 22.06.2009: <http://www.schwerin-news.de/impressum>

¹⁰⁶ auf Basis vorhandener Studien

So geht aus den von den ostdeutschen Landesmedienanstalten erhobenen Zahlen der Reichweiten von Lokal-TV hervor, dass mehr als 5,2 Mio. Zuschauer in Ostdeutschland vom vielfältigen Angebot der lokalen und regionalen Fernsehanbieter Gebrauch machen. Danach erreichen die Sender in Mecklenburg-Vorpommern 0,43 Mio. Nutzer ab 14 Jahren. Der Bedarf an ausführlichen regionalen Informationen ist also vorhanden.¹⁰⁷

Was die Regionalzeitungen in Mecklenburg-Vorpommern betrifft, so bewirken die aktuell vorhandenen Strukturen eine weitgehende Monopolstellung in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet. Dies wurde auch durch die Zusammenlegung der Mantelteile befördert. Hierbei besteht allerdings die Gefahr zur pauschalen Übernahme von Artikeln, was wiederum zu einem Verlust eigenständiger Recherche führt. Vertiefende Informationen mit Regionalbezug sind so nicht immer möglich. Aus diesem Grund hat sich die gemeinsame Mantelredaktion von Nordkurier und Schweriner Volkszeitung im 1. Quartal 2013 nach vier Jahren aufgelöst. Beide Zeitungen gestalten wieder einen eigenen Mantelteil, um so die Lokalität (Stichwort: Qualitäts-Lokaljournalismus) des jeweiligen Pressestandortes zu stärken¹⁰⁸ und die Zeitungslandschaft im Land zu beleben. Damit wird der bundesweite Trend, den Schwerpunkt auf Regionalität zu verlagern, bestätigt.

Weitere Ansätze zur Belebung der Medienvielfalt werden hier im Land durch die Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen“ verfolgt: Die Initiative wurde 2008 durch die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Verdi, dem Deutschen Gewerkschaftsbund und dem Deutschen Journalistenverband Mecklenburg-Vorpommern (DJV) ins Leben gerufen. Ziel ist, Mecklenburg-Vorpommern als Medienstandort zu sichern und angemessene Arbeitsbedingungen durch flächendeckende Tarifverträge zu gestalten¹⁰⁹. Das Landespressegesetz sollte nach Auffassung der Initiative überarbeitet werden. Dabei wird auf die gesetzliche Verankerung einer inneren Pressefreiheit gesetzt (Stichworte: Redaktionsstatuten, Abschaffung des Tendenzschutzes¹¹⁰, Novellierung des Presserechts¹¹¹).

Jenseits der klassisch tradierten Medienlandschaft Mecklenburg-Vorpommerns hat die Breite der Medienangebote in unserem Land aufgrund der zunehmend wachsenden Internetangebote in den letzten Jahren zugenommen. Sowohl ökonomisch als auch journalistisch entwickelt sich das Netz zu einem starken Konkurrenten (Stichwort: „Echtzeitjournalismus“ vs. „Magazinjournalismus“)¹¹² und bedrängt nicht nur die klassischen Tageszeitungen in ihrer Rolle als öffentliche Meinungsmacher, sondern damit auch den Journalismus in Deutschland.

¹⁰⁷ Ortsnahes Fernsehen im Osten Deutschlands. Funkanalyse Ostdeutschlands 2012. Studie im Auftrag der fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten mmv, maabb, MSA, SLM, TLM (Mecklenburg-Vorpommern, Berlin-Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen). Die Daten wurden von der Info GmbH Berlin erstmals für alle ostdeutschen Bundesländer (inkl. Berlin) gemeinsam erhoben.

