Peter Stawowy

# Medien
## in Sachsen

Sächsische Landeszentrale
für politische Bildung

Peter Stawowy

# Medien
## in Sachsen

herausgegeben von der
Sächsischen Landeszentrale
für politische Bildung
mit Unterstützung der
Sächsischen Landesanstalt
für privaten Rundfunk und
neue Medien

Dresden 2011

## Inhalt

Vorwort . . . . . 5

**Medien in der Demokratie** . . . . . 7

**Von der Friedlichen Revolution bis heute** . . . . . 11
Herbst 89: Ende des Nachrichten-
und Meinungsmonopols . . . . . 12
Rolle und Funktionen der Journalisten im Wandel. . . . . 15
Der Wandel des Mediensystems: vertane Chancen? . . . . . 17
Die mediale Wiedervereinigung
steht noch aus – Mediennutzung in Sachsen . . . . . 21

**Medien und Politik** . . . . . 23
Wer macht Medienpolitik in Sachsen? . . . . . 24
Die Sächsische Staatskanzlei . . . . . 26
Die Parteien im Sächsischen Landtag . . . . . 28
Sächsische Landesanstalt für
privaten Rundfunk und neue Medien. . . . . 29
MDR: Rundfunkrat und Intendanz . . . . . 31
Verbände und Institutionen . . . . . 33
KI.KA-Skandal: schwache sächsische Medienpolitik. . . . . 34
Zwischen Kontrolle und Beeinflussung. . . . . 35
Politikberichterstattung in Sachsen. . . . . 37
Sind einzelne Medien parteiisch? . . . . . 40
Aufgaben und Funktionen
der Landespressekonferenz Sachsen . . . . . 41
Umgang mit der NPD . . . . . 44
Grenzfälle der Pressefreiheit . . . . . 46
Diskussion um Pressefreiheit
am Beispiel »Sachsensumpf«. . . . . 46
SPIEGEL vs. Tillich – Streit um Fragebogen . . . . . 49
Verletzung des Quellenschutzes . . . . . 50
Einfluss von Werbekunden auf Berichterstattung . . . . . 51

**Print – Zeitungen und Zeitschriften** . . . . . 53
Der Tageszeitungsmarkt im Überblick . . . . . 54
Heute bedeutungslos:
die überregionale Presse aus DDR-Zeiten. . . . . 55
Gebietsaufteilung im Freistaat Sachsen. . . . . 56

Konzentration bei den Eigentümerverhältnissen . . . . . 59
Rückläufige Zahlen:
weniger Käufer, Leser und Werbeeinnahmen . . . . . 61
Personalabbau als Reaktion
auf die veränderte Einnahmesituation . . . . . 64
Andere wirtschaftliche Aktivitäten . . . . . 65
Der Zeitschriftenmarkt im Freistaat –
Struktur und Perspektiven . . . . . 66
Sonderrolle der SUPERillu . . . . . 69
DIE ZEIT für Sachsen und der Blick aus dem Westen . . . . . 71
Stadtmagazine unter Druck . . . . . 72
Auflagenmillionäre aus Dresden für die Republik . . . . . 75
Ein unterschätztes Thema: Medien von Minderheiten . . . . . 76

**Rundfunk – Radio und Fernsehen** . . . . . 79
Öffentlich-Rechtliches Radio und Fernsehen:
MDR und Deutschlandfunk . . . . . 81
Der private Radiomarkt . . . . . 87
Strukturen des privaten Radio-Markts . . . . . 88
Nichtkommerzieller Rundfunk:
Nischenfunk oder Gegenöffentlichkeit? . . . . . 90
Die Situation der Freien Radios . . . . . 91
Studentische Radiosender in Sachsen . . . . . 93
Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle . . . . . 94
Privates Fernsehen: Lokale Vielfalt im Bewegtbild . . . . . 95
Zukunftsfrage Digitalisierung . . . . . 101

**Internet – relevante**
**journalistische Angebote** . . . . . 105
Eine Branche im Umbruch . . . . . 106
Relevante Internetseiten für Sachsen:
Dominanz der Zeitungen . . . . . 110
Perspektiven: Reise ins Ungewisse . . . . . 118

Anhang . . . . . 121
Adressübersicht über Medien in Sachsen . . . . . 123
Ausbildungseinrichtungen für Medienberufe in Sachsen . . 125
Literatur und Quellen . . . . . 127
Impressum . . . . . 128

LVZ/Andreas Döring

## Vorwort

Medien sind ein zentraler Bestandteil der Demokratie: Denn zur freiheitlich demokratischen Gesellschaft gehört der Meinungsbildungsprozess, der im Artikel 5 Absatz 1 des Grundgesetzes garantiert ist. 20 Jahre nach der radikalen Umgestaltung der Medienlandschaft durch die Friedliche Revolution gibt dieses Handbuch einen Überblick über die Medien in Sachsen und ihre Verbindungen mit der Politik.

Das Buch gliedert sich in vier Teile: Im ersten Teil wird die Entwicklung der sächsischen Medienlandschaft von der Friedlichen Revolution bis heute vorgestellt. Im zweiten, zentralen Teil werden die Verbindungen zwischen Medien und Politik beleuchtet: Konkret geht es um die Akteure der Medienpolitik und ihre Interessen sowie die Verbindungen zu den Medien. Wichtige Stichworte wie Pressefreiheit und Politikberichterstattung werden ebenfalls thematisiert. Im dritten Teil werden die einzelnen Mediengattungen genauer vorgestellt: Eine detaillierte Übersicht über den Print- und den Rundfunkmarkt gibt Auskunft darüber, auf welchen Grundlagen und mit welchen Problemen die jeweiligen Medienunternehmen im Markt unterwegs sind. Ein eigenes Kapitel widmet sich den wenigen Internet-Medien in Sachsen und den Perspektiven der Branche in Zeiten des technischen Wandels.

Der Anhang schließlich beinhaltet Service: Dort sind die Adressdaten der wichtigsten Medien in Sachsen sowie der Medien-Ausbildungsinstitutionen im Freistaat zu finden.

»20 Jahre nach der Friedlichen Revolution gibt dieses Handbuch einen Überblick über die Medien in Sachsen und ihre Verbindungen mit der Politik.«

*Die Druckformenherstellung in der Druckerei der »Leipziger Volkszeitung«: links Jan Schröter, rechts Abteilungsleiter Michael Voigt.*

## Über den Autor

**Peter Stawowy**
M.A., Journalist, Dozent, Medienberater,
Moderator, Blogger, Twitterer
Kontakt: peter@stawowy-media.de

Foto: A. Förster

Peter Stawowy, Jahrgang 1971, arbeitet seit April 2008 als selbstständiger Medienberater, Journalist und Dozent mit den Themenschwerpunkten Web 2.0, Medien, Jugend und Politik. 2003 bis 2008 arbeitete er als Chefredakteur und später auch Geschäftsführer von »SPIESSER – die Jugendzeitschrift« in Dresden. Eine Ausbildung zum Medienjournalisten bekam er im Volontariat beim Medienbranchendienst »kress« in Heidelberg (2000 bis 2003), wo er in der Folge als Redakteur arbeitete. Zuvor leitete er im Adolf-Grimme-Institut in Marl als wissenschaftlich-pädagogischer Mitarbeiter ein Projekt, dass sich mit der Vermittlung von Umweltthemen an Jugendliche beschäftigte.

Stawowy hat Politikwissenschaft, Neuere Geschichte und Soziologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster studiert (Magisterarbeit »Entwicklung und Funktionen von Hochschulradio in Deutschland«, 1999). Parallel zum Studium gründete er »Radio Q«, das Hochschulradio für Münster, das im Jahr 2009 sein 10-jähriges Bestehen feiert. Neben seiner Selbstständigkeit ist Peter Stawowy u.a. als Gastdozent am Institut für Kommunikationswissenschaften der TU Dresden tätig; außerdem schreibt er das Medienblog »flurfunk-dresden.de«, in dem er regelmäßig Meldungen, Insider-Informationen und Hintergründe aus der sächsischen Medienlandschaft veröffentlicht und kommentiert.

Foto: Andreas Lander, MDR

# Medien in der Demokratie

# Medien in der Demokratie

Medien gehören zur modernen Demokratie. Ohne Medien, so die Theorie, ist ein Meinungsbildungsprozess für den Einzelnen wie auch die gesamte Öffentlichkeit nicht möglich. So wird den Medien ein wesentlicher Einfluss auf die öffentliche Meinung und politische Entscheidungen zugeordnet.

Die Meinungsbildung und die Freiheit, die eigene Meinung zu äußern, gelten als ein zentraler Wesensbestandteil der Demokratie. Daher hat die Freiheit der Medien nach der Friedlichen Revolution Eingang in die sächsische Verfassung und Gesetzgebung gefunden. Dort heißt es in Artikel 20, Absatz 1:

»Jede Person hat das Recht, ihre Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.«[1]

»Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.« Art. 5 Abs. 1 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG)

Medien werden dabei in Presse, also periodisch erscheinende Zeitungen und Zeitschriften, und Rundfunk, also Radio und Fernsehen, unterteilt. Während für die Verbreitung von Radio- oder Fernsehprogrammen eine Zulassung nötig ist, unterliegt die Verbreitung und Herstellung einer Zeitung der sogenannten Zulassungsfreiheit.

Aufgrund der besonderen Funktionen haben die Zeitungen und Zeitschriften genau wie der Rundfunk vom Gesetzgeber konkrete Aufgaben zugeordnet bekommen. Im Sächsischen Gesetz über die Presse (SächsPresseG) heißt es in § 3 »Öffentliche Aufgabe der Presse«:

»(1) Die Presse dient dem demokratischen Gedanken im Sinn des Grundgesetzes.

(2) Die Presse erfüllt dadurch eine öffentliche Aufgabe, indem sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.

(3) Die Presse ist gehalten, die Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe nach den Absätzen 1 und 2 nicht durch Belastungen aus der Vergangenheit zu gefährden.«[2]

Medien informieren, kontrollieren und sorgen aus Sicht des Gesetzgebung und der Rechtsprechung für den öffentlichen

1 Verfassung des Freistaates Sachsen. Artikel 20 (1).
2 Sächsisches Gesetz über die Presse (SächsPresseG) § 3.

Dialog in der Gesellschaft. Man spricht in diesem Zusammenhang auch gern von der vierten Säule der Demokratie. Damit sich der Einzelne möglichst umfassend informieren und eine Meinung bilden kann, so die Theorie, ist eine größtmögliche Vielfalt in der Medienlandschaft nötig – und der Staat darf keinen Einfluss auf die Inhalte haben.

Medien gelten in der Theorie als Mittler: Aus Sicht der politisch Handelnden sind sie der zentrale Schlüssel, um der Bevölkerung die eigenen Entscheidungen und Inhalte zu vermitteln. Gleichzeitig dient die öffentliche (Medien-)Meinung der Politik heutzutage als zentrale Legitimation für das politische Handeln.[3]

Darüber hinaus schreibt der Gesetzgeber den Medien einen Auftrag zur Grundversorgung zu. Die Grundversorgung wird in die Bereiche Information, Bildung und Unterhaltung unterteilt. Im Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen (Sächsisches Privatrundfunkgesetz – SächsPRG), § 2 »Grundsätze für die Veranstaltung von privatem Rundfunk« heißt es:

»Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Dienstleistungen des privaten Rundfunks ergänzen einander als Voraus-

3 »Die Öffentlichkeit als Legitimation von Politik gilt seit langem als normative Zentralkategorie sowohl der Demokratie, der Demokratietheorie als auch der Demokratiepolitik (vgl. Meyer 1998: 126). Dem Bereich des Öffentlichen wird also eine essentielle gesellschaftliche Bedeutung zugeschrieben. Er fungiert als unverzichtbarer Bestandteil westlicher Demokratien.« Schicha, Christian: Öffentlichkeit und Journalismus in der Mediendemokratie. S. 26, URL: http://www.oeffentlichkeit-und-demokratie.de/static/download/Schicha_-_Oeffentlichkeit_und_Journalismus_in_der_Mediendemokratie.pdf, Abrufdatum: 05.11.2010.

setzung für die Verwirklichung der Meinungs- und Informationsfreiheit und haben teil an der Erfüllung der Kulturpflicht des Landes. Die in Sachsen veranstalteten Programme tragen in ihrer Gesamtheit zur Grundversorgung durch Unterrichtung, Bildung und Unterhaltung bei. Sie haben einen objektiven Überblick über das Geschehen in allen für Sachsen relevanten Lebensbereichen zu geben und angemessen die regionale Gliederung, die kulturelle Vielfalt und die Interessen der Bürgerinnen und Bürger in Sachsen zu berücksichtigen sowie zu einer freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung beizutragen. Sie dürfen nicht einseitig eine Partei, eine Interessengruppe oder eine Weltanschauung begünstigen.«[4]

Dabei ist aber umstritten, ob die Medien insbesondere der Aufgabe der Politikvermittlung überhaupt (noch) gerecht werden: Was in den Medien nicht stattfinde, passiere auch nicht, so die Kritiker[5] – die Politik sei heutzutage viel zu sehr durch die mediale Inszenierung bestimmt.

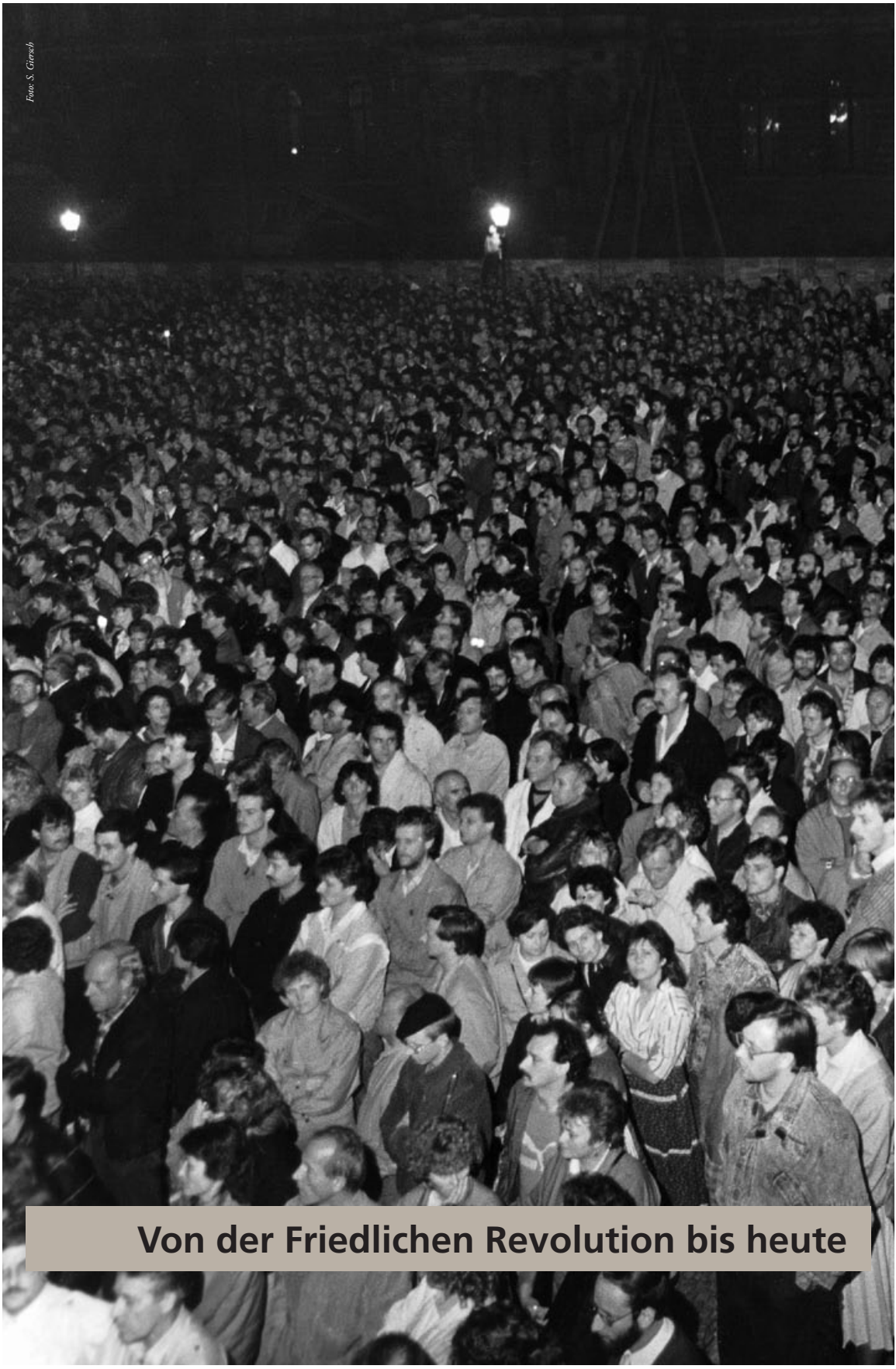
Hinzu kommt, dass sich das Selbstverständnis der Medien in den letzten Jahren grundlegend verändert hat: Schon lange sind Journalisten nicht mehr die neutralen Chronisten, die wertfrei berichten und abbilden; die Einordnung der recherchierten Fakten und die (kritische) Bewertung machen heute einen Großteil der Berichterstattung aus. Gleichzeitig ist die Geschwindigkeit und damit der Druck auf den einzelnen Medienarbeiter wesentlich größer als früher – Medien sind dadurch zunehmend anfällig geworden für Fehler und Fehleinschätzungen.

Medien spielen in unserem Leben eine zentrale Rolle. Sie beeinflussen unser Wissen, unsere Einstellungen und unser Verhalten. Medien und Journalisten verfolgen aber immer häufiger auch eigene Interessen. Umso wichtiger ist es, sich kritisch mit der Medienlandschaft auseinanderzusetzen, die Zusammenhänge und Verbindungen zwischen einzelnen Medien zu kennen und bewerten zu können.

Dieses Buch will die Medienlandschaft in Sachsen und die Zusammenhänge zwischen Politik und Medien im Freistaat transparenter machen. Denn für die eigene Meinungsbildung kann es nur hilfreich sein, das Wissen um Qualität und vertrauenswürdige Absender zu vertiefen.

4 Sächsisches Privatrundfunkgesetz (SächsPRG).

5 Vgl. Rutz, Michael: Meinungsbildungsprozesse und Medienmacht in Deutschland. S. 21, URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_9986-544-1-30.pdf?070124114251, Abrufdatum:10.11.2010.




# Von der Friedlichen Revolution bis heute

# Von der Friedlichen Revolution bis heute

## Herbst 89:
## Ende des Nachrichten- und Meinungsmonopols

Die Meinungsvielfalt ist ein konstituierendes Element der Demokratie. Die Diktatur zählt dagegen das Nachrichten- und Meinungsmonopol zu ihren wichtigsten Merkmalen. Mit dem Ende der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) wurde also ein grundlegender Wandel der Rolle der Medien eingeläutet. Dieser vollzog sich nur langsam und mehr auf Druck von außen als aus dem System heraus. Die Journalisten und Medienmacher der DDR spielten in der Summe während der Friedlichen Revolution keine Heldenrollen.

Vor der Friedlichen Revolution hatte es eine starke Kontrolle des Mediensystems durch die Führungsriege der DDR gegeben. Medien waren eine Angelegenheit von höchster Priorität im Staate; der Historiker Gunter Holzweißig schreibt, die

*Foto: Bundesarchiv, Bild 183-G0301-0001-009 / Fotograf: Friedrich Gahlbeck*

*1.3.1968 Leipziger Frühjahrsmesse 1968 - (Städt. Kaufhaus) RFT bietet ein völlig neues Sortiment an. Unser Foto zeigt das Sortiment des RFT im Messehaus Städtisches Kaufhaus mit 47er und 49er implosionsgeschützten Bildröhren der Typen »Stella« und »Ines«.*

*Foto: Bundesarchiv, Bild 183-1989-1204-036 / Fotograf: Friedrich Gahlbeck*

*4.12.89 Leipzig: Demonstration- 150.000 Bürger der Messestadt und Umgebung versammelten sich zu einer Kundgebung auf dem Karl-Marx-Platz. Auf Transparenten wurden die unterschiedlichen Standpunkte zur weiteren politischen Entwicklung der DDR und ihr Verhältnis zur BRD deutlich.*

Generalseketäre der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED) Walter Ulbricht und Erich Honecker hätten problemlos den Titel »General-Chefredakteur«[6] beanspruchen können, so intensiv hatten sie sich um die Leitmedien in der DDR, die Zeitung Neues Deutschland und die Fernsehsendung Aktuelle Kamera, gekümmert.

