

Ulrich Pätzold, Horst Röper,  
Helmut Volpers (Hrsg.)

# Strukturen und Angebote lokaler Medien in Nordrhein-Westfalen

**>lfm:**

Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LFM)

Leske + Budrich, Opladen 2003

# Inhalt

## I. Problemstellung und Zielsetzung der Gesamtuntersuchung ..... 11

*Ulrich Pätzold/Horst Röper*

## II. Strukturanalyse lokaler Medien in NRW ..... 15

1. Die Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen ..... 19
  - 1.1 Konkurrenz, Kooperation, Konzentration ..... 19
    - 1.1.1 Zeitungsgruppen ..... 24
    - 1.1.2 Verlagsgruppen ..... 26
    - 1.1.3 Die Auflagenentwicklung im Zeitungsmarkt von 1981 bis 2002 ..... 27
    - 1.1.4 Der Zeitungspreis als Mittel im Wettbewerb ..... 30
    - 1.1.5 Überregionale Zeitungen ..... 32
      - Überregionale Abonnementzeitungen ..... 33
  - 1.2 Anzeigenringe ..... 36
  - 1.3 Zeitungsdichte und Monopolisierung ..... 38
  - 1.4 Große Zeitungsverlage als Kern von Medienunternehmen .. 46
    - 1.4.1 Der WAZ-Konzern, Essen ..... 47
    - 1.4.2 M. DuMont Schauberg, Köln ..... 49
    - 1.4.3 Rheinische Post, Düsseldorf ..... 51
    - 1.4.4 Westdeutsche Zeitung, Düsseldorf ..... 53
    - 1.4.5 Ruhr Nachrichten, Dortmund ..... 55
    - 1.4.6 Die Ippen-Gruppe in NRW ..... 58
    - 1.4.7 Westfälische Nachrichten, Münster ..... 59
    - 1.4.8 Neue Westfälische, Bielefeld ..... 60
    - 1.4.9 Westfalen-Blatt, Bielefeld ..... 62
    - 1.4.10 General-Anzeiger, Bonn ..... 63
    - 1.4.11 Zeitungsverlag Aachen ..... 64
    - 1.4.12 Die Glocke, Oelde ..... 65
    - 1.4.13 Siegener Zeitung ..... 65

1.5	Kleinere Zeitungsverlage in NRW .....	66
1.5.1	Münsterland .....	67
1.5.2	Ostwestfalen.....	73
1.5.3	Westfalen Mitte und Sauerland.....	76
1.5.4	Bergisches Land.....	81
2.	Anzeigenblätter .....	82
3.	Regionale Zeitschriften, Kostenlos-Magazine und lokale Wochenblätter .....	100
3.1	Regionale Zeitschriften .....	100
3.2	Kostenlos-Magazine.....	102
3.3	Lokale Wochenblätter .....	107
4.	Hörfunk im Überblick.....	110
4.1	Lokaler Hörfunk in NRW.....	116
4.1.1	Das „Zwei-Säulen-Modell“ setzt sich durch.....	120
4.1.2	Probleme in lokalen Märkten .....	123
4.1.3	Lokales versus Mantel .....	127
5.	Regionale und lokale Fernsehangebote.....	132
6.	Anbieter von lokaler Information im Internet .....	140

*Helmut Volpers/Christian Salwiczek/Detlef Schnier*

### **III. Inhaltsanalyse – Kommunikationsangebote in lokalen**

	<b>Medienlandschaften.....</b>	<b>147</b>
1.	Konzeption und Methode der Untersuchung .....	147
1.1	Grundkonzeption der Inhaltsanalyse .....	147
1.2	Auswahl der Untersuchungsgebiete und Stichprobenbildung .....	148
1.3	Erhebungsinstrument.....	152
1.4	Zur Definition „lokale“ Information – Gebietsabgrenzung..	156
1.5	Datenaufbereitung, -interpretation und Ergebnisdarstellung	157
2.	Ausgewählte lokale Medienlandschaften in NRW .....	161
2.1	Lokale Kommunikationsräume in NRW – übergreifende Merkmale der Angebotsstruktur und publizistischen Leistung.....	161
2.1.1	Der lokale Medienmix .....	161
2.1.2	Das lokalpublizistische Leistungsspektrum der Presse .....	162
2.1.3	Das lokalpublizistische Leistungsspektrum des Hörfunks .....	163
2.1.4	Das lokalpublizistische Leistungsspektrum des Fernsehens – WDRpunkt Köln und WDRpunkt Dortmund.....	167