¹⁰⁸ Kiek an! 1/13 S. 2 ff. und http://www.qualitaet-und-vielfalt-sichern.de/hintergrund/gegen_den_trend_nordkurier, Onlineabruf vom 05.08.2013

¹⁰⁹ http://www.qualitaet-und-vielfalt-sichern.de/aktion/landtagsabgeordnete_zum_handeln_aufgerufen, Onlineabruf vom 04.09.2013

¹¹⁰ § 118 Betriebsverfassungsgesetz

¹¹¹ Die Bundesregierung hat in ihrem letzten Medien- und Kommunikationsbericht aus dem Jahre 2008 festgestellt, es liegen keine hinreichenden Anhaltspunkte für die Annahme vor, dass eine Liberalisierung des geltenden Pressekartellrechts die strukturellen Probleme der Zeitungsverlage lösen oder zumindest mildern könnte. Dies würde zu Lasten der Zeitungs- und Medienvielfalt gehen oder neue, nicht hinnehmbare Gefahren für die Meinungsvielfalt, insbesondere im Bereich der Regional- und Lokalpresse verursachen. <http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/medien/BerichteDatenAnalysen/medienundkommunikationsbericht/node.html>, Abruf vom 04.09.2013

¹¹² DER SPIEGEL Nr. 32/5.8.2013, S. 56 ff.

Dies wird unter anderem durch die aktuellen Arbeitslosenzahlen von Journalisten und Journalistinnen bestätigt: So waren im April 2013 knapp 5.000 Journalisten arbeitslos. Das entspricht 11,9 % mehr als ein Jahr zuvor. Fakt ist aber, dass sich der „Echtzeitjournalismus“ aufgrund der Nachfrage nicht aufhalten lassen wird. Meinungsvielfalt lebt auch von der Vielzahl von Portal-Angeboten und es ist Anliegen der Landesregierung, hier mit einer verbesserten Breitbandanbindung im ländlichen Raum der Bevölkerung den Zugang zu erleichtern.

Des Weiteren verlangt die Vielfalt der Medienangebote auch die Berücksichtigung der verschiedenen Zielgruppen. Die Zeitungsverlage haben hier spezielle Print- und Online-Angebote für Kinder entwickelt. Gerade für diese jüngere Zielgruppe, die häufig in Haushalten mit höchster technischer Ausstattung lebt¹¹³, ist es wichtig, Medieninhalte nicht ungefiltert anzunehmen. Stichwort ist hier „Medienkompetenz“: Die Fähigkeit, Inhalte einzuordnen, verantwortungsvoll und selbstbestimmt mit Medien umzugehen und auch kreativ mit ihnen zu handeln wird Medienkompetenz genannt. Sie spielt bei den klassischen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen und vor allem im Internet eine immer größere Rolle. 2007 bzw. 2011 wurde mit der „Rahmenvereinbarung zur Förderung der Medienkompetenz“¹¹⁴ beschlossen, Medienbildung in unserem Land stärker zu strukturieren. Ziel der von der Staatskanzlei, dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, dem Ministerium für Arbeit, Gleichstellung und Soziales sowie der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern unterzeichneten Vereinbarung ist, sich Medienkompetenz als Schlüsselkompetenz umfassend anzueignen. Zugleich wird sichergestellt, dass alle Bevölkerungsgruppen Zugang zu dieser Schlüsselkompetenz haben.

Die Vertragspartner der Rahmenvereinbarung verpflichteten sich u.a. in Ziffer 12 zur Erstellung eines vernetzenden Informationsportals „Medienkompetenz in MV“. Bestandteil dieses Portals ist der „Medienkompass MV“. Hierbei handelt es sich um Lernmodule für den frühkindlichen, schulischen und außerschulischen Gebrauch. In Arbeit ist die Ergänzung des Medienkompasses um Lernmodule für Seniorinnen und Senioren fachlich begleitet von der Hochschule Neubrandenburg. Das Informationsportal www.medienkompetenz-in-mv.de wurde am 10. Juni 2013 gestartet. Anliegen des Portals ist, medienpädagogische Angebote schneller, leichter und vor allem gebündelter auffindbar zu machen. Das Portal ist Leitfaden und Ratgeber, vernetzt die vielfältigen medienpädagogischen Angebotsstrukturen des Landes und hält in Form von Downloads, Links zu Zahlenmaterial und nicht-kommerzielle Links zu themenrelevanten Seiten ein Serviceangebot bereit.