Anders als bei Buch und Film gab es in der DDR im Pressewesen aber keine zentrale und lückenlose Vorzensur. In der DDR-Verfassung war formal sogar die Freiheit der Medien durch Artikel 27 zugesichert. »Die ›Schere im Kopf‹, gemeint ist die Selbstzensur und der vorauseilende Gehorsam der um ihre berufliche Existenz bangenden Journalisten, machte eine Vorzensur überflüssig.«[7]

»Die DDR-Medien bestärkten den wachsenden Unmut der Bevölkerung und beschleunigten womöglich sogar ungewollt die Ereignisse.«[8]

Die zentralen Argumentationen einzelner Inhalte gab die DDR-Führung auf der sogenannten Argu-Sitzung (steht für Argumentation) bekannt, einer wöchentlichen Sitzung des Leiters der Abteilung Agitation des Zentralkomitees (ZK) mit Journalisten. Teilweise waren hier sogar die Aufmacher-Themen der einzelnen Zeitungen für die nächsten Tage festgelegt worden. Im Oktober 1989 erklärte Heinz Geggel, Leiter der ZK-Abteilung Agitation, rund 80 verblüfften Journalisten die völlige Abkehr von der bisherigen Medienkontrolle: Medien sollten fortan das Interesse der Bürger wecken und nicht mehr nur die Parteilinie vertreten, so Geggel. Die Chefredakteure seien künftig für die Inhalte selbst verantwortlich. Er beugte sich damit, wie in den Tagen des Herbstes ‘89 die gesamte Staatsführung, dem Druck der Straße. Insgeheim hoffte die Parteiführung

6 Vgl. Casper-Hehne, Hiltraud/ Schweiger, Irmy (Hrsg.): Deutschland und die »Wende« in Literatur, Sprache und Medien. S. 141f.
7 Ebd., S. 143.
8 Reinhard, Julia/ Schiller, Johannes: Die Rolle der Medien in der Wendezeit 1989/1990. S. 59.

*Foto: Bundesarchiv, Bild 183-1989-1109-030 / Fotograf: Thomas Lehmann*

*9.11.89 / Berlin: Pressekonferenz Günter Schabowski, Mitglied des Politbüros und Sekretär des ZK der SED, informierte im Internationalen Pressezentrum über Verlauf und Ergebnisse des zweiten Beratungstages des 10. Plenums des ZK der SED. Günter Schabowski stand den in- und ausländischen Journalisten Rede und Antwort. Diese Pressekonferenz war der Anlass für die anschließende Maueröffnung.*

aber noch, über etwas freiere Medien den Volkszorn im Zaume halten und die eigene Macht sichern zu können. Doch der Plan ging nicht auf: Schon wenig später ereiferten sich ranghohe Parteivertreter über die zügellose und regierungskritische Berichterstattung einzelner Zeitungen.

Es folgte mit den Protesten auf der Straße und der neu gewonnenen Freiheit aber keineswegs der radikale Freischlag durch die Journalisten hin zur neutralen und distanzierten Berichterstattung: Vielmehr bemühten sich viele Medien in der Anfangsphase noch, auf den Machterhalt der SED beziehungsweise der Nachfolgerin Partei des Demokratischen Sozialismus (PDS) hinzuwirken. Holzweißig spricht von einer Art »Kaderstimmung« bei der alten, im DDR-System sozialisierten Journalistenriege; auch hätten nackte Existenzängste dabei eine große Rolle gespielt.

Wenn Medien überhaupt eine zentrale Rolle bei den Ereignissen vom Herbst ’89 zugedacht werden kann, dann den Westmedien, die in großen Teilen der DDR zu empfangen waren.[9] Ihrer Berichterstattung über die Proteste kann möglicherweise ein relevanter Effekt zugeschrieben werden – allerdings ist diese Wahrnehmung in der wissenschaftlichen Literatur

9 Vier von fünf DDR-Bürgern konnten Westfernsehen empfangen. Allerdings nicht in Dresden, weswegen das Kürzel ARD in der DDR häufig mit »Außer Raum Dresden« übersetzt oder das Elbtal auch als »Tal der Ahnungslosen« betitelt wurde.

umstritten.[10] Und doch: Die Bilder von den Montagsdemonstrationen, die in den Westmedien zu sehen waren, während die DDR-Medien dazu schwiegen, dürften mindestens verstärkenden Charakter gehabt haben.

Im Januar 1990 erklärten sich die SED-Bezirkszeitungen für unabhängig – zuvor waren die SED-treuen Chefredakteure freiwillig abgetreten oder von ihren Redaktionen abgewählt worden. Gleiches galt für die Führungspersonen der Blockparteizeitungen. »Lothar Bisky, dem die Leitung einer neu gebildeten Medienkommission beim SED/PDS-Vorstand übertragen wurde, datiert das Ende des Medienmonopols seiner Partei auf den 13. Januar 1990. An diesem Tage habe das Präsidium dem Parteivorstand vorgeschlagen, elf von 16 parteieigenen Zeitungsverlagen und 21 von insgesamt 26 Druckereien ins Volkseigentum zu überführen.«[11]

Schließlich gab es eine Annäherung an die Revolutionäre: Einzelne Zeitungen räumten der Opposition redaktionellen Platz ein, wie etwa die Leipziger Volkszeitung (LVZ), die »Neuem Forum« und »Demokratie Jetzt« immer samstags eine Doppelseite unter dem Titel »Hier spricht die Opposition« zur Verfügung stellte.[12]

Auch die Bezirkszeitungen in Sachsen vollzogen den Wandel vom Staats- zum freien Medium: So hieß die Sächsische Zeitung (SZ) bis Dezember 1989 »Organ der Bezirksleitung Dresden der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands«, was im Januar 1990 zunächst in »Sozialistische Tageszeitung« geändert und später völlig weggelassen wurde. Die Privatisierung der Zeitung erfolgte 1991 mit dem Verkauf durch die Treuhand (vgl. Kapitel Print – Zeitungen und Zeitschriften, ab Seite 53).

»Trotz dieser Entwicklungen ist festzuhalten: Die DDR-Staats- und Parteimedien befreiten sich im Herbst 1989 nicht selbst aus den Ketten des SED-Regimes. Sie waren eher Getriebene, als treibende Kraft. An der Spitze des gesellschaftlichen Umbruchs standen die neu gegründeten oppositionellen Gruppen.«[13]

## Rolle und Funktionen der Journalisten im Wandel

Der Wandel in der Medienlandschaft hin zu unabhängiger und freier Berichterstattung ging nur sehr begrenzt von den Medienschaffenden selbst aus; vielmehr war es der Druck der Straße, der das ganze System und damit auch die Medienakteure zum Umdenken zwang.[14]

Tatsächlich überforderte die neu gewonnene Freiheit zur Wendezeit viele DDR-Journalisten. Es folgte eine Phase eines »bisweilen dilettantisch betriebenen Enthüllungsjournalismus« in den DDR-Medien, der sich häufig auf »unbewiesene Be-

10 Vgl. Richter, Michael: Die Friedliche Revolution. S. 586.
11 Holzweißig, Gunter: Wandel der DDR-Medien durch die »Wende«. S. 148.
12 Vgl. Reinhard, Julia/ Schiller, Johannes: Die Rolle der Medien in der Wendezeit 1989/1990. S. 62.
13 Ebd.
14 Ebd., S. 149.

## Dior-Packung kam direkt aus Wandlitz

### Über die Halbwahrheiten des Verwaltungschefs der Waldsiedlung

Berlin. BZ — P. Böttcher

Gestern früh im Zweiglager Bohnsdorf der forum-Handelsgesellschaft m. b. H. Das ist eines der Lager, die die Intershops beliefern. Unser Leser Gerd Haustein hatte z. B. in der Sonnabend-Ausgabe darauf aufmerksam gemacht, daß in letzter Zeit einige Lkw mit merkwürdigen Ladungen vorgefahren wären. Absender Wandlitz.

Wie uns der Direktor dieses Lagers, Otmar Kloisch, und andere Mitarbeiter bestätigten, seien bis zum 18. November fast 100 Paletten mit hochwertigen Westimporten eingetroffen, die in keinem Vertrag enthalten wären. Es handelt sich dabei um Erzeugnisse, die zum Teil über das Intershop-Niveau weit hinausgehen. Darunter teure Kosmetika der bekanntesten westeuropäischen Firmen und auch modernste Unterhaltungselektronik. Kurzfristig mußten Räume für diese Lieferungen frei gemacht werden. Ein Blick in die Paletten bestärkte auch uns in dem Eindruck, daß sie überstürzt gepackt wurden. Preise waren unkenntlich gemacht.

Angesichts dieser nicht angemeldeten Waren äußerten Direktor Kloisch und andere Mitarbeiter, die wir sprachen, ihr Befremden und ihre Empörung über die Erklärung des Verwaltungschefs der Waldsiedlung Wandlitz, Gerd Schmidt, in der vergangenen Woche gegenüber Journalisten, in den dortigen Läden wäre ein „normales" Angebot aus dem Großhandel. Nur vor dem 9. Plenum des Zentralkomitees sei es reichhaltiger gewesen. Mit solcher Halbwahrheiten, so die Mitarbeiter dieses forum-Lagers, könne man nicht reinen Tisch machen.

Geheimnisvolle Ladungen dieser Art haben im Betrieb selbst Verwirrung gestiftet. Zumal von Stellvertreter des Generaldirektors des zuständigen forum-Außenhandelsbetriebes Klaus Helbig

(Fortsetzung auf Seite 2

## Dior-Packung kam direkt aus Wandlitz

### Über Halbwahrheiten des Verwaltungschefs

(Fortsetzung von Seite 1)

die Anweisung kam, sämtliche Waren neu auszupreisen und den Intershop- bzw. Transitläden anzubieten. Wie uns Otmar Kloisch versicherte, sei dies angesichts der teilweise chaotisch zusammengewürfelten Posten in nächster Zeit unmöglich. Einen Preis für eine extravagante Dior-Packung könne man zum Beispiel gar nicht bestimmen, selbst renommierte Westberliner Geschäfte hätten sie nicht im Angebot.

Wir riefen daraufhin bei Klaus Helbig an und wollten wissen, wie er zu diesem „Sonderangebot" gekommen sei. Seine einzige Antwort: Aus Sonderläden, mehr wisse er nicht. Etwas klarer dann die Auskunft von Ellen Berger, Bereich Kommerzielle Koordinierung, verantwortlich für forum: Die Ladungen kamen aus Wandlitz. Wir haben die Aufgabe, diese Güter so schnell wie möglich in Devisen umzusetzen.

Allerdings konnte uns keiner der Befragten auf die Frage antworten, wie der Einkauf dieser exquisiten Importe zustande kam und über welche Kanäle sie bilanziert wurden. Der zuständige Staatssekretär Schalck-Golodowski war leider nicht zu sprechen. Aber gerade in dieser Frage zur Funktion des Bereiches der Kommerziellen Koordinierung und zur forum-Gesellschaft muß endlich Offenheit geschaffen werden.

*Berliner Zeitung vom 28.11.1989*

hauptungen über persönliche Verfehlungen einzelner Funktionäre im Partei- und Staatsapparat«[15] stützte: »Unerfahrenheit kombiniert mit Übereifer und Opportunismus schmälerte deshalb in der Umbruchsphase die Glaubwürdigkeit der DDR-Medien.«[16] Parallel dazu entwickelten sich die ehemaligen DDR-Medien mit Servicethemen zum treuen Begleiter der Bevölkerung in den unsicheren Zeiten des Wandels. Viele der damals aktiven Journalisten sprechen rückblickend von einer Zeit der großen Freiheit – es habe »der freieste Journalismus«[17] praktiziert werden können, den sie je erlebt hätten.

Im zögerlichen Wandel hin zu demokratischen Presseorganen und der Abwicklung der alten Strukturen durch die Treuhand blieb darüber hinaus ein anderes Thema vielfach auf der Strecke: Die Verstrickung von Journalisten mit dem Ministerium für Staatssicherheit der DDR (MfS), kurz: der Stasi. Denn wer in der DDR eine Medienkarriere anstrebte, musste zur Journalistenausbildung ins sogenannte Rote Kloster nach Leipzig – die dortige Fakultät beziehungsweise Sektion Journalistik galt als sozialistische Kaderschmiede. Sie war die einzige Möglichkeit, in der DDR eine Ausbildung zum Journalisten zu absolvieren – zwei Drittel aller DDR-Journalisten hatten dort studiert.[18] Die Einrichtung war direkt dem Zentralkomitee der SED unterstellt; es gab strenge Aufnahmeregeln, kontrolliert durch die Staatssicherheit. Auch wenn es nach Zeitzeugenberichten keinen Zwang zur SED-Mitgliedschaft gab, so waren viele Mitarbeiter »von Staat und System schlicht überzeugt«[19]. Doch nur wenige der bis dato systemtreuen Journalisten hatten sich mit der Friedlichen Revolution aus dem Amt verabschiedet. Ende 1992 arbeiteten laut Untersuchungen noch rund 60 Prozent der DDR-Journalisten in den inzwischen freien Medien.[20]

15 Holzweißig, Gunter: Wandel der DDR-Medien durch die »Wende«. S. 149.
16 Ebd.
17 Ebd.
18 Vgl. Henschke, Maik/ David, Johannes: Vom »Roten Kloster« zum Institut für KMW - Die Leipziger Journalistik im Wandel der Zeit. Uncover, Online-Magazin der Leipziger Journalistik, 12. Juli 2006, URL: http://www.uni-leipzig.de/journalistik2/uncover/startseite/artikel/anzeigen/vom-roten-kloster-zum-institut-fuer-kmw-die-leipziger-journalistik-im-wa/, Abrufdatum: 05.11.2010.
19 Ebd.
20 Ebd.

Für die Diskussion des Themas sorgte eine Studie der Technischen Universität Dresden aus dem Jahr 1997. Unter Leitung des Historikers Ulrich Kluge hatte ein Team das Verhältnis von Bezirkszeitungen und Staatssicherheit anhand von sieben Beispielen in Berlin, Dresden und Frankfurt (Oder) untersucht. Zuvor hatten die West-Verlage, die die ehemaligen Bezirkszeitungen übernommen hatten, häufig kein Interesse an einer rigorosen Stasi-Aufklärung innerhalb der Zeitungen gezeigt: »Die Leser in Ostdeutschland sollten nicht durch Siegerallüren verschreckt werden. Die Auflage der Neuerwerbungen war wichtiger als die Vergangenheit der Mitarbeiter.«[21]

Erst mit einiger Verzögerung begann in den Medienhäusern die kritische Auseinandersetzung mit der möglichen Verstrickung der Zeitungsmitarbeiter mit der Staatssicherheit: »Die Auswertung der qualitativen Untersuchungen lässt darauf schließen, dass die ehemaligen DDR-Journalisten wenige Jahre nach der Wiedervereinigung ihre frühere Berufsausübung unzureichend aufgearbeitet haben«.[22]

Die Ausbildung im »Roten Kloster« in Leipzig spielt auch heute noch eine Rolle in sächsischen Medien, wenn es um die Besetzung von Leitungsposten geht. So hat beispielsweise die Freie Presse Chemnitz (FP) mit Thorsten Kleditzsch einen Absolventen eben dieser Journalistenausbildung als Chefredakteur – was etwa in konservativen Kreisen argwöhnisch betrachtet wird. Kleditzsch hat die Leipziger Journalistik allerdings erst im Jahre 1992 mit dem Diplom verlassen. 20 Jahre nach der Wende darf man zudem wohl davon ausgehen, dass eine entsprechende Sozialisierung mit dem bestehenden politischen System stattgefunden hat. Für die regionale Zeitung dürfte an der Stelle wesentlich wichtiger sein, einen (nicht zu jungen) gebürtigen Ostdeutschen als Chefredakteur zu haben, um größere Nähe und Verständnis für die Situation und Gefühlswelt der Leserschaft zu haben.

## Der Wandel des Mediensystems: vertane Chancen?

Mit der Friedlichen Revolution entstanden ab Anfang der neunziger Jahre jede Menge neue Zeitungen und Zeitschriften. Denn viele Bürger setzten die bestehenden Medien mit dem SED-System gleich. Ein regelrechter Boom der Neugründungen setzte ein.

21 Medien. Willfährige Helfer. SPIEGEL, 8/1997, URL: http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-8670063.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

22 Mosebach 1996, S.6, zit. n. Jeschke, Anne-Kathrin (u.a.): Arbeitsalltag und Nutzung des Internets sowie journalistische Online-Angebote in Ostdeutschland. S. 377.

*Jubiläumsausgabe*
*20 Jahre Vogtland-Anzeiger*
*vom 17. März 2010*

Viele der von engagierten Bürgern und Oppositionsgruppen gegründeten Blätter scheiterten jedoch nach kurzer Zeit an den ökonomischen Zwängen. Die wenigen, die überlebten, konnten dies nur mit Hilfe von außen. Beispielsweise erlangte der Vogtland-Anzeiger als heute letzte noch existierende Neugründung der damaligen Zeit massiven (wirtschaftlichen) Rückhalt durch die bayerische Frankenpost, die auch den sogenannten Mantelteil mit überregionalen Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport stellte. Der Döbelner Anzeiger, auf Bitten des Runden Tischs gegründet vom nordrhein-westfälischen Hellweger Anzeiger aus der Partnerstadt Unna, ging 2006 in die Knie. Mit dem Verkauf wurde er zur 20. Regionalausgabe der SZ (vgl. Kapitel Print). Heute sind die meisten der Medien, die in der Zeit der Friedlichen Revolution aus politischen Bewegungen neu entstanden waren, wieder verschwunden.

Auch der Wandel des Rundfunksystems erfährt beizeiten nachträgliche Kritik. Der Einigungsvertrag sah vor, dass der DDR-Rundfunk bis Ende 1991 aufgelöst und in die Hoheit der neu entstandenen Bundesländer überführt werden sollte. Für die Neuordnung war mit Rudolf Mühlfenzl eigens ein Rundfunkbeauftragter eingesetzt worden. Ideen eines Dritten Deutschen Fernsehens, parallel zur Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) und dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF), wie auch einer gemeinsamen Ostdeutschen Rundfunkanstalt setzten sich jedoch nicht durch.[23] Die durch die Christlich Demokratische Union (CDU) regierten Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen entschieden sich zur Gründung des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR), während Brandenburg mit dem Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB) eine eigene Rundfunkanstalt gründete und sich Mecklenburg-Vorpommern dem Norddeutschen Rundfunk (NDR) anschloss. Die neu entstandenen Rundfunkanstalten orientierten sich dabei stark an den bestehenden Rundfunkanstalten im Westen – mit all ihren Schwächen und Fehlern, wie der Leipziger Medienwissenschaftler Marcel Machill in seinem Buch »Medienfreiheit nach der Wende« kritisiert.

23 Vgl. Themen und Frequenzen: Das Ende des DDR-Rundfunks. Themen & Frequenzen, 4/2010, S. 10f.

Machill zieht ein eher düsteres Fazit der Medienentwicklung in den neuen Ländern, ohne damit die Leistungen der Revolution schmälern zu wollen.[24] Es hätten sich, so seine Meinung, auch andere, gänzlich neue Strukturen herausbilden können: »Stellen wir uns für einen kurzen Augenblick eine bundesdeutsche Medienlandschaft vor, in der es einen großen öffentlich-rechtlichen Rundfunksender für die ostdeutschen Bundesländer mit einzelnen Funkhäusern in den Landeshauptstädten gibt. Stellen wir uns zweitens eine Tageszeitung vor, die in Konkurrenz zu dem Qualitätsblatt aus München Ostdeutsche Zeitung heißt und regional verwurzelt eine Pressestimme für ganz Deutschland ist – bloß mit einer ostdeutschen Perspektive.«[25]

Aber wäre das tatsächlich eine realistische Option gewesen – und hätte eine starke Ost-Presse die Rolle der ostdeutschen Bundesländer in der wiedervereinigten Bundesrepublik verändert? Oder sind das nur Schwärmereien für eine ostdeutsche Identität, die es in Wirklichkeit nie gab und die erst aus der Defensive, in den Jahren nach der Wiedervereinigung, entstanden sein mag – als gefühlt »benachteiligter Teil« der Bundesrepublik?

Fest steht: Die Medienpolitik der Nachwendezeit glaubte sich unter enormen Zeitdruck. Sie wurde gesteuert von Politikern, die aus dem Westen kamen und entsprechend systemkonform eingestellt waren.[26] Es ist nachvollziehbar, dass sie das Rad nicht neu erfinden wollten. Wer beim Wandel des Mediensys-

*Foto: Volkmar Heinz*

*Leitartikelrunde bei der »Leipziger Volkszeitung«. Von links: Politikredakteurin Dr. Anita Kecke, Redakteur Armin Görtz, LVZ-Chefredakteur Bernd Hilder, Kulturredakteur Jürgen Kleindienst, stellv. Chefredakteur Micha Schneider.*

24 Vgl. Machill, Marcel, (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 9.

25 Machill, Marcel, (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 9.

26 Vgl. ebd., S. 18.

tems die fehlende Innovationsfreude kritisiert, wird wohl auch den Wandel des gesamten Systems kritisieren (müssen).