2.1.5	Das lokalpublizistische Leistungsspektrum der Online-Medien .....	168
2.2	Die lokale Medienlandschaft Dortmund .....	170
2.2.1	Struktur der Medienlandschaft.....	170
2.2.2	Die Lokalberichterstattung in intramediärer Betrachtung.....	172
2.2.2.1	Presse.....	172
2.2.2.2	Hörfunk .....	173
2.2.2.3	Fernsehen.....	174
2.2.3	Die Lokalberichterstattung im intermediären Vergleich.....	175
2.2.3.1	Die quantitative Berichterstattungsleistung .	175
2.2.3.2	Die Thematisierung kontroverser Inhalte ....	176
2.2.3.3	Die journalistische Qualität der Berichterstattung.....	177
2.2.4	Fazit: Lokalpublizistische Angebote im Kommunikationsraum Dortmund .....	182
2.3	Die lokale Medienlandschaft Hamm .....	204
2.3.1	Struktur der Medienlandschaft.....	204
2.3.2	Die Lokalberichterstattung in intramediärer Betrachtung.....	205
2.3.2.1	Presse.....	205
2.3.2.2	Hörfunk .....	206
2.3.3	Die Lokalberichterstattung im intermediären Vergleich.....	207
2.3.3.1	Die quantitative Berichterstattungsleistung .	207
2.3.3.2	Die Thematisierung kontroverser Inhalte ....	207
2.3.3.3	Die journalistische Qualität der Berichterstattung.....	208
2.3.4	Fazit: Lokalpublizistische Angebote im Kommunikationsraum Hamm.....	211
2.4	Die lokale Medienlandschaft Köln.....	226
2.4.1	Struktur der Medienlandschaft.....	226
2.4.2	Die Lokalberichterstattung in intramediärer Betrachtung.....	228
2.4.2.1	Presse.....	228
2.4.2.2	Hörfunk .....	230
2.4.2.3	Fernsehen.....	230
2.4.3	Die Lokalberichterstattung im intermediären Vergleich.....	231
2.4.3.1	Die quantitative Berichterstattungsleistung .	231
2.4.3.2	Die Thematisierung kontroverser Inhalte ....	232

2.4.3.3 Die journalistische Qualität der Berichterstattung.....	233
2.4.4. Fazit: Lokalpublizistische Angebote im Kommunikationsraum Köln.....	238
2.5 Die lokale Medienlandschaft im Kreis Lippe.....	262
2.5.1 Struktur der Medienlandschaft.....	262
2.5.2 Die Lokalberichterstattung in intrameditärer Betrachtung.....	267
2.5.2.1 Presse.....	267
2.5.2.2 Hörfunk .....	269
2.5.3 Die Lokalberichterstattung im intermediären Vergleich.....	270
2.5.3.1 Die quantitative Berichterstattungsleistung .	270
2.5.3.2 Die Thematisierung kontroverser Inhalte ....	270
2.5.3.3 Die journalistische Qualität der Berichterstattung.....	272
2.5.4 Fazit: Lokalpublizistische Angebote im Kommunikationsraum Kreis Lippe.....	274
3. Lokale Medien und lokale Kommunikationsräume im Vergleich.....	307
3.1 Presse.....	307
3.2 Hörfunk .....	312
3.3 Lokale Medien im intermediären und im Standortvergleich	315
<b>IV. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....</b>	<b>325</b>
1. Ziel und Methode.....	325
2. Struktur lokaler Medien in NRW .....	327
3. Kommunikationsangebote in lokalen Medienlandschaften – Interdependenzen zwischen Strukturen und Angeboten .....	333
<b>V. Literatur .....</b>	<b>339</b>
<b>VI. Verzeichnis der Tabellen, Grafiken, Übersichten und     Abbildungen .....</b>	<b>343</b>
<b>VII. Autorenverzeichnis .....</b>	<b>353</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>355</b>
1. Anzeigenblätter in NRW – alphabetisch nach Titeln.....	355
2. Verbreitung von wöchentlichen Anzeigenblättern - alphabetisch nach Kreisen und kreisfreien Städten .....	367