Zur Förderung der Medienkompetenz wurden weitere Projekte initiiert. Durch die Ausbildung von sogenannten „Medienscouts“ werden jugendliche Multiplikatoren und Multiplikatorinnen ausgebildet, die ihr Wissen nach dem peer-to-peer-Ansatz in den Schulen, in den Familien und unter Freunden weitergeben. So konnten in 2012 1.8000 Schülerinnen und Schüler erreicht werden. Medienscouts MV ist eine Initiative des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit.

¹¹³ Pressemitteilung Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern 69/2013. Demnach weisen Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren deutlich höhere Ausstattungsgrade bezüglich der sogenannten Informations- und Kommunikationsgüter auf als Haushalte ohne Kinder. <http://www.statistik-mv.de>

¹¹⁴ www.medienanstalt-mv.de/medienkompetenz/vereinbarung.html

Weiterhin haben eine Vielzahl von Schulungen durch Vereine, Institutionen und öffentliche Stellen stattgefunden, die alle das Ziel der Vermittlung zum selbstbestimmten und bewussten Umgang mit modernen Medien haben. Zur Verbesserung der Zusammenarbeit und Koordination wurden die Netzwerke Medienaktiv-MV und Medienkompetenz-Netzwerk-MV vereinigt zu „Medienaktiv MV“. Dieses landesweite Netzwerk nimmt auch deutschlandweit gesehen eine sehr aktive Rolle ein.

Abschließend ist festzustellen, dass die Entwicklung von Medienkompetenz durch Medienbildung ein lebensbegleitender Prozess und eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist. Diese kann nur durch gemeinsames Handeln von Verantwortlichen aller Ebenen unserer Gesellschaft - Politik, Wirtschaft, Bildung, Kultur und Familie - bewältigt werden.

Quellen

Internetfundstellen, Handelsregisterauszüge und Zitate aus der Tagespresse sind jeweils ausschließlich in der Fußnote konkret ausgewiesen.

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hgg.) (2013) *ALM Jahrbuch 2012/13. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Vistas Verlag 2013, S.

Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik gGmbH (Hg.)
epd-medien, Nr. 10 vom 08.03.2013, S.

epd-medien, Nr. 76a vom 22.04.2013, S.

epd-medien, Nr. 27 vom 05.07.2013, S.

Deutscher-Journalistenverband Landesverband Mecklenburg-Vorpommern (Hg.)
Mitgliederjournal: KIEK AN! 1/13, S.

Mitgliederjournal: KIEK AN! 2/13, S.

Dr. Helmut Reitze, Intendant des Hessischen Rundfunks, in Zusammenarbeit mit der ARD-Werbung (Hg.), *Media Perspektiven*, Frankfurt am Main (Internet: www.media-perspektiven.de)

Media Basisdaten 2012, S.

Media-Perspektiven 03/12, S.

Media-Perspektiven 06/12, S.

Media-Perspektiven 11/12, S.

Media-Perspektiven 01/13, S.

Eggebrecht, Steffen (2013). *Wie nutzen die Tageszeitungen in Mecklenburg-Vorpommern Facebook?* In: *KIEK AN! 2/13*, S. 14

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas (2012). *Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen von 12 - 19 Jahren*, In: Studienreihe „Jugend, Information, (Multi)Media“ (JIM), in: *Media Perspektiven 6/2012*, S. 339 ff

Friebel, Guido (2011). *Werbung und Infos aus der Region* [online]. Verfügbar unter: www.new-business.de/data/2011

Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik (2012). *Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung*. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 24. Hamburg, 2012. In: *Media Perspektiven 1/2013*, S. 2 ff

Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, Medienanstalt Sachsen-Anhalt, Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, Thüringer Landesmedienanstalt (Hg.)

Ortsnahes Fernsehen im Osten Deutschlands. Funkanalyse Ostdeutschlands 2012.
Vistas Verlag 2012 S.

Norddeutscher Rundfunk (Hg.)

Geschäftsbericht 2011. Hamburg 2012 S. 59

Schnibben, Cordt (2013). *Breaking News.* In: Der Spiegel, Nr. 32/5.8.13, S. 56 ff.