Auch wenn sich der eine oder andere Wenderevolutionär möglicherweise etwas anderes gewünscht hat, so kann doch festgehalten werden, dass die Medienlandschaft heute vielfältiger und vor allem freier gestaltet ist als noch vor der Wende. 20 Jahre nach der Friedlichen Revolution ist die Presse- und Rundfunklandschaft im Freistaat ein wichtiger politischer Faktor geworden. Die Zeitungs- und Rundfunkjournalisten verstehen sich auch als Kontrollorgan von Politik und Institutionen – und werden dieser Aufgabe durchaus gerecht.

Hinzu kommt die wirtschaftliche Seite: Im Jahr 2006 arbeiteten in Sachsen rund 3.300 Personen im Pressemarkt und ebensoviele im Rundfunk, davon 2000 Beschäftigte beim Mitteldeutschen Rundfunk. Der sächsische Pressemarkt setzte über 400 Mio. Euro um, die private sächsische Rundfunkwirtschaft kommt auf 140 Mio. Euro Umsatz.[27]
Unabhängig davon, wie es hätte anders kommen können: Kritiker sehen mit Sorge die extreme wirtschaftliche Ausrichtung der einzelnen Medien in Richtung Gewinnmaximierung, für die Synergien rücksichtslos genutzt werden. Medienkonvergenz mache sich breit und zerstöre die Vielfalt, heißt es.

»20 Prozent der Deutschen lebt in den neuen Ländern, die Verlage der Westzeitschriften verkaufen dort aber nur zehn Prozent ihrer Auflage.«[29]

Angesichts des großen wirtschaftlichen Drucks auf die einzelnen Medienunternehmen und damit auch die Medien selbst stellt sich zunehmend die Frage, ob die Medien überhaupt

*Foto: MDR*

27 Vgl. SMWA; SMWK (Hrsg.): Kulturwirtschaftsbericht 2008. S. 40f und S. 58f, URL: http://www.smwa.sachsen.de/set/431/KWB2008.192803.pdf, Abrufdatum: 05.11.2010.

noch in der Lage sind, ihre Funktion in der Demokratie wahrzunehmen. Denn die Demokratie hat ihnen die Aufgabe zugedacht, zum Meinungsbildungsprozess und zur Entfaltung jedes Einzelnen beizutragen.

Unabhängig davon, für wie gefährdet oder geschwächt man die Medienlandschaft hält, steht der Branche ein grundsätzlicher Wandel bevor: Denn Internet und Digitalisierung werden die Medienlandschaft wie auch die Medienrezeption weiterhin stark verändern, wenn nicht sogar komplett umkrempeln.

## Die mediale Wiedervereinigung steht noch aus – Mediennutzung in Sachsen

Die Mediennutzung der Sachsen unterscheidet sich heute nur marginal von der in den übrigen Ost-Bundesländern. Allerdings gibt es einen deutlichen Unterschied in der Mediennutzung Ost und West. So schauen die Ostdeutschen im Schnitt fast eine Stunde mehr Fernsehen am Tag als die Westdeutschen, die am Tag gut 3,5 Stunden fernsehen.[28] Sachsen liegt mit 4 Stunden und 29 Minuten in dem Ranking knapp hinter Sachsen-Anhalt (4:30 Stunden) und Thüringen (4:33 Stunden). Auch die Programmauswahl unterscheidet sich: Während im Westen die Tagesschau die relevante Nachrichtensendung im Fernsehen ist, schauen die Ostdeutschen wesentlich lieber die Nachrichten des Privatsenders RTL Television.

Auch bei der Nutzung von Zeitschriften und Tageszeitungen unterscheiden sich die Ost- von den Westdeutschen. So hat es bislang keiner der überregionalen »Westtitel« geschafft, im bevölkerungsstärksten östlichen Flächenland eine meinungsbildende Rolle zu übernehmen. Vielmehr gilt – was angesichts der Altersstruktur der Leserschaft nicht jedem jungen Ostdeutschen recht sein dürfte – die SUPERillu als das Zentralorgan der Ostdeutschen (vgl. Kapitel Print). Die Tatsache, dass Titel wie SPIEGEL, Stern oder Focus sich im Osten wesentlich

28 Alle Zahlen zur TV-Nutzung beziehen sich auf den Zeitraum Januar bis Juli 2010. Quelle: Fernsehkonsum. Ossis schauen länger als Wessis. Focus Online, URL: http://www.focus.de/kultur/medien/fernsehkonsum-ossis-schauen-laenger-als-wessis_aid_538864.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

29 Fuchs, Christian: Was liest man im Osten? Report Zwickau. sueddeutsche.de, 06.11.2010, URL: http://www.sueddeutsche.de/medien/was-liest-man-im-osten-report-zwickau-1.1020137, Abrufdatum: 10.11.2010.

30 Vgl. Ahbe, Thomas (u.a.): Die Ostdeutschen in den Medien.
31 Unkart, Diana: Studie. Die Westmedien und der undankbare Ossi. Südthüringer Zeitung, 23.03.2010, URL: http://www.stz-online.de/nachrichten/thueringen/seite3thueringenstz/art2448,1078069, Abrufdatum: 05.11.2010.
32 Vgl. Stawowy, Peter: »Zeit für Sachsen«: Auflagenplus durch Regionalseiten. Flurfunk Dresden, 17.01.2011, Abrufdatum: 17.01.2011.

schlechter als im Westen verkaufen, hat zu einer Art medialem Rückzug der großen Zeitschriftentitel geführt. Die Süddeutsche Zeitung beschreibt es so: »Im Printgewerbe steht auch zwei Jahrzehnte nach der Wende eine Mauer der Gewohnheiten.«

Das deutet auf ein grundsätzliches Problem hin: Medial ist Deutschland keineswegs vereint. Das bestätigt die Studie »Die Ostdeutschen in den Medien«[30], die ein Wissenschaftler-Team aus Jena im Januar 2010 vorgelegt hat. Die Forscher kamen zu dem Ergebnis, dass 20 Jahre nach der Einheit in vielen bundesdeutschen Medien immer noch die gleichen Klischees und Vorurteile über Ostdeutsche gepflegt werden.

»Nehmen wir ein Format aus dem Fernsehen: Fremdenfeindlich, unsicher, unbeweglich und unzufrieden – das sind Eigenschaften, die den Ostdeutschen im ARD-Magazin Kontraste zugeschrieben wurden. Ostdeutsche können sich nicht mit der Marktwirtschaft anfreunden, nicht mit Geld umgehen, sie kommen mit der Demokratie nicht klar, sie sind zu sehr mit der Heimat verbunden, sie sind unflexibel und undankbar. Diese Elemente tauchen in unterschiedlicher Zusammenstellung immer wieder auf. Es gibt nicht den Medientypus Ossi, sondern Eigenschaften, die ihm zugeschrieben werden. Das bedeutet übrigens nicht, dass im Westen irgendwelche Dunkelmänner eine Kampagne gegen den Osten steuern.«[31]

DIE ZEIT hat im November 2009 den Versuch gestartet, diese mediale Trennung aufzubrechen. So gibt es seitdem jede Woche zwei Seiten in DIE ZEIT, die nur in Sachsen als bevölkerungsreichstem Ost-Land erscheinen und sich mit Themen aus der Region befassen. Gleichzeitig soll das Dresden-Büro auch für mehr Präsenz von Sachsen bzw. Ostdeutschland in der bundesweiten Ausgabe sorgen. Nach einem Jahr zog der Verlag eine erste, positive Bilanz. Man habe die Auflage im Schnitt um 2.000 Exemplare, vereinzelt sogar um bis zu 4.000 Exemplare steigern können[32] (vgl. auch Print – Zeitungen und Zeitschriften ab S. 53 ).

# Medien und Politik

# Medien und Politik

## Wer macht Medienpolitik in Sachsen?

Medienpolitik ist in Deutschland Ländersache. Jedes Bundesland kümmert sich folglich um die Regulierung der Medien in eigenen Gesetzen. Im Freistaat sind das das Sächsische Gesetz über die Presse[33] und das Sächsische Privatrundfunkgesetz[34].

33 Sächsisches Gesetz über die Presse (SächsPresseG).
34 Sächsisches Privatrundfunkgesetz (SächsPRG).

Während das Pressegesetz »insbesondere Anforderungen an den wahrheitsgemäßen Inhalt der Presseerzeugnisse«[35] stellt, regelt das Mediengesetz die Zulassung privater Rundfunkveranstalter, die Zuordnung von Frequenzen und die Beaufsichtigung der privaten Rundfunkveranstalter durch die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM).

Gesetzliche Grundlage für den MDR ist der Staatsvertrag über den Mitteldeutschen Rundfunk zwischen den Ländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Zur Koordination der gemeinsamen Standpunkte aller Bundesländer gibt es die

35 Sachsen.de: Medien. Rechtsgrundlagen. URL: http://www.medien.sachsen.de/12604.htm, Abrufdatum: 05.11.2010.

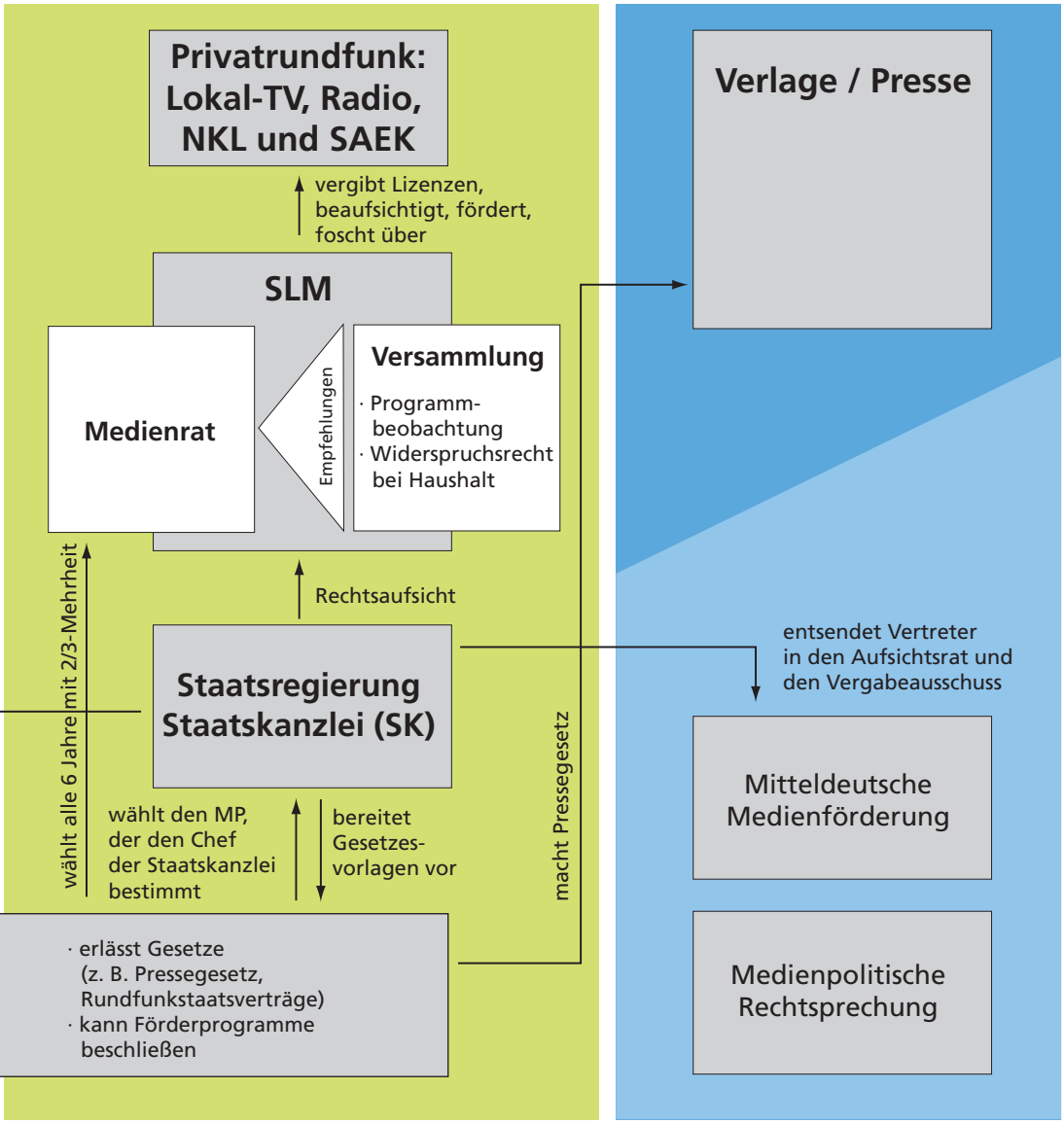


Foto: MDR

*Blick auf das Gelände des MDR in Leipzig.*

Rundfunkkommission der Länder – sie ist für die Rundfunk- und andere Staatsverträge mit Medienbezug zuständig, die letztendlich von den Landesparlamenten verabschiedet werden müssen.

Im Folgenden werden die zentralen Akteure der Medienpolitik in Sachsen kurz vorgestellt – die Beziehungen der einzelnen Institutionen zueinander sind dem Schema zu entnehmen.

## Die Sächsische Staatskanzlei

Zentraler Dreh- und Angelpunkt der sächsischen Medienpolitik ist die Staatskanzlei. Das Referat 34 kümmert sich um die Themen Medien und Medienrecht und vertritt den Freistaat bei medienpolitischen Beratungen der Bundesländer auf der Arbeitsebene. Das betrifft etwa Verhandlungen zum Rundfunkstaatsvertrag, der die Grundlage für das duale Rundfunksystem in Deutschland ist. Weitere relevante Vereinbarungen sind der Staatsvertrag über Rundfunk und Telemedien und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, die ebenfalls auf Länderebene geregelt werden. Die Positionen Sachsens spielten hier in den vergangenen Jahren eher eine nachgeordnete Rolle: Auf Bundesebene nimmt die Staatskanzlei von Rheinland-Pfalz eine führende öffentliche Rolle ein, denn sie leitet im Auftrag der Länder-Ministerpräsidenten die Rundfunkkommission der Länder.

In der jüngeren Vergangenheit hat der Chef der Sächsischen Staatskanzlei Johannes Beermann (CDU) vermehrt öffentlich Stellung zur Höhe der Rundfunkgebühren genom-

men – im Jahr 2010 immerhin 7,6 Mrd. Euro. Das sind die Gelder, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk finanzieren und die durch die Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik (GEZ) bislang pro Empfangsgerät, künftig pauschal von jedem Haushalt erhoben werden. So trat Beermann in Interviews für eine dauerhafte Festschreibung des neuen Rundfunkbeitrags ein. Dabei stellte er sogar die Umfänge der öffentlich-rechtlichen Programme in Frage – und erntete prompt Kritik, der öffentlich-rechtliche Rundfunk habe staatsfern zu sein und man verbitte sich jede Einmischung.

Im April 2011 übernahm der Sächsische Ministerpräsident Stanislaw Tillich (CDU) den Sitz im ZDF-Verwaltungsrat vom ehemaligen hessischen Ministerpräsidenten Roland Koch (CDU). Kurze Zeit später übernahm die Sächsische Staatskanzlei die medienpolitische Koordination der CDU-geführten Bundesländer – diese war durch die CDU-Wahlniederlage in Baden-Württemberg vakant geworden. Spätestens damit dürfte die Staatskanzlei das selbst gesetzte Ziel erreicht haben, beim Thema Medienpolitik auf der Bundesebene eine wesentlich größere Rolle zu spielen.

*Foto: S. Giersch*

*Sächsische Staatskanzlei, Dresden*

## Die Parteien im Sächsischen Landtag

Die einzelnen Fraktionen im Sächsischen Landtag haben jeweils medienpolitische Sprecher. Sie koordinieren die Positionen der Parteien in medienpolitischen Fragen, etwa bei Gesetzesvorlagen der Staatskanzlei, und treten bei medienrelevanten Entscheidungen als Redner auf. Die Fraktionen von Parteien, die mindestens in zwei der drei Landtage von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen vertreten sind, haben außerdem Anspruch auf Sitze im MDR-Rundfunkrat. Die Bestimmung der Mitglieder des Medienrats der SLM schließlich erfordert im Landtag eine Zweidrittelmehrheit, unterliegt also den Absprachen zwischen einzelnen Fraktionen.

Medienpolitik ist unter Politikern nicht gerade das begehrteste Themenfeld, da sie kaum der eigenen Profilierung dient: Sie gilt als sehr komplex und wenig öffentlichkeitswirksam. Branchenvertreter beklagen daher nicht selten die mangelnde Kompetenz auf Seiten der Parteivertreter; deren Expertise beruhe im Wesentlichen darauf, dass die medienpolitischen

*Im Plenarsaal des Sächsischen Landtags*

*Foto: S. Giersch*

Sprecher selbst Zuschauer, Hörer und Leser seien. Tatsächlich mangelt es der überwiegenden Zahl der medienpolitischen Akteure im Sächsischen Landtag an Profilierung: Es gibt aktuell niemanden, der öffentlich Schwerpunkte setzt oder die Medienpolitik über die Arbeitskreise hinaus populärer macht. Medienpolitische Themen dringen nur äußerst selten in die Öffentlichkeit – Medienpolitik wird primär auf den Gängen des Landtags und in der Staatskanzlei diskutiert und entschieden. Das mag auch damit zusammenhängen, dass Medienpolitik für die einen Kulturpolitik ist, während andere eher die Konzentration auf die wirtschafts- und technologiepolitischen Aspekte legen.

Das grundsätzliche Konstrukt, die Medienpolitik bei den Ministerpräsidenten und damit den Medienreferaten der Staatskanzleien anzusiedeln, trägt ebenfalls dazu bei, dass es in Sachsen selten zu breit angelegten, öffentlichen Debatten über medienpolitische Fragen kommt. Vielmehr bestätigt die Mehrheit im Landtag meist nur, was das Medienreferat der Staatskanzlei mit den übrigen Bundesländern ausgehandelt und zur Gesetzesvorlage verarbeitet hat.

## Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien

Um die Belange des privaten Rundfunks in Sachsen, also von Radiosendern und Fernsehstationen, kümmert sich die SLM. Die konkreten Aufgaben sind im Sächsischen Gesetz über die Presse benannt. Die SLM selbst unterteilt ihr Aufgabenspektrum in die Bereiche »Kontrollieren und Gestalten«, »Fördern und Beraten«, »Forschen und Analysieren« und »Informieren und Auszeichnen«.[36] Dabei zählt die SLM die Sicherung der Angebots- und Meinungsvielfalt zu einer ihrer zentralen Aufgaben. Zuständige Rechtsaufsichtsbehörde für die SLM ist die Sächsische Staatskanzlei.

Macht die SLM Medienpolitik? Aktiv sicher nicht, stimmt das doch nicht mit ihrem gesetzlichen Auftrag überein. Und doch sind insbesondere die Positionen des SLM-Medienrats als zentrales Steuerungsgremium der SLM politisch von großem Einfluss. Zumal die Zusammensetzung des Führungsgremiums durchaus fein abgestimmt nach Parteienproporz innerhalb des Landtags erfolgt, der die Medienratsmitglieder mit einer Zweidrittelmehrheit wählen muss. Machill spricht hier von einem

36 SLM-Online.de: Aufgaben. URL: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,17,nodeid,17.html, Abrufdatum: 11.3.2011.

ungewöhnlich hohen Staatseinfluss auf die SLM, der in der Form in der Bundesrepublik durchaus nicht üblich sei.[37]

Eine der zentralen medienpolitischen Fragen, die aktuell von der SLM begleitet wird, ist beispielsweise die zukünftige digitale Verbreitung von Radio. Erst zum Jahresanfang 2011 haben private und öffentlich-rechtliche Radioanbieter gemeinsam mit Vertretern aus der Wirtschaft eine Vereinbarung zur Weiterentwicklung des digitalen Radios Digital Audio Broadcasting plus (DAB+) unterzeichnet. Die SLM begleitet diese Entwicklung intensiv und öffentlichkeitswirksam, unter anderem durch die Position ihres Geschäftsführers Martin Deitenbeck als Vorsitzender der Technischen Konferenz der Landesmedien-anstalten (TKLM). Allerdings steht die Umstellung auf die neue Technik vor dem Problem, dass die Nutzer keine neuen Empfangsgeräte anschaffen, solange kein ausreichendes Angebot an Sendern zu empfangen ist; die Sender wiederum scheuen die hohen Kosten der neuen Technik, für die es bislang kaum Empfänger gibt. So wirbt die SLM massiv für die neue Technik. Der Landtag hat in den vergangenen Jahren schon mehrfach die UKW-Abschaltung per Gesetz beschlossen – und später wieder verschoben. Offenbar lässt sich die Umstellung auf eine neue Technik nur schwer vom Gesetzgeber verordnen. Kritiker meinen, der Markt solle sich an der Stelle selbst regulieren, was von der Staatskanzlei und Vertretern der SLM jedoch als fatal für den privaten Radiomarkt angesehen wird – das Medium Radio brauche einen eigenen technischen Standard und müsse unabhängig von beispielsweise der Verbreitung im Internet bleiben.

Die anstehende technische Neuerung führt auch dazu, dass in Sachsen keine neuen Frequenzen vergeben werden – mit der Begründung, dass UKW ja zeitnah abgeschaltet werde. Die Einführung der neuen Technik zieht sich jetzt aber seit fast 20 Jahren hin und die technischen Standards haben sich in dieser Zeit schon mehrfach weiterentwickelt.

Aus Sicht der Freien Radios agiert die SLM ebenfalls durchaus politisch, wenn sie die 59 lokalen Fernsehanbieter in Sachsen durch Studien und Veranstaltungen intensiv unterstützt, die Freien Radios in Sachsen, die klar dem politisch linken Spektrum zuzuordnen sind, allerdings nur sehr begrenzt fördert. Die SLM verweist in diesem Zusammenhang jedoch darauf, dass finanzielle Unterstützung der Freien Radios nicht mit dem gesetzlichen Auftrag der Landesanstalt konform gehe.

37 Ebd. Die wesentlich größere Versammlung der SLM als weiteres Gremium hat faktisch keine Entscheidungsgewalt – der Medienrat ist lediglich gehalten, die Entscheidungen der Versammlung angemessen zu berücksichtigen.

*Foto: MDR/Krammisch*

*MDR-Landesfunkhaus Sachsen in Dresden*

## MDR: Rundfunkrat und Intendanz

Wichtigstes Gremium des MDR aus politischer Sicht ist der Rundfunkrat. Er überwacht den Programmauftrag, der im Staatsvertrag festgeschrieben ist, und wählt den Intendanten, den er außerdem in allgemeinen Programmangelegenheiten berät. Der Verwaltungsrat, der durch den Rundfunkrat gewählt wird, kontrolliert die Geschäftsführung des Intendanten. Er ist für den Erlass der Satzung der Rundfunkanstalt sowie die Feststellung von Wirtschaftsplänen und Jahresabschlüssen zuständig.

Der MDR-Rundfunkrat wählt den Intendanten sowie auf dessen Vorschlag hin acht Direktoren. Die einzelnen Direktoren verantworten jeweils die Abteilungen Hörfunk, Fernsehen, die drei Landesfunkhäuser in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie die juristische Direktion, Betriebsdirektion und die Verwaltungsdirektion.

Die 43 Mitglieder des MDR-Rundfunkrates »vertreten dabei die Interessen der Allgemeinheit und sind nicht an Aufträge von Parteien oder Organisationen gebunden«, heißt es auf der Seite des Senders.[38] De facto aber haben die Mehrheitsverhältnisse in den drei Länderparlamenten auch Auswirkungen auf die Zusammensetzung des Rundfunkrates: Denn unter den Rundfunkrats-Mitgliedern finden sich sowohl Vertreter der Landesregierungen von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen als auch Partei-Vertreter der in mindestens zwei Landesparlamenten vertretenen Parteien. Weitere Mitglieder stammen von gesellschaftlichen Gruppen, die vom Landtag bestimmt werden: Kirchen, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbände,

38 Vgl. MDR Rundfunkrat: Rundfunkrat vertritt Interessen der Allgemeinheit. 16.02.2010, URL: http://www.mdr.de/mdr-rundfunkrat/6388962.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

Foto: MDR

*Die MDR Zentrale in Leipzig*

diverse weitere Verbände und andere wichtige gesellschaftliche Gruppen und Institutionen entsenden Mitglieder[39], die nicht selten selbst bestimmten Parteien nahestehen.

Kritisch hinterfragt werden darf, wessen Interessen das Gremium eigentlich vertritt. Die Gremienmitglieder müssen sich den Vorwurf gefallen lassen, dass sie als Anwälte des Senders auftreten, statt die Interessen der Gesellschaft zu vertreten. Auch darf hinterfragt werden, ob bei den komplizierten und teilweise technischen Themen, die der Rundfunkrat bearbeitet, die eigene Mediennutzungserfahrung der einzelnen Mitglieder ausreichend ist. Oder ob es nicht besser wäre, ein Gremium aus Medienexperten zu haben, in dem technischer und kommunikationswissenschaftlicher Sachverstand versammelt ist. Und auch in einem dritten Punkt fällt auf, dass die angemessene Vertretung der Bevölkerung durch die bestehende Konstruktion Grenzen hat: Gerade einmal vier von 43 Rundfunkräten sind weiblich. In der Landesgruppe Sachsen sind überhaupt keine Frauen vertreten.

39 Vgl. Ebd.

Naturgemäß verfolgt der Intendant des MDR eigene medienpolitische Ziele, die nicht unbedingt mit denen des Rundfunkrates einhergehen, beispielsweise in Gebührenfragen. Manchmal betrifft das sogar Programmfragen: So kritisierte der MDR-Rundfunkrat im Dezember 2010 den Beschluss der ARD-Intendanten, ab Herbst 2011 wöchentlich fünf Talkshows im ARD-Abendprogramm auszustrahlen.

Während die Programmaufsicht über den MDR beim Rundfunkrat liegt, sind die Staatskanzleien der drei Länder für die Rechtsaufsicht über die Anstalt zuständig. Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen wechseln sich dabei im Zwei-Jahres-Rhythmus ab.

## Verbände und Institutionen

Eher unauffällig agieren die einzelnen Verbände im Freistaat Sachsen, wenn es um medienpolitische Fragen geht. Zwar gibt es den Verband Sächsischer Zeitungsverleger (VSZ) in Leipzig, dieser tritt medienpolitisch jedoch ausgesprochen selten in Erscheinung. Auch die privaten Radio- oder TV-Veranstalter unterhalten enge Kontakte zur Staatskanzlei und den relevanten Medienpolitikern und -akteuren. Mit Sorge betrachtet man hier etwa die Entwicklung, dass Zeitungshäuser wie das der LVZ zunehmend Video-Beiträge für die eigene Webseite erstellen – die Grenzen zwischen den Mediengattungen also verschwimmen.

Tarifpolitik dagegen ist die zentrale Tätigkeit von Organisationen wie der sächsischen Sektion des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) oder der Gewerkschaft Verdi. Gelegentlich nehmen sie außerdem Stellung zu medienpolitischen Themen.

Weniger Medienpolitik im Sinne von Sendern und Verlagen als vielmehr Standort- und Kulturpolitik sind die Aufgaben der Mitteldeutschen Medienförderung, die gemeinsam vom Freistaat Sachsen, dem Land Sachsen-Anhalt, dem Freistaat Thüringen sowie dem MDR und dem ZDF seit 1998 betrieben wird. Mit einem jährlichen Budget von 12,8 Mio. Euro ist die Gesellschaft gehalten, die heimische Filmproduktion in Mitteldeutschland zu unterstützen und zu fördern. Im Aufsichtsrat und im Vergabeausschuss der Mitteldeutschen Medienförderung ist die Sächsische Staatskanzlei gleich mehrfach personell vertreten – etwa durch deren Leiter Johannes Beermann (CDU).

## KI.KA-Skandal: schwache sächsische Medienpolitik

»Metapolitik«[40] nennt Lutz Hachmeister die Medienpolitik, unterscheide sie sich doch erheblich von den anderen Politikfeldern wie Gesundheits- oder Finanzpolitik. Andere Autoren sprechen von einem existentiellen Tauschverhältnis: »Publizität wird gegen Information getauscht. Erst in dieser wechselseitigen Dependenz vollziehe sich die Konstruktion der politischen Realität in den Massenmedien.«[41] Weil aber Medienpolitik anders als andere Themen keine direkt sicht- oder spürbaren Auswirkungen auf die Bevölkerung hat, wird sie häufig – besonders auf Länderebene – vernachlässigt.

Angesichts der großen Relevanz der Medien für die Politik und die gigantischen finanziellen Mittel, die der öffentlich-rechtliche Rundfunk inzwischen zur Verfügung hat, verwundert, dass die Landtage in der gesamten Bundesrepublik die Medienpolitik so sehr den Staatskanzleien überlassen. Wenn sie auch formal als Legislative zuständig sind und beispielsweise Rundfunkstaatsverträge jeweils ratifizieren müssen, so liegt doch die Initiative gewöhnlich in den Medienreferaten der Staatskanzleien. Gerade bei Medienthemen verabschiedet auch die Mehrheit im Sächsischen Landtag im Grunde nur, was zuvor auf Länderebene durch die Vertreter der Staatskanzleien ausgehandelt worden ist.

Der Betrugsskandal beim öffentlich-rechtlichen Kinderkanal (KI.KA) vom Jahreswechsel 2010/2011 kann als Beispiel dienen, wie wenig Einfluss die gewählten Volksvertreter im Grunde auf den wohl größten Faktor der staatlichen Medienpolitik, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, haben – beziehungsweise haben wollen. Der KI.KA ist ein Gemeinschaftsprojekt von ARD und ZDF, das vom MDR federführend betreut wird. Anfang Dezember 2010 durchsuchten Ermittler die Räume des KI.KA in Erfurt. Grund für die Ermittlungen war, dass ein leitender Mitarbeiter über mehrere Jahre vermutlich bis zu 8 Mio. Euro durch Scheinrechnungen veruntreut hatte. MDR-Intendant Udo Reiter erklärte sich Mitte Januar 2011 vor dem Rundfunkrat und sicherte größtmögliche Transparenz bei der Aufklärung zu; personelle Konsequenzen lehnte er zunächst ab.

40 Hachmeister, Lutz: Grundlagen der Medienpolitik. S.9.

41 Schicha, Christian: Öffentlichkeit und Journalismus in der Mediendemokratie. S. 26.

Auch wenn der MDR per Gesetz staatsfern sein muss: Warum ist ein Betrug in dieser Dimension, in dem es am Ende doch um Gelder der Bürger geht, nicht ein Thema, mit dem sich die betroffenen Landtage in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen beschäftigen? Die Bemühungen der Thüringer Linken, MDR-Intendant Reiter im Landtag zur Rede zu stellen, führten zumindest zu Anhörungen im zuständigen Ausschuss – in Sachsen aber scheint man die Meinung zu vertreten, dass der Rundfunkrat sich schon kümmern werde. Der Journalist Joachim Huber schrieb im Januar 2011 in einem Kommentar für den Tagesspiegel:

»Die Konsequenzen aus den Skandalen? Verfeinerte Kontrollverfahren, Revisoren, bis an die Zähne bewaffnet. Richtig und ungenügend zugleich. Nicht ein Betrug hat bei jenen, die in den Chefetagen Verantwortung tragen, die Karriere behindert, beschädigt, gestoppt, nicht bei Beckmann, nicht bei Kulenkampff. Pech gehabt, dumm gelaufen, Mund abwischen, das sind die Reaktionsmuster. Und so geschieht es wieder im MDR-Reich von Udo Reiter. Der böse Betrüger sitzt in Haft, die gutwillig Betrogenen sitzen im Sender. Schuld und Verantwortung werden in die Strukturen wegdelegiert. Praktisch und bequem.«[42]

Es bleibt das traurige Fazit: Medienpolitik findet in Sachsen wie auch in der übrigen Bundesrepublik im Wesentlichen ohne öffentliche Diskussion statt. Über die Gründe kann man nur spekulieren: Wahlweise fehlt es schlicht an Kompetenz in der Politik und der darüber berichtenden Presse. Medienpolitiker selbst führen an, dass man mit komplizierten Themen in der Öffentlichkeit nicht punkten könne – es handle sich also schlicht um ein Themenfeld, dass wenig zur eigenen Popularität beitrage. Kritiker dagegen unterstellen, dass weder Medien noch Politik die Strukturen des gemeinsamen Zusammenspiels mit einer breiten Öffentlichkeit teilen wollen.

## Zwischen Kontrolle und Beeinflussung

Zwar sind in der Bundesrepublik die Medien staatsfern und es verbietet sich für jeden Politiker, direkten Einfluss auf die Inhalte nehmen zu wollen. Gleichzeitig aber bestehen (wie oben ausgeführt) enge Verbandelungen zwischen Medien und Politik, beispielsweise über die Rechtsaufsicht oder die Regelungen von

42 Huber, Joachim: Mund abwischen. Tagesspiegel, 18.01.2011, URL: http://www.tagesspiegel.de/medien/mund-abwischen/3709250.html, Abrufdatum: 29.1.2011.

Lizenzen und Gebührenverteilung. Und da Medien in der Vermittlung von politischen Inhalten eine zentrale Rolle spielen, liegt es natürlich im Interesse von Politikern und Parteien, möglichst den eigenen Einfluss auch inhaltlich geltend zu machen.

Die Grenzen aber, wann die Tätigkeit des Kontrolleurs die Pressefreiheit einschränkt, sind schwer zu ziehen: So ist der Einfluss der Politik besonders auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bundesweit nicht erst in der Diskussion, seit der Sprecher der Bundesregierung Ulrich Wilhelm zum Intendanten des Bayerischen Rundfunks gewählt worden ist. Schaut man sich die Besetzung von Leitungsposten beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk an, so ist es ein offenes Geheimnis, dass ein passendes Parteibuch, je nach Regierungskonstellation, der eigenen Karriere durchaus zuträglich sein kann – falls es nicht sogar notwendig ist.[43]

Die MDR-Rundfunkräte wiederum, gleich welcher Partei, nutzen ihre Möglichkeit beziehungsweise das Recht als höchste Kontrollinstanz der Sendeanstalt, inhaltliche Nachfragen bei den Verantwortlichen der einzelnen Programme zu stellen. So sollen Anrufe von MDR-Rundfunkräten bei Programmverantwortlichen fast an der Tagesordnung sein. Dabei ist fraglich, ob man hier schon von einer Einschränkung der Rundfunkfreiheit sprechen kann, schließlich sind verschiedene politische Richtungen im Rundfunkrat vertreten und die Kontrolle des Programmauftrags eine der zentralen Funktionen der Gremiumsmitglieder. Und doch: Innerhalb der Sendeanstalt wird kolportiert, dass es auch schon direkte Anrufe aus der Staatskanzlei ins Landesfunkhaus gegeben haben soll, um die Berichterstattung im Regierungssinne zu beeinflussen. Hier liegt es dann in der Hand des einzelnen Journalisten, welche Entscheidung er trifft.[44]

Manchmal wird die enge Verzahnung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit der Politik an einzelnen Personen deutlich: So arbeitete der ehemalige Regierungssprecher Peter Zimmermann (CDU) vor seiner Tätigkeit in der Sächsischen Staatskanzlei als Geschäftsführer beim Privaten Sächsischen Rundfunk (Radio PSR). Sein Zuständigkeitsbereich dort war unter anderem die Medienpolitik. Inzwischen ist Zimmermann, der außerdem in der Mitteldeutschen Medienförderung den Vorsitz des Aufsichtsrats innehat, als Staatssekretär Medien und Regierungssprecher nach Thüringen gewechselt. Im Sommer 2010 scheiterte sein Versuch, in den MDR-Verwaltungsrat

43 Um Missverständnissen vorzubeugen: Anders als zu SED-Zeiten, als nur die Nähe zu der einen Partei bei der Karriere weiterhelfen konnte, haben heute nahezu alle politischen Richtungen Einflussbereiche. So ist gerade in der Medienpolitik der Einfluss der Opposition bei der Besetzung von Posten nicht zu unterschätzen.

44 Zur Kritik am Konstrukt Rundfunkrat vgl. auch Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 29.

gewählt zu werden, an fehlender Zustimmung durch die übrigen Rundfunkratsmitglieder. Das wäre in der Tat ein Novum gewesen: ein direkter Regierungsvertreter in einem der höchsten Gremien des MDR, der auch noch als Privatradio-Mann gilt. Gleichzeitig wies Zimmermann das Ansinnen der Thüringer Linken zurück, die Verantwortlichen des KI.KA-Betrugsskandals im Landtag zu befragen. Zur Begründung führte er laut einem Medienbericht an, dass die Zeiten vorbei seien, »in denen der Staat die Kontrolle über die Medien ausübte«[45].

»Von einer staatlichen Lenkung kann im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 20 Jahre nach der Wende keine Rede mehr sein, von einer Staatsferne, die das öffentlich-rechtliche System charakterisieren soll, aber auch nicht. Dies ist kein rein ostdeutsches Problem, sondern kennzeichnet die gesamtdeutsche Rundfunklandschaft. Allerdings hätte man vor 20 Jahren die Möglichkeit gehabt, durch umfassende Reformen neu zu starten. Das ist nicht passiert. (…)[46]

## Politikberichterstattung in Sachsen

Während die Politiker direkten Einfluss nur selten ausüben können, ist der Einfluss der Medienberichterstatter auf die Politik täglich zu lesen, zu sehen und zu hören. Dabei ist die Qualität der Berichterstattung immer wieder in der Kritik – und nicht selten pflegen Politiker das Feindbild Medien – teils berechtigt, teils aber auch, um von den eigenen Schwächen abzulenken.

Es gibt keine wissenschaftlich einheitlichen Maßstäbe, um die Qualität der Medienarbeit zu beurteilen oder sogar zu »messen«. Natürlich könnte die Berichterstattung immer noch ausführlicher, tiefgehender und differenzierter sein – es kommt immer auf die Perspektive an, aus der man die Situation betrachtet. Hinzu kommt, dass jeder Mensch für sich Politik und also Politikberichterstattung unterschiedlich definiert. Wissenschaftlich gilt zumindest als belegt, dass der Nachrichtenfaktor Negativismus in den Medien in den vergangenen Jahren eine immer größere Rolle spielt: Ein Ereignis wird desto eher zur Nachricht, je negativer es ist.

Die Verpackung von Inhalten in kleine Häppchen und das Streben der Berichterstattung nach einer simplen Unterteilung in Gut und Böse erschweren gleichzeitig das Verständnis von politischen Inhalten. Dabei wird das »Gut und Böse«-Spiel nicht selten von der Politik bedient.

Doch werden die Medien so ihrer gesellschaftlichen Aufgabe überhaupt noch gerecht? Geht es nicht immer mehr um oberflächliche, quotenträchtige Unterhaltung? Oder darum, ein passendes Umfeld für Werbung zu schaffen? Studien haben ergeben, dass »nur jeder dritte Deutsche [...] Journalisten und Medien für glaubwürdig«[47] hält. Dabei hilft nicht, dass die

45 Wetzel, Matthias: Linke will KiKa-Verantwortliche wegen Betrugsaffäre befragen. Digital-Fernsehen, 14.01.2011, URL: http://www.digitalfernsehen.de/Linke-will-Kika-Verantwortliche-wegen-Betrugsaffaere-befragen.47392.0.html, Abrufdatum: 25.01.2011.

46 Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 27.

47 Donsbach, Wolfgang (u.a.): Publizistischer Mehrwert von privatem Ballungsraumfernsehen. Band 20, S. 10.

Medien gewöhnlich in unterschiedliche Qualitätsstufen einteilbar sind, man also Tageszeitungen und öffentlich-rechtlichem Rundfunk eine höhere Qualität unterstellt als beispielsweise der kostenlosen Wochenzeitung. Denn der Quotendruck wie auch die daraus folgende Diskussion hat die großen Tageszeitungen genau wie die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten längst erfasst.

»Den Medien wird in jeder Auseinandersetzung hohe Bedeutung beigemessen. Und da nichts als Realität wahrgenommen wird, was nicht in den Medien vorkommt, wird natürlich auch in diesen Zeiten um ihre Unterstützung gerungen.«[51]

Problematisch für die Rolle der Medien in der Demokratie und also das Verhältnis zur Politik ist die große Bildhaftigkeit, auf die die meisten Medien angewiesen sind. Besonders das Fernsehen, das nach wie vor als Leitmedium gilt, ist auf eindrucksvolle Bilder und nachvollziehbare Erzählstränge angewiesen. Man spricht in der Folge auch von der zunehmenden »Inszenierung« der Politik: Journalismus orientiere sich vermehrt an Skandalen, stelle die Abläufe in der Politik nur oberflächlich dar, konzentriere sich auf Personen und vernachlässige die Analyse zugunsten »von Wahlkampftaktik, Strategien, Stil-Fragen, Imageeinschätzungen, Kamerataugliche und Siegesspekulationen.«[48]

Auch wenn viele Politikberichterstatter heftig widersprechen würden: Die Berichterstattung über Politik könnte man mit einem Katz-und-Maus-Spiel vergleichen. Denn auch die Journalisten wissen um die Gefahren der plakativen Politik in der Mediendemokratie – zumal Politiker die Medienklaviatur immer besser beherrschen: »Andererseits führt die Beobachtung einer überinszenierten Politik dazu, dass Journalisten die Folgen einzuschränken suchen. Solche Überinszenierung schafft unter Journalisten ja Verdruss, wenn sie sich zu Marionetten eines politischen Systems herabgestuft sehen, und dieser Verdruss steigt umso mehr, wenn diese Überinszenierung mit offenkundig mangelnden Inhalten einhergeht.«[49] Der Verdruss führt nicht selten dazu, dass sich Politik-Journalisten selbst zu Akteuren wandeln[50] – also über Umwege und thematische Nebenschauplätze versuchen, eine eigene Form der politischen Gerechtigkeit herzustellen, wie sie es als richtig empfinden. Oder anders gesagt: Es ist für den politikberichterstattenden Journalisten sehr schwer, sich nicht als legitimer Vertreter des Wahlvolkes zu betrachten, der er nicht ist: Schließlich werden Politikjournalisten nicht gewählt. Wo aber ist genau die Grenze zwischen Berichterstattung, die dem Leser bei der Einordnung hilft, und subjektiver Kommentierung?

Es gibt in dem »Spiel« zwischen Medien und Politik keine Gewinner und keine Verlierer, keine Guten und keine Bösen

48 Schicha, Christian: Öffentlichkeit und Journalismus in der Mediendemokratie. S. 24, Fußnote.

49 Rutz, Michael: Meinungsbildungsprozesse und Medienmacht in Deutschland. S. 21f.

50 »Das Mediokratie-Modell (vgl. Meyer 2001) besagt, dass die Massenmedien im Verständnis einer »vierten Gewalt« selbst zu einem wesentlichen Teil die öffentliche Meinungsbildung und demzufolge auch die politische Agenda bis hin zur weitgehenden »Vereinnahmung der Politik durch Medien« (Westerbarkey 1995: 153) beeinflussen.« Schicha, Christian: Öffentlichkeit und Journalismus in der Mediendemokratie. S. 25.

51 Rutz, Michael: Meinungsbildungsprozesse und Medienmacht in Deutschland. S. 21.

Foto: S. Giersch

*Der noch bis Herbst 2011 amtierende MDR-Chefredakteur Wolfgang Kenntemich interviewt Sachsens Ministerpräsident Stanislaw Tillich im Landtag.*

– vielmehr gehört es schlicht zum System. In der sächsischen Politik ist es im Jahr 2010 wohl am Umgang mit dem liberalen Wirtschaftsminister Sven Morlok zu beobachten: Nachdem der noch vergleichsweise junge Minister der Freien Demokratischen Partei (FDP) das eine oder andere Fettnäpfchen – politisch wie auch im Umgang mit den Medien – mitgenommen hatte, hatten er und sein Ministerium bald einen schweren Stand bei der Journaille. »Einen Morlok bauen« war zum geflügelten Wort in der sächsischen Politikjournalisten-Szene geworden. Journalisten sind eben auch nur Menschen.

Für den einzelnen Journalisten ist die Grenze zwischen seriösem Berichterstatter und engagiertem Akteur inzwischen fließend[52]; so verwundert es wenig, dass auch von Politiker-Seite häufig Unzufriedenheit mit den Medien und der Qualität der Berichterstattung zu hören ist.

»Die sachgerechte Vermittlung politischer Entscheidungen reduziert sich oft auf personenorientierte spektakuläre Showdowns zwischen Konkurrenten (zum Beispiel ›Kanzler-Duelle‹).«[53]

Dennoch: Die Medienlandschaft in Sachsen – unabhängig von bestimmten Mechanismen in der Medienbranche – gewährleistet eine gewisse Vielfalt.[54] So ist bei den Journalisten, die sich im Freistaat mit Tagespolitik beschäftigen, durchaus eine beständige Konkurrenzsituation zu beobachten, also der Wettbewerb um Nachrichten und Themen. Auch ist, selbst wenn »mehr« immer noch besser wäre, die Medienlandschaft durchaus breit aufgestellt – man kann sicher nicht von einer einseitigen oder gefärbten Berichterstattung sprechen.

Darüber hinaus hat der Bürger durchaus zahlreiche Möglichkeiten, sich selbst vertiefend zu informieren: So bietet etwa der Sächsische Landtag seit 2008 einen Video-Live-Stream von den Landtagssitzungen und sogar die Möglichkeit, per Internet

52 Vgl. Langguth, Gerd: Zum Verhältnis zwischen Medien und Politik. Frankfurter Rundschau, 18.09.2000, URL: http://www.gerd-langguth.de/artikel/medien_politik.htm, Abrufdatum: 05.11.2010.

53 Hachmeister, Lutz/Hickethier, Knut: Fernsehen. S. 108.

54 Beispielsweise im Vergleich mit Mecklenburg-Vorpommern: 20 Jahre deutsche Presseeinheit. 23.09.2010, URL: http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1147770/20-Jahre-Deutsche-Presse-Einheit?flash=off, Abrufdatum: 05.11.2010.

Petitionen einzureichen.[55] Abgesehen davon sind jede Menge Presse- und andere Informationen der Verwaltung im Netz frei zugänglich.

## Sind einzelne Medien parteiisch?

Spannend ist, dass in informellen Kreisen immer wieder die Zuordnung einzelner Medien aufgrund der Berichterstattung zu einem bestimmten politischen Lager vorgenommen wird. »Es gibt kein wirklich konservatives Medium in Sachsen« oder »Die Tageszeitungen sind doch alle SPD« hört man beispielsweise häufiger auf den Fluren im Landtag. Diese These wird häufig mit dem Argument begründet, dass die Beteiligungsgesellschaft der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) – die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DD_VG) – an zwei von drei sächsischen Tageszeitungen (vgl. Print: Zeitungen und Zeitschriften, ab S. 53) direkte oder indirekte Anteile hält. Dagegen sprechen allerdings die Wahlergebnisse der SPD in Sachsen. Auch oder gerade, weil es wissenschaftliche Belege gibt, dass Berichterstattung durchaus Einfluss auf das Wahlverhalten haben kann. Die Zitate sind Hinweise darauf, wie angespannt das Verhältnis zwischen Medien und Politik – besonders und gerade außerhalb der Medienpolitik – ist. Im übrigen belegen Studien, dass Menschen, die sich einem Thema stark verbunden fühlen, die Berichterstattung über das eigene Thema grundsätzlich als feindlich gesinnt betrachten. Die Wissenschaft spricht hier vom hostile media effect.[56]

Harsche Kritik an der politischen Berichterstattung kommt aus extremistischen Kreisen: So sprechen gerade Vertreter des rechtsextremen Spektrums gern von den »Systemmedien«, die »gleichgeschaltet« im Sinne der demokratischen Parteien seien. Denn die rechtsextremen Positionen finden sich selten vollständig und wenn, dann meist sehr distanziert besprochen, in den großen Medien im Freistaat wieder. Der Grund ist simpel: Gerade Rechtsextreme arbeiten gern mit plakativen, häufig nicht verifizierten Aussagen und Klischees, die schlicht nicht der Wahrheit entsprechen. Diese können und dürfen aber nicht von den Medien einfach ungeprüft übernommen und weiterverbreitet werden, entspricht das doch nicht der journalistischen Sorgfaltspflicht. Rhetorisch feingeschliffene Hetze und Diffamierungen sind auch keine angemessenen Mit-

55 Vgl. Stawowy, Peter: webit!: Neuer Internetauftritt für den Landtag. Flurfunk Dresden, 21.08.2008, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2008/09/21/webit-neuer-internetauftritt-fur-den-landtag/, Abrufdatum: 29.10.2010.

56 Vgl. Hostile media effect. In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Abrufdatum: 05.11.2010.

tel im demokratischen Diskurs; verständlich also, dass die der Meinungsvielfalt verschriebenen Medien die extremistischen Aussagen meist nicht ungefiltert wiedergeben wollen.

Bedenklich in diesem Zusammenhang ist, dass sich mit dem Internet die Zahl der Medien quasi vervielfacht hat: Schon ist es möglich, für die eigene vorgefertigte Meinung (ob sie nun extremistisch ist oder nicht) stets auch eine »mediale«[57] Bestätigung zu finden. Oder anders gesagt: Wer sich extremistischem Gedankengut nahe fühlt, wird immer auch eine Bestätigung der eigenen Ansichten im Internet finden.

Und auch eine andere Entwicklung stimmt nachdenklich: Die immer größere Medienkonvergenz, also die Verschmelzung der einzelnen Mediengattungen miteinander, könnte die Qualität der politischen Berichterstattung (weiter) verschlechtern. Schon jetzt ist aus Sicht der Vielfalt zu bemängeln, dass der Freistaat Sachsen in großen Teilen sogenanntes Einzeitungsgebiet ist: »In drei von vier ostdeutschen Kreisen bzw. Kreisfreien Städten (73,5 %; Westdeutschland: 54,6 %) gibt es nur eine regionale Tageszeitung.«[58] Durchaus kritisch ist auch die Kooperation des MDR mit den großen Tageszeitungen: Schon sind in den Internetauftritten der Tageszeitungen einzelne Beiträge aus dem MDR-Sachsenspiegel und anderen Sendungen zu sehen. Es ist nicht auszuschließen, dass durch Kooperationen dieser Art die Breite der Berichterstattung leidet. Allerdings haben diese Videokooperationen – zumindest bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt – bislang nur begrenzte Reichweiten entwickelt.

## Aufgaben und Funktionen der Landespressekonferenz Sachsen

Eine zentrale Rolle in der Kommunikation rund um den Landtag spielt die sächsische Landespressekonferenz (LPK). Die LPK, als unabhängiger eingetragener Verein organisiert, hat zum »Ziel, den Informationsaustausch mit Landtag, Landesregierung, Parteien, Verbänden und öffentlichen Institutionen zu unterstützen.«[59] Die »aktive Gestaltung des landespolitischen Informationsaustausches«[60] passiert primär in Form von Landespressekonferenzen, in denen Politiker den Mitgliedern der LPK Rede und Antwort stehen. Darüber hinaus organisiert der Verein von seinem Pressezentrum im Landtag aus auch Hintergrundgespräche zwischen Journalisten und Politikern.

57 Gerade im rechtsextremen Spektrum gibt es Internetseiten, die vom ersten Eindruck her wie ein professionell gemachtes Medium aussehen, de facto aber eindeutig rechtsextremistische und der NPD nahestehende Positionen vertreten.

58 Seufert, Wolfang/Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland, S.31, zit. n.: SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 20. S. 11. Ferner ist anzumerken, dass politische Magazine wie SPIEGEL und Focus, aber auch überregionale Tageszeitungen wie FAZ und Süddeutsche Zeitung im Vergleich mit westlichen Bundesländern in Sachsen eine deutlich geringere Abonnenten- und Käuferquote aufweisen.

59 Landespressekonferenz Sachsen. URL: http://www.lpk-sachsen.de/seiten/wir.htm, Abrufdatum: 05.11.2010.

60 Landespressekonferenz Sachsen: Satzung, 29.02.2000, URL: http://www.lpk-sachsen.de/pics/satzung.pdf, Abrufdatum: 05.11.2010.

*Foto: D. Flechtner*

*Sächsische Regierungsvertreter stehen bei der Landespressekonferenz Rede und Antwort. Von links: Innenminister Markus Ulbig (CDU), Wissenschaftsministerin Prof. Sabine von Schorlemer (parteilos), Wirtschaftsminister Sven Morlok (FDP), Ministerpräsident Stanislaw Tillich (CDU) und Justizminister Dr. Jürgen Martens (FDP)*

Im Rahmen des traditionellen Sommerfests der LPK wählen die Gäste aus Politik und Medien jährlich die Schlagzeile, das Foto und das Zitat des Jahres. Während der Veranstaltung wird gewöhnlich das kleine und übersichtliche Nachschlagewerk »Politik und Kommunikation in Sachsen« verteilt, dass durch eine komplette Auflistung der Kontaktdaten aller Landespolitiker, Sprecher von Institutionen sowie Leitungspersonen von Medien glänzt.

Eine wesentlich größere Tragweite als Schlagzeile, Foto und Zitat des Jahres hat die Auszeichnung »Tonstörung«, die die LPK seit einigen Jahren jährlich vergibt. Ziel des Negativ-Preises ist es, die »unkommunikativste Leistung« einer Person, Verwaltung oder Institution zu kennzeichnen. Schon zweimal hat die LPK damit die Sächsische Staatskanzlei bedacht, die zentraler Ansprechpartner der Politik-Journalisten ist, wenn es um Fragen zur Regierungspolitik geht.

In der Begründung der Auszeichnung für die Sächsische Staatskanzlei im Jahr 2008 hieß es: »Die inhaltliche und zeitliche Planung der Pressearbeit geht häufig an den Bedürfnissen der Journalisten vorbei. Dies betrifft unter anderem die Gestaltung der Kabinettspressekonferenzen und Hintergrund-

| Jahr | Preisträger | Auszug aus der Begründung |
|---|---|---|
| 2006 | Die Regierungssprecherin des Freistaates Sachsen: Katrin Träger | »Die Mehrzahl der Mitglieder begründete die Wahl vor allem mit häufiger, nicht nachvollziehbarer Auskunftsverweigerung und mehrfachen, die journalistische Arbeit beeinträchtigenden organisatorischen Entscheidungen sowie wiederholter Absage von Terminen und Pressekonferenzen.« |
| 2007 | Staatsanwaltschaft Chemnitz und Polizeidirektion Chemnitz-Erzgebirge | »Beide Institutionen haben mit ihrer gemeinsamen Pressemitteilung vom 23. November 2007 einen vermeintlich rechtsextremistischen Übergriff auf ein 17-jähriges Mädchen in Mittweida („Hakenkreuz-Fall") als Tatsache geschildert und den Fall auf Nachfragen gegenüber Journalisten als zweifellos glaubwürdig eingestuft. Erst einen Monat später, am 18. Dezember 2007, informierten beide die Öffentlichkeit über die von Anfang an äußerst dürftige Beweislage und dementierten damit ihre erste Pressemitteilung in entscheidenden Teilen. In der Zwischenzeit machte der Fall jedoch bis weit über Sachsen hinaus Schlagzeilen.« |
| 2008 | Sächsische Staatskanzlei | »Das Informationsrecht der Öffentlichkeit ist nach Meinung der Landespressekonferenz von der Sächsischen Staatskanzlei im Jahr 2008 in mehreren Fällen verletzt worden. Auskünfte wurden zum Teil grundsätzlich verweigert, zum Teil wurden Anfragen nicht innerhalb einer angemessenen Frist beantwortet.« |
| 2009 | Stadtverwaltung Dresden | »Beklagt werden Mängel im Informationsfluss. Anfragen werden zu häufig gar nicht, verspätet oder nur nach mehrmaliger Nachfrage beantwortet. Wiederholt wurden Auskünfte verweigert und Recherchen behindert.« |
| 2010 | Holger Zastrow, Vorsitzender FDP Sachsen | »Als politisch Verantwortlicher hat Holger Zastrow im vergangenen Jahr maßgeblich eine Anti-Medienstrategie praktiziert, die selbst nicht davor zurückschreckte, Journalisten in ihrer Arbeit zu behindern und deren Berichterstattung negativ zu beeinflussen. Durch gezielte Diskreditierung und Ausgrenzung von Journalisten und Medien sowie eine erschreckend unprofessionelle Öffentlichkeitsarbeit hat er versucht, kritische Berichte über seine politische Tätigkeit sowie über Entscheidungen seiner Landespartei, der FDP-Landtagsfraktion und der von der FDP geführten Staatsministerien zu behindern oder gänzlich zu unterbinden.« |

Quelle: Pressemitteilungen der Landespressekonferenz Sachsen e.V.

TONSTÖRUNG

gespräche. Das Informationsrecht der Öffentlichkeit ist nach Meinung der LPK von der Sächsischen Staatskanzlei im Jahr 2008 in mehreren Fällen verletzt worden. Auskünfte wurden zum Teil grundsätzlich verweigert, zum Teil wurden Anfragen nicht innerhalb einer angemessenen Frist beantwortet.« Spätestens mit der öffentlichen Schelte an der Arbeit der zentralen Presseeinheit der Regierung wird deutlich, dass sich die politischen Journalisten als eigene Kraft im Staate sehen und wahrnehmen.

## Umgang mit der NPD

Eine besondere Herausforderung für die politische Berichterstattung in Sachsen hat sich mit dem Einzug der rechtsextremistischen Nationaldemokratischen Partei Deutschlands (NPD) in den Landtag 2004 ergeben. Sie begann mit einer medialen Katastrophe: MDR-Chefredakteur Wolfgang Kenntemich ließ ein Live-Interview mit NPD-Chef Holger Apfel in der Tagesschau abbrechen, »nachdem dieser auf die Frage nach seiner künftigen Arbeit im Landtag ausweichend geantwortet hatte und von MDR-Reporterin Sylvia Peuker mehrmals unterbrochen worden war«.[61] Das Ziel der Journalisten, den NPD-Kandidaten in »eine sachliche Diskussion zu verstricken, ohne rechte Parolen übertragen zu müssen«[62], war damit gescheitert. Im Wahlkampf 2009 schließlich sollten dann Moderatoren, Reporter, Redakteure und Redaktionsverantwortliche im Vorfeld geschult werden, um sie auf »mögliche Reaktions- und Verhaltensmuster« hinzuweisen.[63]

Mit dem Versuch, die Berichterstattung über NPD-Positionen durch die SZ gerichtlich zu erzwingen, scheiterte die rechtsextremistische Partei im Jahre 2008. Hintergrund waren die Debatten im Sächsischen Landtag zu den Abgeordnetendiäten. Die SZ hatte die Positionen aller im Landtag vertretenen Parteien abgebildet - mit Ausnahme der NPD. Die NPD klagte auf »Verstoß gegen den Grundsatz der objektiven Berichterstattung«[64] – und verlor: »Die Presse sei frei und müsse nicht alle politischen Meinungen und Agitationen verbreiten«, zitierte die SZ in der eigenen Berichterstattung indirekt die Richter.[65]

Nach der anfänglichen Aufregung durch die Präsenz der NPD im Landtag scheint heute – zumindest oberflächlich – mediale Ruhe im Freistaat eingekehrt zu sein. Das Mittel »Ignoranz« beziehungsweise »Nur wenn unbedingt nötig« hat sich offenbar als allgemeiner journalistischer Konsens durchgesetzt. Hintergrund dürfte auch sein, das häufig das Wissen und die Zeit für eine fundierte Auseinandersetzung mit den Inhalten der Rechtsextremen fehlt. Die Journalisten stoßen damit an ihre ethischen und rechtlichen Grenzen. Schließlich sind sie zu Objektivität und Unparteilichkeit, Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit verpflichtet. So hätte die NPD als zugelassene Partei im Grunde das Anrecht auf eine Präsenz in der Berichterstattung: Der korrekte journalistische Umgang wäre also, sich angemessen mit den Inhalten der Extremisten

61 Freudenreich, Daniel: Wahlberichterstattung. ARD-Chefs streiten über Eklat bei NPD-Interview. SPIEGEL online, 21.09.2004, URL: http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,319132,00.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

62 Ebd.

63 Reißig, Kevin: Ignorieren, gleichbehandeln, bekämpfen? Medien und die NPD. URL: http://www.presseclub-dresden.de/2009/03/30/ignorieren-gleichbehandeln-bekampfen-medien-und-die-npd/, Abrufdatum: 05.11.2010.

64 Förster, Andreas: Zwang zur Berichterstattung? Berlinonline.de, 28.04.2008, URL: http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2008/0408/medien/0028/index.html, Abrufdatum 16.06.2011.

65 Sächsische Zeitung: NPD kann Berichterstattung nicht erzwingen, 09.04.2008, URL: http://www.sz-online.de/nachrichten/artikel.asp?id=1795085, Abrufdatum: 16.06.2011

*Foto: S. Giersch*

*Die Fraktionsspitzen der im Sächsischen Landtag vertretenen Parteien am Wahlabend 2009 im Studio des MDR.*

kritisch auseinanderzusetzen – und diese im Zweifel zu widerlegen. Michael Bartsch, taz-Autor in Sachsen, beantwortete die Frage nach dem richtigen Umgang mit der NPD 2009 so: »Es gibt eine Grenze, wo man sich zur Parteinahme gefordert fühlt – und das ist dort der Fall. Diese Grenze ist nicht nur durch subjektives Empfinden gegeben, sondern auch durch einen übergreifenden Konsens der Demokraten, streng genommen auch durch die Präambel und den Grundrechtskatalog des Grundgesetzes.«[66]

Deswegen ist die NPD aber nicht aus der Welt: Schon vor dem Einzug in den Sächsischen Landtag war die Partei sehr rege, was die Herausgabe eigener Medien betrifft. Heute gibt es eine ganze Reihe von Postwurfzeitungen, kostenlosen Magazinen und Blogs wie auch Video- und Audioangeboten im Internet, die die eigenen Perspektiven und Argumentationen verbreiten. Schon wird der Partei unterstellt, mit Zeitungen, die nicht auf den ersten Blick als Parteipublikationen zu erkennen sind, in strukturschwachen Gebieten ein neues Wählerklientel akquirieren zu wollen.[67] Es erscheint jedoch sehr unrealistisch, dass die Partei die Herausgeberschaft mehrerer Lokalzeitungen dauerhaft wird leisten können.

66 Reißig, Kevin: Ignorieren, gleichbehandeln, bekämpfen? Medien und die NPD. URL: http://www.presseclub-dresden.de/2009/03/30/ignorieren-gleichbehandeln-bekampfen-medien-und-die-npd/, Abrufdatum: 05.11.2010.

67 Speit, Andreas: Rechte Regionalzeitung. Die NPD stößt in ein Vakuum. Taz.de, 06.07.2010, URL: http://www.taz.de/1/leben/medien/artikel/1/die-npd-stoesst-in-ein-vakuum/, Abrufdatum: 10.11.2010.

## Grenzfälle der Pressefreiheit

Verfassung und Pressegesetzgebung garantieren in der Bundesrepublik wie auch im Freistaat Sachsen die Pressefreiheit. Pressefreiheit bedeutet die Möglichkeit für Journalisten, frei und uneingeschränkt zu recherchieren und zu berichten.

In einer so hochausgebildeten Demokratie wie der deutschen mag man in diesem Punkt keine Probleme erwarten. Und doch: Im internationalen Vergleich belegt Deutschland laut einem Ranking von »Reporter ohne Grenzen« nur Platz 17. Zwar sind Journalisten in unserem Land keiner körperlichen Gewalt ausgesetzt; allerdings gibt es immer wieder Grenzfälle, in denen Kritiker von einer Einschränkung der Pressefreiheit sprechen. In Sachsen sind es insbesondere einzelne Durchsuchungen und Abhörmaßnahmen durch die Justiz, die umstritten sind. Aber auch fehlende Erfüllung der Informationspflicht von Seiten einzelner Behörden oder der ökonomische Druck durch Anzeigenkunden können zu Einschränkungen der Pressefreiheit führen.

»Die Bedrohung der Pressefreiheit besorgen die Medien heute in erster Linie selber. Die Qualität des Journalismus sinkt, weil Medienunternehmen mit den Medien mehr Geld verdienen wollen als früher.«[68]

Auch in Sachsen gibt es vereinzelt Fälle, in denen Medienvertreter von einer Einschränkung oder zumindest Gefährdung der Pressefreiheit sprechen. Aber dürfen Medien wirklich über alles berichten? Und darf die Medienarbeit an keiner Stelle eingeschränkt werden? Besonders die sächsische Justiz hat sich in den vergangenen Jahren häufiger offensiv mit der Frage beschäftigt, was Medien dürfen und was nicht.

## Diskussion um Pressefreiheit am Beispiel »Sachsensumpf«

Ein außergewöhnliches Beispiel ist der Prozess gegen zwei freie Journalisten aus Leipzig, die über den sogenannten Sachsensumpf geschrieben hatten. Als »Sachsensumpf«[69] bezeichneten die Medien die Filz- und Korruptionsvorwürfe gegen Immobilienszene, Rotlichtmilieu und Justiz in Leipzig, die Ende 2007 durch Medienberichte öffentlich wurden. Sie erwiesen sich später in weiten Teilen als unwahr – der Sachsensumpf sei nicht einmal eine Pfütze, schrieb die SZ später.[70] Das Hochschaukeln der Berichterstattung, die teilweise durch Gerüchte aus der Justiz selbst sowie Bezugnahme auf andere Berichte zustande kam, ist gleichzeitig ein Beispiel für die Defizite und die Schwächen des modernen Journalismus. Vor allem im Nachgang wurde die

68 Prantl, Heribert: Pressefreiheit in Deutschland. Goethe-Institut e.V., Mai 2007, URL: http://www.goethe.de/wis/med/dos/jou/pfr/de2298880.htm, Abrufdatum: 05.11.2010.

69 Einige Medien lehnen bis heute die Verwendung des Wortes ab, da damit schon Meinung gemacht werde, obwohl es bislang an Beweisen mangele, dass es wirklich einen »Sumpf« gebe.

70 Schlottmann, Karin: Sachsensumpf war nicht einmal eine Pfütze. Sächsische Zeitung, 23.06.2009, URL: http://www.sz-online.de/Nachrichten/Sachsen/Sachsensumpf_war_nicht_einmal_eine_Pfuetze/articleid-2189576 , Abrufdatum: 05.11.2010.

INLAND www.taz.de inland@taz.de FREITAG, 16. JULI 2010 DIE TAGESZEITUNG 07

# Gefährliche Recherchen

**PRESSEPROZESS** In Dresden stehen zwei Journalisten wegen angeblicher Verleumdung vor Gericht. Sie hatten im „Sachsensumpf" recherchiert, der nun wieder den Landtag erreicht

**AUS DRESDEN MICHAEL BARTSCH**

„Das ist mein erster Fall in 22 Jahren, dass Journalisten strafrechtlich verfolgt werden", sagt der Hamburger Rechtsanwalt Jörg Nabert, der unter anderem Texte der *Zeit* juristisch prüft. Am Donnerstag war er als Zeuge im Verleumdungsverfahren gegen die beiden investigativen Journalisten Arndt Ginzel und Thomas Datt vor das Dresdner Amtsgericht geladen.

Das seit April laufende Verfahren gehört zu den Nachwehen der als „Sachsensumpf" kolportierten Filz- und Korruptionsvorwürfe zwischen Immobilienszene, Rotlichtmilieu und Justiz. „Nichts als heiße Luft", erklärten Staatsregierung und Justiz vor zwei Jahren.

Journalisten wurden damals durch Dossiers des Landesverfassungsschutzes auf dubiose Leipziger Vorgänge aufmerksam. Im Verfahren gegen Datt und Ginzel werden nun Passagen aus zwei Artikeln für den *Spiegel* und Zeit-Online vom Jahresanfang 2008 beanstandet. Gegenstand sind Vorgänge im 1993 ausgehobenen Leipziger Kinderbordell „Jasmin". Dessen Betreiber Michael W. wurde nur zu einer auffallend milden Freiheitsstrafe von vier Jahren verurteilt.

Der Verdacht auf einen Deal tauchte auf, weil nach späteren Aussagen W.s im Gefängnis ausgerechnet der Vorsitzende Richter N. ebenso wie ein anderer Jurist Kunde im „Jasmin" gewesen sein sollen. Auch zwei ehemalige Zwangsprostituierte sollen bei späteren Vernehmungen im Jahr 2000 diese beiden auf Fotos identifiziert haben.

Vor Gericht geht es nun gar nicht um unbewiesene und möglicherweise falsche Tatsachenbehauptungen. Presserechtlich war niemand gegen die Medien vorgegangen. Den beiden Journalisten wird im Grunde nur vorgeworfen, in ihren Recherchen weitergegangen zu sein als die Staatsanwaltschaft und zumindest auf Widersprüche hingewiesen zu haben.

Zum Beispiel auf den, dass im Protokoll der Staatsanwaltschaft von 2000 die heiklen Fotos und Aussagen nicht auftauchten. Oder weil sie die Frage stellten, ob zwischen den Ermittlungen Leipziger Polizisten gegen Richter N. wegen möglicher Rechtsbeugung, dessen Dienstaufsichtsbeschwerde gegen sie und der Einstellung der Verfahrens ein Zusammenhang besteht.

Für Anwalt Nabert, die betroffenen Journalisten und den beobachtenden Journalistenverband völlig legitime journalistische Arbeit. Nicht so für die Dresdner Staatsanwaltschaft. Sie wollte die beiden Journalisten zu einem Strafbefehl verdonnern, was diese ablehnten. Der inzwischen pensionierte Richter N. und ein Kollege erstatteten nach dem *Spiegel*-Artikel Anzeige wegen Verleumdung und treten nun als Nebenkläger auf.

Weil Datt und Ginzel für den *Spiegel* nur als Rechercheure auftraten, deckte dieser den fest angestellten Texter des Beitrags, druckte eine Korrektur und zahlte 6.500 Euro. Für die beiden freien Journalisten aber geht es jetzt um das Berufsethos und ihre Existenz. „Hier wird das Redaktionsgeheimnis ausgehebelt und das Presserecht angezweifelt", entfuhr es Ginzel während der tendenziösen Zeugenvernehmung durch Richter Hermann Hepp-Schwab am Donnerstag. Laut wurden auch die Verteidiger, die von einer „unerträglichen Verhandlungsführung" sprachen. Erst im August wird ein Urteil erwartet.

Mittlerweile hat sich im Landtag erneut ein Untersuchungsausschuss konstituiert. Der „Sachsensumpf" scheint also noch nicht trocken gelegt. Ex-Richter N. und andere fühlen sich nach wie vor diffamiert, während viele Fragen offen bleiben. Pikantes Detail: Einer der beiden Leipziger Juristen ist im Zuge seiner Rehabilitation zum Präsidenten eben dieses Dresdner Amtsgerichtes aufgestiegen.

Meinung + Diskussion SEITE 10

„Pressecht angezweifelt": die Journalisten Datt und Ginzel Foto: J. Zappner

*Im Mittelpunkt stehen Vorgänge in einem 1993 ausgehobenen Kinderbordell*

mangelnde Selbstkritik der Medien moniert: »Der aktuellen Kommentierung fehlt aber jede Spur selbstkritischer Erinnerung, wie bereitwillig man auf das ›Gequake im Sachsensumpf‹ (Frankfurter Rundschau) vor Jahresfrist eingegangen war«[71], schrieb der sächsische taz-Korrespondent Michael Bartsch schon im Sommer 2008.

Im Sommer 2010 nun verurteilte das Dresdner Amtsgericht zwei freie Journalisten wegen übler Nachrede. »Urteil gegen die Pressefreiheit«[72] titelte daraufhin DIE ZEIT, »Dresdner Gericht verurteilt kritische Journalisten« schrieb der SPIEGEL – beide Medien waren durch das Urteil allerdings selbst betroffen, hatten sie doch die in der Anklage behandelten Artikel publiziert.

Die beiden Autoren hatten an den beanstandeten Berichten zum Sachsensumpf im Frühjahr 2008 mitgewirkt.

71 Der Bericht gibt auch einen guten Überblick über die Entstehung und den Verlauf der »Affäre«; Bartsch, Michael: Aufgebauschte Berichterstattung. Sachsensumpf war nur ein Tümpel. Die Tageszeitung, 24.06.2008, URL: http://www.taz.de/1/leben/medien/artikel/1/sachsensumpf-war-nur-ein-tuempel/, Abrufdatum: 05.11.2010.

72 Horeld, Markus: Sachsensumpf-Prozess. Urteil gegen die Pressefreiheit. ZEIT online, 24.08.2010, URL: http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2010-08/sachsensumpf-urteil-justiz, Abrufdatum: 05.11.2010.

Die Anklage hatte den Journalisten vorgeworfen, mit bewusst »unvollständiger Berichterstattung die Juristen und die Polizeibeamten verunglimpft«[73] zu haben – das Gericht folgte diesen Ausführungen nur zum Teil, wertete aber einige der in den Berichten gestellten Fragen als Tatsachenbehauptungen.

Sehr ungewöhnlich für die deutsche Pressegeschichte war der Prozess an sich: Die Betroffenen der Berichterstattung (zwei Juristen traten als Nebenkläger auf) waren strafrechtlich gegen die Berichterstattung vorgegangen, die Staatsanwaltschaft hatte Klage wegen Verleumdung erhoben – der übliche Weg wäre gewesen, presserechtlich gegen die Berichte vorzugehen. Daher sind auch beide Artikel noch heute im Netz frei zugänglich, die Veröffentlichung wurde also durch die Medien nicht zurückgenommen. Nach Meinung einiger Beobachter sei außerdem bedenklich, dass die Dresdner Staatsanwaltschaft das Verfahren nicht an ein anderes Gericht verwiesen hatte. Denn einer der klagenden Juristen, auf die sich die Sachsensumpf-Berichte von Datt und Ginzel bezogen hatte, war zwischenzeitlich zum Präsidenten des Dresdner Amtsgerichts – eben jenem Gericht, an dem der Prozess stattfand – berufen worden.

Im Vorfeld der Urteilsverkündung hatten noch Organisationen wie der DJ, der Verband Sächsischer Zeitungsverleger sowie die Journalistenorganisationen »Netzwerk Recherche« und »Reporter ohne Grenzen« vor einer Verurteilung der Journalisten gewarnt und von einem Einschüchterungsversuch gesprochen. »Investigativ zu recherchieren, Fragen zu stellen, Entscheidungen der Justiz anzuzweifeln – Journalisten werden sich künftig zweimal überlegen, ob sie das im Freistaat Sachsen noch auf sich nehmen, wenn dieses Urteil Bestand hat«[74], schrieb DIE ZEIT nach der Urteilsverkündung.

Sowohl die Angeklagten als auch die beiden verurteilten Journalisten haben Rechtsmittel gegen das Urteil eingelegt – der Prozess geht also weiter.[75]

73 SPIEGEL online: Sachsensumpf. Dresdner Gericht verurteilt kritische Journalisten. 13.08.2010, URL: http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,711705,00.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

74 Ebd.

75 Vgl. sueddeutsche.de: »Sachsensumpf«-Prozess. Journalisten gehen in Berufung. 23.08.2010, URL: http://www.sueddeutsche.de/medien/sachsensumpf-prozess-journalisten-gehen-in-berufung-1.991338, Abrufdatum: 10.11.2010.

## SPIEGEL vs. Tillich – Streit um Fragebogen

Ein Deutungsstreit über die Auskunftspflicht[76] gegenüber Medien führte im Sommer 2009 zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung zwischen dem Hamburger Nachrichtenmagazin SPIEGEL und der Sächsischen Staatskanzlei.

Das Magazin interessierte sich für den Umgang des amtierenden Ministerpräsidenten Stanislaw Tillich (CDU) mit seiner DDR-Vergangenheit. Wenige Monate vor den Landtagswahlen verweigerte die Staatskanzlei jedoch die Herausgabe eines Fragebogens, den Tillich 1999 ausgefüllt hatte, als er in den Staatsdienst eintrat. Der Fragebogen hatte Auskünfte über die Verstrickung mit dem politischen System der DDR verlangt, unter anderem auch über mögliche Stasikontakte. Tillichs Antworten in dem Fragebogen waren insofern von Brisanz, weil laut der sächsischen Opposition »falsche Antworten für sächsische Staatsdiener nach der Wende in vielen Fällen zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses geführt hätten.«[77]

Als im Herbst 2008 nun das Nachrichtenmagazin Einsicht in den Fragebogen verlangte, antwortete die Sächsische Staatskanzlei lediglich mit dem Hinweis, Tillich habe »die Fragen seinerzeit zutreffend und vollständig beantwortet«[78]. Sie verweigerte die Herausgabe des Fragebogens mit dem Hinweis auf das Persönlichkeitsrecht. In der folgenden gerichtlichen Auseinandersetzung zwischen dem Nachrichtenmagazin und der Staatskanzlei bekam das Magazin zumindest teilweise Recht

*Foto: S. Giersch*

*Ministerpräsident Stanislaw Tillich (CDU) vor Pressevertretern.*

76 Vgl. Sächsischer Landtag: Sächsisches Gesetz über die Presse (SächsPresseG), §4 Informationsrecht der Presse.

77 SPIEGEL online: DDR-Vergangenheit. Tillich veröffentlicht umstrittenen Fragebogen. 06.07.2009, URL: http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,634651,00.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

78 Freie Presse.de: Rechtsstreit um Tillichs Fragebogen geht weiter. 26.05.2009, URL: http://www.freiepresse.de/NACHRICHTEN/REGIONALES/1514389.php, Abrufdatum: 10.11.2010.

und setzte die im sächsischen Pressegesetz festgeschriebene Auskunftspflicht durch: Die Staatskanzlei habe auf die Fragen »vollumfänglich und wahrheitsgemäß«[79] zu antworten, urteilte das Gericht.

Unabhängig davon, dass die Behinderung der Medienarbeit einige Berichterstattung und damit große Aufmerksamkeit für das Thema nach sich zog: Die kurz nach dem Urteil erfolgte Veröffentlichung des kompletten Fragebogens durch die Staatskanzlei als Faksimile in der BILD-Zeitung[80] blieb letztlich politisch ohne Konsequenzen für den Ministerpräsidenten.

## Verletzung des Quellenschutzes

Eine Razzia bei Sachsens Ex-Wirtschaftsminister Kajo Schommer im Jahr 2005 hatte für den berichtenden Journalisten Stefan Locke von der Morgenpost (Mopo) drastische Konsequenzen: Er war zeitgleich mit den Ermittlern im Rahmen einer Hausdurchsuchung an Schommers Haustür und die Mopo berichtete am folgenden Tag exklusiv bezüglich des Verdachts auf Bestechlichkeit. Die Ermittlungen gegen Schommer wurden später eingestellt, allerdings führte die Berichterstattung Lockes zu Ermittlungen in andere Richtung: Durch Abhören von Lockes Telefonanschlüssen versuchte die Staatsanwaltschaft Chemnitz, den Tippgeber in den eigenen Reihen herauszufinden. Locke wehrte sich juristisch und bekam Recht: Die Geheimhaltung der Quellen und das Vertrauensverhältnis zwischen Presse und Informanten sei vom Presserecht geschützt, urteilte das Oberlandesgericht Dresden später.[81] Das Abhören sei in diesem Falle rechtswidrig gewesen. Es führte auch nicht zum Ziel: Bis heute ist nicht bekannt, wer Lockes[82] Informant war.

Die beschriebenen drei Beispiele zeigen, dass Pressefreiheit nicht immer eindeutig zu definieren ist. Ihre Grenzen müssen beizeiten juristisch geklärt werden – und manchmal überschreitet auch die Justiz die zulässigen Grenzen.

79 Bild.de: Stürzt Tillich über Fragebogen-Affäre?13.05.2009, URL: http://www.bild.de/BILD/politik/2009/05/14/cdu-sachsen-stanislaw-tillich/stuerzter-ueber-fragebogen-affaere.html, Abrufdatum: 13.06.2009.

80 Vgl. SPIEGEL online: DDR-Vergangenheit. Tillich veröffentlicht umstrittenen Fragebogen.06.07.2009, URL: http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,634651,00.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

81 Vgl. RP online: Gericht beruft sich auf Pressefreiheit. Journalisten dürfen nicht abgehört werden. 11.09.2007, URL: http://www.rp-online.de/politik/deutschland/Journalisten-duerfen-nicht-abgehoert-werden_aid_478685.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

82 Stefan Locke arbeitet inzwischen nicht mehr für die Mopo.

## Einfluss von Werbekunden auf Berichterstattung

Eine ganz andere Form der Einschränkung der Pressefreiheit sind die wirtschaftlichen Zwänge, die auf die Arbeit der Journalisten wirken. Denn in Zeiten des Medienwandels, in der mehr und mehr Werbegelder in das Internet abwandern, wächst der Druck auf den einzelnen Journalisten, beispielsweise die negative Berichterstattung über den großen Anzeigenkunden zu vermeiden – weil er sonst im Zweifel seinen eigenen Arbeitsplatz gefährden könnte.

Denn die Werbekundschaft hat längst erkannt, dass die eigenen Anzeigen auch Druckmittel sein können. In den vergangenen Jahren kursierten immer wieder vereinzelte Berichte, dass beispielsweise große Lebensmitteldiscounter auf kritische Berichterstattung durch Tageszeitungen mit Anzeigenstornierungen reagiert hatten. Zwar ist für Sachsen kein konkretes Beispiel bekannt. Allerdings ist allein bei aufmerksamer Beobachtung der Anzeigenbelegung von FP, LVZ und SZ offensichtlich, dass es sich bei Discountern um die letzten, kontinuierlich großflächig werbenden Anzeigenkunden handelt. Ein kritischer Bericht, etwa über die Arbeitsbedingungen oder mangelhafte Entlohnung bei so einem Lebensmitteldiscounter könnte das Ende einer solchen Partnerschaft bedeuten. Ein verantwortungsvoller Chefredakteur wäre heute vermutlich besser beraten, einfach auf die Berichterstattung zu verzichten – in jedem Fall wird er versuchen, die Berichterstattung nicht allzu feindselig zu gestalten.

Das Modell funktioniert aber auch andersherum: So passiert es zunehmend, dass Inhalte in Zeitungen oder Radio- und TV-Programme gelangen, weil die Medien Berichterstattung als Gegenleistung angeboten haben. Man spricht in diesem Zusammenhang auch gern von gekaufter Redaktion(sfläche) – oder, branchenüblich formuliert: Anzeige gegen Redaktion. So sollte Zuschauern und Lesern immer klar sein: Je schlechter ein Medienunternehmen wirtschaftlich aufgestellt ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Berichte einen direkten Zusammenhang zu Werbepartnern haben. Auch wenn es im Kodex des Deutschen Presserats heißt: »Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden.«[83]

83 Deutscher Presserat: Pressekodex (Fassung vom 3. Dezember 2008), URL: http://www.presserat.info/inhalt/der-pressekodex/pressekodex.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

Heribert Prantl, Ressortleiter Innenpolitik der Süddeutschen Zeitung, beschreibt die gegenwärtige Situation in der Branche wie folgt: »Die Pressefreiheit in Deutschland wird heute weniger von den Staatsbehörden bedroht, als von der Presse selbst. Schlimmer als staatliche Fesselungsversuche sind die geistigen Fesseln, die sich der Journalismus selber anlegt: Zu beklagen ist die Vermischung von Journalismus und PR. Zu beklagen ist die Verquickung von Journalismus, Politik und Wirtschaft, zu beklagen ist also die Tatsache, dass sich immer mehr Journalisten zu Büchsenspannern und Handlangern vor allem von Wirtschaftslobbys machen lassen.«[84]

84 Heribert Prantl: Pressefreiheit in Deutschland. Goethe Institut, Online-Redaktion Mai 2007, URL: http://www.goethe.de/wis/med/dos/jou/pfr/de2298880.htm, Abrufdatum: 28.01.2011.

© fotolia.com / Sagrus

# Print – Zeitungen und Zeitschriften

# Print – Zeitungen und Zeitschriften

## Der Tageszeitungsmarkt im Überblick

Die sächsische Tageszeitungslandschaft ist in ihrer Struktur auch heute noch geprägt durch die Bezirkszeitungen, die es zu DDR-Zeiten gab. Mit wenigen Ausnahmen sind viele Städte und Kreise in Sachsen – aus Sicht der politisch tiefgängigen Information – sogenannte Ein-Zeitungs-Gebiete. In den meisten Regionen Sachsens gibt es keine zweite regionale Abonnentenzeitung.[85]

Mag auch die Namensliste der Tageszeitungen mehr vermuten lassen, so teilen sich doch im Wesentlichen FP, LVZ und SZ den Markt im Freistaat (die ihre Aktivitäten aber nicht an den Landesgrenzen orientieren, also teilweise auch in benachbarten Bundesländern aktiv sind). Zwar erscheinen in den sächsischen Großstädten noch die Boulevard-Blätter BILD (Dresden, Leipzig, Chemnitz) und Mopo (Dresden und Chemnitz), die in gewissem Umfang eine regionale Informationsalternative darstellen. Allerdings vertreten die Redaktionen einen wesentlich größeren Unterhaltungsanspruch, müssen sie sich doch auch täglich am Kiosk beweisen. Die Abonnentenzeitungen, die aus den ehemaligen Bezirkszeitungen hervorgegangen sind, weisen dagegen häufig eine Abo-Quote von über 90 Prozent aus.

TORGAUER ZEITUNG

„Jeder Tag ein Frauentag"

Bahnstreik: Wirtschaft fürchtet Lieferausfälle

Keine Angst vor Frauen-Power

US-Forscher berichtet von außerirdischem Leben

Zwei kleine unabhängige Tageszeitungen gibt es noch, die vom Gründungsboom nach der Wende übrig geblieben sind: die Torgauer Zeitung, an der allerdings die LVZ eine Minderheitenbeteiligung hält, und der unabhängige Vogtland-Anzeiger. Beide Blätter weisen aber eine vergleichsweise niedrige Auflage um die 10.000 Exemplare aus und spielen bei der landespolitischen Berichterstattung quasi keine Rolle.

85 Genauer: 75 Prozent Sachsens sind ohne zweite Tageszeitung, vgl. Grimberg, Steffen: Pressevielfalt im Abwind. Die Tageszeitung, 09.06.2005, URL: http://www.taz.de/1/archiv/archiv/?dig=2005/06/09/a0209, Abrufdatum: 10.11.2010.

## Heute bedeutungslos: die überregionale Presse aus DDR-Zeiten

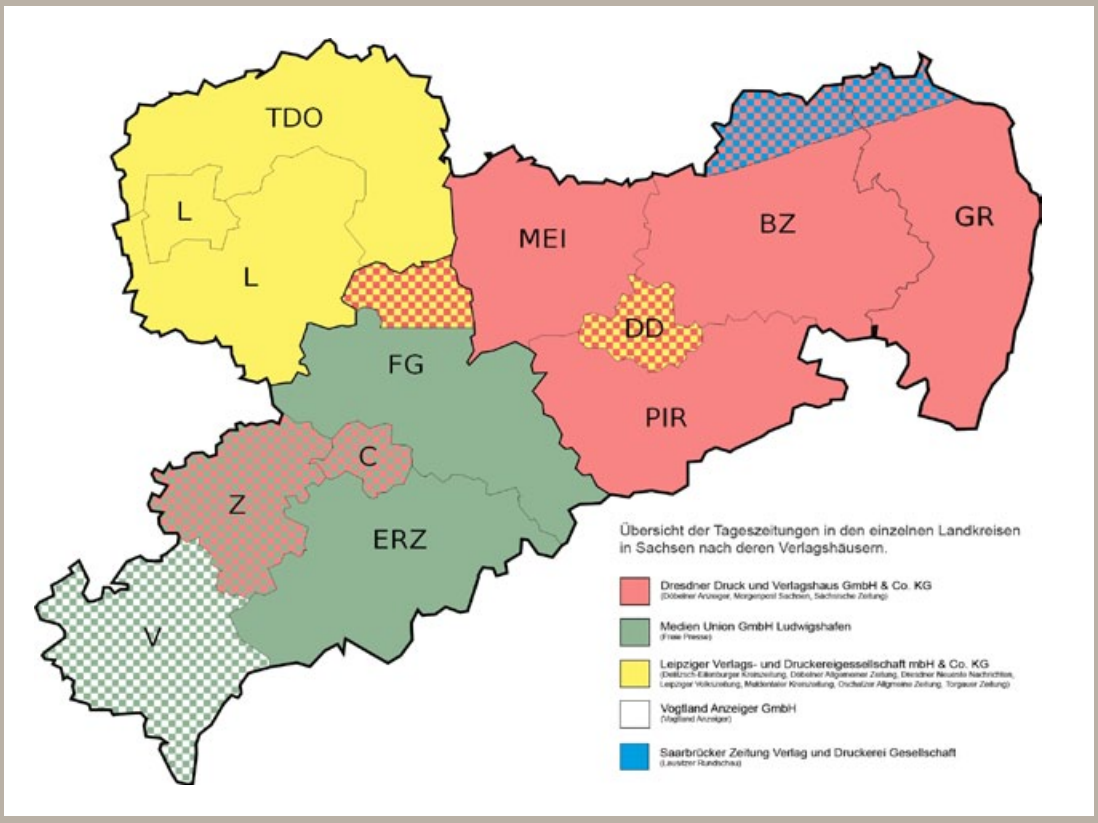
Zeitungen wie das Neue Deutschland und Junge Welt, die zu DDR-Zeiten in Sachsen wie auch der übrigen DDR einen großen Einfluss ausübten, spielen heute im Freistaat faktisch keine Rolle mehr. So wechselte die Junge Welt, das ehemalige Zentralorgan der Freien Deutschen Jugend, nach der Privatisierung mehrfach den Besitzer – was darauf schließen lässt, dass die Zeitung wirtschaftlich stürmische Zeiten hinter sich hat.

Eigentümer des Neuen Deutschland, das sich selbst als sozialistische Zeitung definiert, ist heute eine Treuhändergesellschaft, die 50 Prozent der Anteile für die Partei Die Linke verwaltet, sowie eine Genossenschaft aus Unterstützern und Mitarbeitern. In den Eigendarstellungen heißt es, die Zeitung sei heute die am meisten verbreitete und gelesene überregionale Tageszeitung in Ostdeutschland – tatsächlich sind die Inhalte in erster Linie auf Berlin konzentriert. Die Zeitung verkauft heute noch knapp unter 40.000 Exemplare Gesamtauflage, ein Bruchteil der Auflage, die das Blatt zu DDR-Zeiten verbreitet hatte. Im Jahr 1989 betrug die verbreitete Auflage des Neuen Deutschland noch 1,1 Mio., die der Jungen Welt 1,5 Mio. Exemplare.

Aber auch die Junge Welt fristet heute nur noch ein Schattendasein. Sie definiert sich als linke, marxistische Tageszeitung und sieht sich selbst als Gegenöffentlichkeit zu den übrigen Medien in der Bundesrepublik. Die Junge Welt ist vollständig im Besitz einer Genossenschaft aus Mitarbeitern und Unterstützern. Das Blatt wird vom Verfassungsschutz beobachtet, der einen Großteil der Autoren dem linksextremistischen Lager zuordnet. Aus Artikeln werde deutlich, dass die Autoren auch Gewalt als Mittel im Kampf gegen »Kapitalismus« und »Imperialismus« nicht ablehnten, so der Verfassungsschutzbericht.[86] Die Junge Welt, so der Verfassungsschutz, »bedient traditionskommunistische Vorstellungen: Sie rechtfertigt das SED-Regime, dient Offizieren des früheren MfS als Forum zur Rechtfertigung ihrer Taten, selbst den Repräsentanten terroristischer (marxistisch-leninistischer) ›Befreiungsbewegungen‹ gibt die Zeitung Raum für unkommentierte Selbstdarstellungen.«[87] Die Angaben über die Auflagenzahlen des linken Blattes schwanken; nach verschiedenen Einschätzungen dürfte der Titel heute weniger als 20.000 Exemplare verkaufen.

86 Vgl. Junge Welt, In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Abrufdatum: 05.11.2010.

87 BPB: Linksextremismus. Linksextremistische Medien. 16.04.2008, URL: http://www.bpb.de/themen/CCJLJR,1,0, Linksextremistische_Medien.html, Abrufdatum: 05.11.2010.




*Quelle: eigene Recherchen, Verlagsangaben*

## Gebietsaufteilung im Freistaat Sachsen

So teilen sich tatsächlich die drei großen regionalen Abonnentenzeitungen FP, SZ und LVZ den sächsischen Markt. Die Leipziger Druckerei und Verlagsgesellschaft dominiert mit der LVZ und insgesamt neun Regionalausgaben nahezu konkurrenzlos den sächsischen Westen (Stadt Leipzig und die Kreise Leipzig und Nordsachsen). Einziger täglicher »Gegenposten« hier ist die BILD-Zeitung mit einer eigenen Lokalredaktion. Der sächsische Osten (Stadt Dresden, Kreise Meißen, Sächsische Schweiz-Osterzgebirge, Bautzen und Görlitz) ist dagegen fest in Hand des Dresdner Druck- und Verlagshauses (DD+V), das die SZ und die Mopo Sachsen (Dresden und Chemnitz) herausgibt. Ausnahme für die Stadt Dresden: die Dresdner Neueste Nachrichten (DNN)[88] als Ableger der LVZ. Täglich erstellt die DNN unter Leitung eines eigenen Chefredakteurs und unabhängig vom Mutterblatt in Leipzig bis zu 24 Seiten eigene Inhalte für die Landeshauptstadt. Ansonsten übernimmt das Blatt aber die Berichte der LVZ.

88 Nicht zu verwechseln mit den Dresdner Nachrichten der Sächsischen Druck- und Verlagshaus AG (SDV), einer wöchentlichen Beilage des Amtsblatt Dresden, die im Frühjahr 2010 in Dresdner Akzente umbenannt wurden. URL: http://www.sdv.de/cms/de/verlag/lokale_medien_aus_dresden/dresdner_nachrichten/index.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

Die Medien Union, die die FP verlegt, dominiert mit ihrem Blatt den sächsischen Süden, also Chemnitz, die Kreise Erzgebirge, Mittelsachsen und Zwickau. Auch in Chemnitz erscheint eine eigene BILD-Ausgabe, die allerdings unter Führung der Redaktion in Dresden produziert wird; ferner erscheint täglich das Boulevard-Blatt Chemnitzer Mopo, das zum DD+V, also zur SZ, gehört.[89]

Außerdem hat die FP im äußersten Südwesten von Sachsen noch einen weiteren kleinen Wettbewerber: den Vogtland-Anzeiger. Hervorgegangen aus der Bürgerbewegung der Wendezeit existiert die Zeitung trotz der übermäßigen Konkurrenz durch die FP heute noch. Im März 2010 feierte die Redaktion ihr 20-jähriges Bestehen. Allerdings gab es häufiger Eigentümerwechsel: Mit der Gründung, hervorgegangen aus dem Runden Tisch, beteiligte sich die benachbarte Frankenpost (erscheint in Hof, Bayern) mit 50 Prozent am Unternehmen. Später zahlte die Frankenpost die anderen Gründer aus und übernahm die Zeitung komplett. Wirtschaftliche Schwierigkeiten des Mutterkonzerns führten zur befristeten Übernahme durch die SPD-Medienholding DD_VG im September 2004[90]. Nach einem kurzzeitigen Eigentümerwechsel zum Wochenblatt-Verlag WVD aus Chemnitz drohte der Zeitung im Frühjahr 2005 die Insolvenz. Dann aber gab man »im August desselben Jahres bekannt, dass Wilfried Hub – ehemaliger Chefredakteur der FP – die Sanierung der Zeitung übernehmen werde.«[91] Heute erscheint das Blatt unter Herausgeber und Eigentümer Hub weiterhin mit einem Mantel der Frankenpost, die verkaufte Auflage liegt knapp unter 8.000 Exemplaren.

Neben Dresden gibt es sonst nur noch im Gebiet um Döbeln eine inhaltliche Konkurrenzsituation von zwei großen Verlagshäusern: der Döbelner Anzeiger (1990 vom Runden Tisch mithilfe eines Verlegers aus der Partnerstadt Unna gegründet, 2006 von der SZ übernommen und zur 20. Lokalausgabe gemacht[93]) und die Döbelner Allgemeine Zeitung (DAZ), ein Ableger der LVZ, stehen hier im direkten Wettbewerb.

Größere Reichweite in der Vermarktung und Verbreitung von Anzeigen dürfte auch der Beweggrund dafür sein, dass das DD+V im Jahr 2008 die Chemnitzer WVD Mediengruppe zu 100 Prozent übernommen hat.[94] Die WVD gibt Wochenblätter wie Wochenspiegel Sachsen und Wochenspiegel Erzgebirge heraus, stellt also aus inhaltlicher Sicht nur begrenzt einen Wettbewerber für die FP dar. Mit der Komplett-Übernahme

»Der Vogtland-Anzeiger ist eine der wenigen Mediengründungen aus der sogenannten Wendezeit, die überleben konnten.«[92]

89 Trotz Namensähnlichkeiten haben beide Blätter aber nichts mit der Berliner und der Hamburger Morgenpost zu tun.

90 Vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.: Neue Eigentümer für »Vogtland-Anzeiger«. 16.09.2004, URL: http://www.bdzv.de/bdzv_intern+M5e7fe41c3f4.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

91 Büsow, Robert (u.a.): Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland. S. 152, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz,

92 Deutscher Journalisten- Verband Sachsen: Vogtland-Anzeiger wird 20. 17.03.2010, URL: http://djvs.wordpress.com/2010/03/17/vogtland-anzeiger-wird-20/, Abrufdatum: 10.11.2010.

93 Vgl. Döbelner Anzeiger. In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Abrufdatum: 05.11.2010.

94 Vgl. Stawowy, Peter: DD+V übernimmt zweitgrößten Verlag in Chemnitz. Flurfunk-Dresden, 02.09.2007, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2008/09/02/ddv-uber-nimmt-zweitgrosten-verlag-in-chemnitz/, Abrufdatum: 05.11.2010.

hat sich das DD+V aber zusätzlich zur Mopo Chemnitz zumindest werbetechnisch ein weiteres Standbein in Chemnitz und Umgebung gesichert.

Eine kleine Ausnahme aus dem »Meinungsmonopol« im gedruckten Bereich bilden die Regionen Hoyerswerda und Weißwasser: Hier, im nordöstlichen Randgebiet von Sachsen, gibt es noch Lokalausgaben der Lausitzer Rundschau (LR), die ansonsten ihren inhaltlichen Schwerpunkt in Brandenburg hat.

## Konzentration bei den Eigentümerverhältnissen

Die Bezirkszeitungen waren nach der Wiedervereinigung von der Treuhand nach und nach an große westdeutsche Zeitungshäuser veräußert worden. Die Treuhand muss sich hier scharfe Kritik gefallen lassen, hatte sie die Blätter doch nicht im Sinne einer größtmöglichen Vielfalt an die großen westdeutschen Verlage veräußert.[95]

So erwarben 1991 der Axel-Springer-Verlag und die Zeitungsgruppe Madsack zunächst gemeinsam die Leipziger Druckerei und Verlagsgesellschaft – im Jahr 2009 übernahm Madsack schließlich den Verlag zu 100 Prozent. Bemerkenswert: 23 Prozent von Madsack gehören der DD_VG, der Medienbeteiligungstochter der SPD.[96] Die DD_VG ist gleichzeitig auch mit 40 Prozent an der DD+V (Herausgeber der SZ und der Mopo) beteiligt.[97] Dominierender Eigentümer der DD+V ist mit 60 Prozent der Hamburger Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr AG (G+J). Um die Jahrtausendwende rankten sich immer wieder Verkaufsgerüchte um die Dresdner G+J-Beteiligung, die zuvor schon den Berliner Verlag veräußert hatte – folglich stellt die DD+V das letzte Zeitungsengagement des Zeitschriftenverlags dar. Zunächst fand sich kein Käufer, schließlich entschied man sich nicht zuletzt wegen der guten wirtschaftlichen Ergebnisse, die Beteiligung doch zu behalten. Inzwischen ist die Gerüchteküche um Verkaufsabsichten verstummt.

Die Medien Union als Eigentümerin der FP hat ihren Hauptsitz in Rheinland-Pfalz (Zeitung dort: Die Rheinpfalz). Die FP ist die einzige Beteiligung des Zeitungshauses aus Ludwigshafen in Ostdeutschland. Anders als bei den meisten übrigen Bezirkszeitungen der DDR erfolgte der Verkauf an die Medien Union nicht nach einer Ausschreibung durch die Treuhand; vielmehr sei der Verkauf auf eine Intervention von Bundeskanzler Helmut Kohl zurückzuführen, wie der SPIEGEL später berichtete. Dieser habe sich beim Chef der Treuhand für den CDU-nahen Verlag aus seiner Heimatstadt als Käufer eingesetzt.[98]

Weitere Beteiligungen der Medien Union sind die Stuttgarter Nachrichten, die Stuttgarter Zeitung und seit 2002 (über eine Beteiligung an der Südwestdeutschen Medienholding) auch die Süddeutsche Zeitung.

2002, mit dem Einstieg der Südwestdeutschen Medienholding (und damit also der Medien Union) bei der Süddeut-

95 »Für eine wissenschaftliche Analyse des Verkaufsprozesses der ehemaligen Bezirkszeitungen ist es höchst problematisch, dass die entsprechenden Treuhand-Akten nicht verfügbar sind. Laut Auskunft des Bundesarchivs haben die betreffenden Akten zurzeit noch einen Sperrvermerk.«: Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 23. Vgl. auch Qualität und Vielfalt sichern: Medienexperte Röper: Meinungsmonopole sind längst Realität, 19.11.2007, URL: http://www.qualitaet-und-vielfalt-sichern.de/debatte/medienexperte_roeper_meinungsmonopole_sind_laengst_realitaet, Abrufdatum: 10.11.2010.

96 Vgl. Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH: Medienbeteiligungen. URL: http://www.ddvg.de/wirueberuns/unserebeteiligungen/, Abrufdatum: 10.11.2010.

97 Vgl. Röper, Horst: Die Medienbeteiligung der SPD. Zur Bedeutung der SPD-Beteiligung im Zeitungsmarkt. URL: http://www.ddvg.de/ausgewaehltethemen/imzeitungsmarkt/, Abrufdatum: 10.11.2010.

98 Vgl. Freie Presse. In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Abrufdatum: 05.11.2010.

schen Zeitung, musste die Frankenpost in Hof ihre Beteiligung am Vogtländer Anzeiger aus kartellrechtlichen Gründen abgeben. Vorübergehend stieg die DD_VG vollständig ein, um die Rettungsaktion für die Süddeutsche nicht zu gefährden. In der Folge verkaufte die DD_VG die Mehrheit des Vogtländer Anzeigers an die WVD in Chemnitz – einen Verlag, der vor allem für die Herausgabe des Wochenspiegels bekannt ist (und der 2008 von dem Verlag der SZ übernommen wurde). Nach einer vorübergehenden Insolvenz erscheint der Vogtland-Anzeiger seit 2005 wieder in einem eigenständigen Verlag (s.o.).

Eine weitere kleine Insel auf der ansonsten sehr großflächig gefärbten Karte der Eigentümerverhältnisse im Freistaat bildet die Torgauer Zeitung. 1990 als Torgauer Kreisblatt ins Leben gerufen, geht die Gründung auf die Initiative des damaligen Bürgermeisters zurück. Der hatte den Zeitungsverleger der Partnerstadt Sindelfingen (Baden-Württemberg) ins Boot geholt, der eine von lokal engagierten Bürgern neu gegründete Gesellschaft bei der Herausgabe der Zeitung unterstützte. Anders als der Vogtland-Anzeiger ist das Blatt aber nicht völlig unabhängig von einem der großen Titel; im Jahr 2000 schloss man eine strategische Partnerschaft mit der LVZ, die seitdem 24,9 Prozent am Verlag hält und den Mantelteil liefert. Im Gegenzug nahm die LVZ den eigenen Ableger für die Region, die Torgauer Allgemeine, vom Markt.

Der Vogtland-Anzeiger bezeichnet sich heute als »die letzte noch bestehende selbständige und unabhängige Neugründung aus der Wendezeit in Ostdeutschland«[99]. Unabhängig davon, ob man das angesichts der wechselhaften Eigentümerverhältnisse über die Jahre so sehen kann, bleibt festzuhalten: Außer Vogtland-Anzeiger und Torgauer Zeitung gingen sämtliche Zeitungsneugründungen[100] in Sachsen nach der Friedlichen Revolution mit der Zeit wieder ein; der wirtschaftliche Druck war zu groß, um die teuren Redaktions-, Herstellungs- und Vertriebsstrukturen über Abonnenten-, Käufer- und Werbeeinnahmen zu refinanzieren.

## Rückläufige Zahlen: weniger Käufer, Leser und Werbeeinnahmen

Alle drei großen sächsischen Abonnentenzeitungen sind unter den Top 20 der deutschen Tageszeitung[101] zu finden – auch dies ist zurückzuführen auf die vorherige Zeitungslandschaft der DDR, waren die großen Bezirkszeitungen der SED doch nahezu konkurrenzlos gewesen. So ging man nach der Wende zunächst davon aus, dass sich die Auflagen möglicherweise erst noch »gesundschrumpfen« müssten, übertrafen die Auflagendimensionen doch alle in Westdeutschland etablierten Strukturen. Inzwischen haben sich bei allen ostdeutschen Tageszeitungen die Auflagen gegenüber 1989 halbiert – ein Ende der Talfahrt ist aber noch nicht in Sicht.

In den späten neunziger Jahren rutschten die deutschen Zeitungen insgesamt in die Krise, die immer noch anhält: Die Auflagen sinken seitdem allerorts beständig, neue junge Leser können immer weniger gewonnen werden und die Werbeerlöse gehen kontinuierlich zurück – nicht zuletzt durch die steigende Konkurrenz des Internets, das immer größeren Anteil an den Werbeetats bekommt.[102] Zunehmend hat sich damit die Einnahme-Situation der Verlagshäuser verschoben: Machten Werbeeinnahmen früher zwei Drittel des Umsatzes aus, sind es heute unter 50 Prozent.[103] Zunehmend haben die Einnahmen durch Abonnements und Abverkauf, aber auch andere Aktivitäten der Verlage an Bedeutung gewonnen.

Auch die Zeitungshäuser im Freistaat Sachsen sind von dem gravierenden Strukturwandel betroffen und kämpfen gegen rückläufige Umsätze und die Auflagenerosion, die im

99 Vogtland-Anzeiger. URL: http://www.vogtland-anzeiger.de/Vogtland_Anzeiger/index.php?menuid=1&reporeid=2, Abrufdatum: 05.11.2010.

100 Machill spricht davon, dass es kurz nach der Wende »eine Blüte der Neugründungen (›Alternativpresse‹)« gegeben habe, die aber nicht beachtet wurden: Vgl. Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 22.

101 Vgl. Focus Money Online: Die größten Zeitungen der Republik. 25.05.2005, URL: http://www.focus.de/finanzen/geldanlage/top-60_aid_100734.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

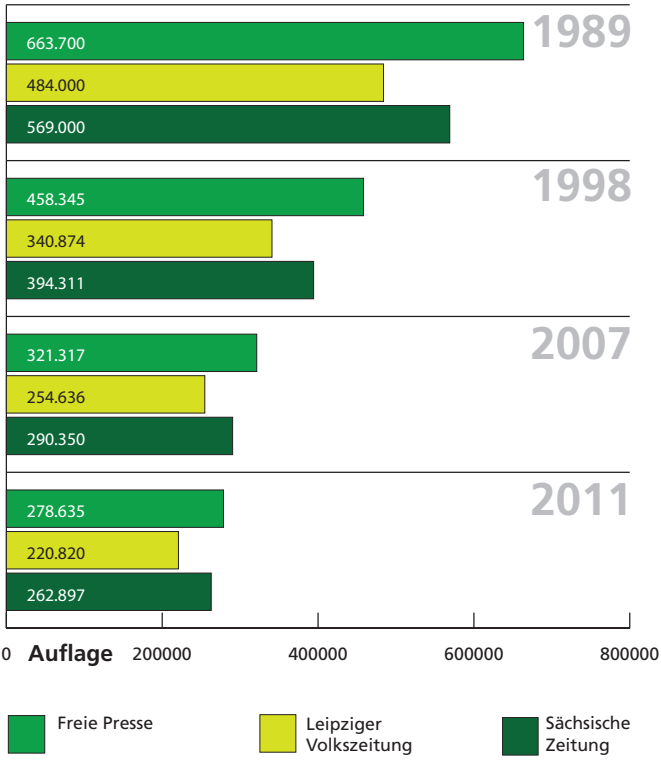
102 Vgl. Reppesgaard, Lars: Siegeszug von zugeschnittener Werbung. Financial Times Deutschland, 01.11.2010, URL: http://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:online-im-vormarsch-siegeszug-von-zugeschnittener-werbung/50188947.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

103 Vgl. Röper, Horst: Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen. S. 218, Media Perspektiven, 5/2010, URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/05-2010_Roeper.pdf, Abrufdatum:01.11.2010.

| Auflagen der Tageszeitungen in Sachsen im Quartal I/2011 | | | |
|---|---|---|---|
| Zeitung | verkaufte Auflage | davon Abonnement | davon Einzelverkauf |
| **Freie Presse** (Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG) gesamt | 278.635 | 269.766 | 6.272 |
| insgesamt 19 Regionalausgaben, darin enthalten: | | | |
| Stadtausgabe Chemnitz | 50.538 | 48.744 | 1.336 |
| **Leipziger Volkszeitung** (Leipziger Verlags- und Druckereiges. mbH & Co. KG) gesamt | 216.572 | 194.498 | 10.232 |
| insgesamt 9 Regionalausgaben, darin enthalten: | | | |
| Stadtausgabe Leipzig | 135.560 | 121.431 | 6.889 |
| Dresdner Neueste Nachrichten | 26.428 | 22.078 | 1.212 |
| Torgauer Zeitung (LVZ-Minderheitenbeteiligung; mit LVZ-Mantel) | 10.151 | 9.702 | 406 |
| Döbelner Allgemeine Zeitung | 8.611 | 7.973 | 285 |
| **Sächsische Zeitung** (Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG) gesamt | 258.689 | 244.615 | 8.092 |
| insgesamt 20 Regionalausgaben, darin enthalten: | | | |
| Döbelner Anzeiger | 10.185 | 9.654 | 401 |
| Stadtausgabe Dresden | 90.217 | 83.235 | 3.650 |
| **Morgenpost Sachsen** (Morgenpost Sachsen GmbH, gehört zu Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG), Mo-So gesamt | 98.379 | 26.841 | 63.749 |
| insgesamt 2 Regionalausgaben: | | | |
| Ausgabe Chemnitz | 30.088 | 5.607 | 22.776 |
| Ausgabe Dresden | 68.291 | 21.234 | 40.973 |
| **Bild Sachsen** (Axel Springer AG), Mo-Sa gesamt | 160.397 | 9.361 | 149.615 |
| insgesamt 3 Regionalausgaben: | | | |
| Ausgabe Chemnitz | 41.208 | 790 | 40.375 |
| Ausgabe Dresden | 52.647 | 3.845 | 48.218 |
| Ausgabe Leipzig | 66.542 | 4.726 | 61.022 |
| **Vogtland-Anzeiger** (Vogtland-Anzeiger GmbH) | 7.531 | 7.021 | 485 |

Quartalsauflagen, also durchschnittliche Tagesauflage ermittelt innerhalb eines Quartals
alle Auflagen sind Gesamt-Auflagen: also inkl. aller regionalen Ableger und gezählt an allen Erscheinungstagen, gewöhnl. Mo-Sa., außer Mopo: Mo-So.; nicht mitgezählt sind ePaper-Ausgaben

## Entwicklung der verbreiteten Auflagen der drei großen sächsischen Tageszeitungen 1989 bis 2011




Hinweise: Verbreitete Auflage, Zahlen von 1989 gerundet
Quellen: Barbara Boerns, Journalismus und Medien in der DDR; ivw.de

Osten aufgrund der wirtschaftlichen Situation und des Bevölkerungsschwunds besonders heftig ausfiel.[104] So äußerte sich Uwe Vetterick, Chefredakteur der SZ, im Jahr 2008 in einem Interview erleichtert, dass der Auflagenrückgang erstmals seit zehn Jahren unter drei Prozent betragen habe.[105] Vetterick, der vor seinem Antritt als Chefredakteur der SZ im Februar 2007 in der Chefredaktion der BILD-Zeitung arbeitete[106], steht dabei symbolhaft für einen Trend, der bundesweit und nicht nur für die Regionalzeitungen diagnostiziert wird: die allgemeine Boulevardisierung der Medienlandschaft, also den Rückgang der Information zugunsten der Unterhaltung.[107] Damit verfolgen die Blattmacher das Ziel, die Reichweite und somit die Abverkäufe am Kiosk zu erhöhen – riskieren aber den zunehmenden Qualitäts- und Glaubwürdigkeitsverlust.

104 »Seit 1996 haben ostdeutsche Zeitungen etwa doppelt so stark an Auflage verloren wie westdeutsche (Stürzebecher 2008: 91). Die anhaltende Dynamik der Auflagenerosion ist vor allem den größeren wirtschaftlichen und sozialen Probleme im Osten sowie der extremen demografischen Entwicklung geschuldet. Daher ist die einst hohe Auflagendichte in Ostdeutschland unter das westdeutsche Niveau gefallen.«: Machill, Marcel (u.a.): Medienfreiheit nach der Wende. S. 138.

105 Vgl. Stawowy, Peter: Uwe Vetterick: »den Lesern das Lesen erleichtern«. Presseclub Dresden, 11.08.2008, URL: http://www.presseclub-dresden.de/2008/08/11/uwe-vetterick-behutsam-weiterentwickelt/, Abrufdatum: 01.11.2010.

106 Vgl. Sächsische Zeitung: Wechsel an der Spitze der Sächsischen Zeitung. 23.09.2006, URL: http://www.sz-online.de/nachrichten/artikel.asp?id=1276766, Abrufdatum: 01.11.2010.

107 Vgl. Mast, Claudia/Spachmann, Klaus: Reformen in Deutschland. S. 340f., siehe auch: Fiesel, Sebastian: Deutsche Qualitätszeitungen auf dem Boulevard. S. 140ff.

| Reichweiten der Tageszeitungen in Sachsen | | |
|---|---|---|
| | Reichweite (Leser pro Ausgabe) | Reichweite in Prozent |
| **Zeitung** | | |
| **Freie Presse** (Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG) | 706.000 | 18,8 |
| **Leipziger Volkszeitung** (Leipziger Verlags- und Druckereiges. mbH & Co. KG) | 425.000 | 11,3 |
| **Dresdner Neueste Nachrichten** | 55.000 | 1,5 |
| **Sächsische Zeitung** (Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG) | 687.000 | 18,3 |
| **Morgenpost Sachsen** (Morgenpost Sachsen GmbH, gehört zu Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG) | 250.000 | 6,6 |
| **Bild Sachsen** (Axel Springer AG) | 600.000 | 16 |
| **Vogtland-Anzeiger** (Vogtland-Anzeiger GmbH) | 17.000 | 0,5 |

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahre, Gebiet: Sachsen, Potenzial: 5.3 %, 7335 Fälle, 3.75 Mio.
Quelle: Media Analyse Tageszeitungen 2010

Parallel zur inhaltlichen Ausdünnung und zur Verschiebung in Richtung Unterhaltung haben die Zeitungen kontinuierlich die Preise angehoben: »Das Abonnement der für den deutschen Markt typischen lokalen oder regionalen Zeitungen kostete 1999 monatlich durchschnittlich 18,77 Euro. 2008 betrug der Preis 22,31 Euro«[108].

## Personalabbau als Reaktion auf die veränderte Einnahmesituation

Mit einer gravierenden Maßnahme hatte das DD+V schon Ende der Neunziger auf den Wandel der Medienlandschaft reagiert: Der SZ-Verlag gliederte die Lokalredaktionen in Tochtergesellschaften aus, um so die Tarifbindung zu umgehen. Mitarbeiter wurden gekündigt und zu schlechteren Konditionen wieder eingestellt – die Proteste[109] der Gewerkschaften verhallten nahezu ohne Wirkung: »Der sechswöchige Streik der SZ-Mitarbeiter Ende 1999 sicherte im Ergebnis lediglich den

108 Röper, Horst: Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen. S. 218, Media Perspektiven, 5/2010, URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/05-2010_Roeper.pdf, Abrufdatum: 01.11.2010.

109 Vgl. DGB Berlin Brandenburg: DGB kritisiert Tarifflucht bei Gruner + Jahr, 09.12.1999, URL: http://www.tbs.berlin-brandenburg.dgb.de/article/articleview/234/1/30/, Abrufdatum: 05.11.2010.

Bestandsschutz für bisher tarifgebundene Mitarbeiter in den ausgelagerten Redaktionen. Die ebenfalls erkämpfte Option ›Tarifverhandlungen für die neuen Betriebe‹ wurde nie eingelöst.«[110]

Auch an anderer Stelle wird gespart und etwa versucht, Ressourcen gemeinsam zu nutzen: Im Februar 2010 wechselte beispielsweise der Berlin-Korrespondent der LVZ ins neu eröffnete Korrespondenten-Büro des Mutterhauses Madsack – von dort werden seitdem gleich mehrere Zeitungen der Verlagsgruppe bedient.[111] Auch in Zukunft ist zu erwarten, dass die einzelnen Madsack-Zeitungen redaktionell wesentlich enger kooperieren werden – gerade in der überregionalen Berichterstattung.

Die allgemeine Ausdünnung der Redaktionen durch Personalabbau geht mit erhöhtem Leistungsdruck für die Mitarbeiter und daraus abgeleitet einem Qualitätsverlust einher. Als Beispiel mag hier die kleine Torgauer Zeitung dienen, die im April 2008 unkommentiert einen Leserbrief eines rechtsextremistischen NPD-Kreistagsabgeordneten ins Blatt hob. Der Brief bezeichnete die Ausstattung des frisch konstituierten Kreistages als »Selbstbedienungsvariante« der »etablierten Kreistagsfraktionen«. Ein bundesweites Medienecho war die Folge.[113] Verteidigte der Chefredakteur der Torgauer Zeitung anfänglich noch die unkommentierte Übernahme des Textes, attestierte er wenig später dem ausführenden Kollegen – offenbar ein Volontär der Zeitung – »Unerfahrenheit und Unüberlegtheit«.[114]

»Die Konsequenz ist ein Vielfaltsverlust. Dieser mag im Einzelfall marginal sein, in Summe jedoch wird das publizistische Gesamtangebot erheblich ausgedünnt.«[112]

## Andere wirtschaftliche Aktivitäten

Angesichts weiter rückläufiger Auflagenzahlen und fehlender Anzeigenumsätze suchen die großen Verlage vermehrt ihr wirtschaftliches Heil in anderen Aktivitäten (über etwa den Betrieb von Druckereien hinaus): So sind kostenlose werbegetriebene Wochenblätter längst Standard; ferner ist das Netz der Zeitungsausträger vielfach zur privaten Post-Zustellung ausgebaut worden. Aber es gibt noch wesentlich mehr Aktivitäten. Allein die auf der Webseite des DD+V aufgelisteten Beteiligungen beziehungsweise Tochterunternehmen zeigen, womit heute im Fahrwasser der Zeitungsmarke zusätzliches Geld verdient wird: Briefe und Pakete (PostModern), Call-Center (SAXO'Phon GmbH), Druck, Messen (ORTEC Messe und Kongress

110 Hiller, Michael: Zur aktuellen Situation der Vergütung journalistischer Arbeit im Freistaat Sachsen. Presseclub Dresden, 15.01.2010, URL: http://www.presseclub-dresden.de/2010/01/15/zur-aktuellen-situation-der-vergutung-journalistischer-arbeit-im-freistaat-sachsen/, Abrufdatum: 05.11.2010.

111 Vgl. Röper, Horst: Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen. S. 218, Media Perspektiven, 5/2010, URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/05-2010_Roeper.pdf, Abrufdatum: 01.11.2010.

112 Ebd.

113 Vgl. Sundermeyer, Olaf: Die NPD und die Medien: Soll man Wirklichkeit ausgrenzen? FAZ.net, 2011, URL: http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~E5AF65E002D4F4F9C9977F252862C1DF2~ATpl~Ecommon~Scontent.html; Abrufdatum: 27.01.2011.

114 Stawowy, Peter: Torgauer Zeitung: »eine gewisse Portion Unerfahrenheit«. Presseclub Dresden, 25.08.2008, URL: http://www.presseclub-dresden.de/2008/08/25/torgauer-zeitung-druckt-npd-pressemitteilung-ungekurzt/, Abrufdatum: 10.11.2010.

GmbH), Reisen (sz-Reisen), Satz, Ticketservice (Sz-Ticketservice), Werbung und Kommunikation (Agentur neuwerk) und Online-Auktionen. Darüberhinaus gibt es noch eine Reihe von gedruckten Erzeugnissen wie dem Gastroführer Augusto, mit denen zusätzliche Einnahmen generiert werden.

Der Geschäftsführer des DJV-Landesverbands Michael Hiller zog in einem Artikel über die Arbeitsbedingungen für Journalisten in Sachsen 2008 folgende Bilanz: »Für eine sinkende Leserzahl ist man nicht bereit, das redaktionelle Niveau zu halten oder gar zu verbessern und am besten sparen kann man ohnehin nur beim Personal. Die meisten Überlegungen der Verlage zur Optimierung ihrer wirtschaftlichen Situation betreffen daher weniger den redaktionellen Teil, sondern andere, möglichst neue, wirtschaftliche Aktivitäten, die im jeweiligen Verbreitungsgebiet mit Hilfe der Tageszeitung vermarktet werden können.«[115]

115 Hiller, Michael: Zur aktuellen Situation der Vergütung journalistischer Arbeit im Freistaat Sachsen. Presseclub Dresden, 15.01.2010, URL: http://www.presseclub-dresden.de/2010/01/15/zur-aktuellen-situation-der-vergutung-journalistischer-arbeit-im-freistaat-sachsen/, Abrufdatum: 05.11.2010.

## Der Zeitschriftenmarkt im Freistaat – Struktur und Perspektiven

Der Markt der Publikumszeitschriften in Sachsen ist geprägt durch eine große Zahl kleiner lokaler Titel. Es gibt Frauen-, Kinder-, Jugend-, Familien-, Sport-, Stadtteil-, und eine ganze Reihe Branchen- und Wirtschaftstitel – die wenigsten haben bislang eine nachhaltige Relevanz entwickelt. Die überwiegende Zahl der Zeitschriften ist im Bereich der Stadt- und Kulturmagazine angesiedelt. Hervorzuheben sind hier die letzten zwei unabhängigen Kaufzeitschriften Kreuzer (Leipzig) und Sax (Dresden), die als Neugründungen kurz nach der Friedlichen Revolution entstanden und bis heute überlebt haben, deren Einfluss aber zunehmend schwindet.

In den Jahren nach dem Ende der DDR hatte der Osten geradezu einen Zeitschriftenboom erlebt. Doch die Titel gingen genauso schnell wieder, wie sie gekommen waren. Wie die ehe-

maligen DDR-Zeitschriften waren auch die – häufig von Enthusiasten mit wenig Erfahrung – neu gegründeten Blätter harter Konkurrenz durch die Westzeitschriften ausgesetzt. Die Westverlage brachten teilweise günstigere Ostversionen ihrer eigenen Zeitschriften auf den Markt, die sich zunächst großer Beliebtheit erfreuten, nicht zuletzt aufgrund der Neugier der Ostdeutschen auf neue Produkte. Doch auch sie verschwanden wieder Mitte der neunziger Jahre – trafen sie inhaltlich offenbar nicht den Nerv der Leserschaft.

Anders als bei den Bezirkszeitungen betrachteten viele Bürger die ehemaligen DDR-Zeitschriften »als Repräsentanten des mit der Friedlichen Revolution überwundenen Gesellschaftssystems«[116] – kaum ein Titel überlebte die daraus folgenden Auflagenverluste. So ist heute von den 575 ehemaligen DDR-Zeitschriften[117] (darunter über 50 Publikumszeitschriften[118]) nur noch ein kümmerlicher Rest übrig. Sie sind allesamt auf den bundesdeutschen Markt ausgerichtet, größtenteils mit magerem Erfolg. Zu nennen sind hier Eulenspiegel, Das Magazin, die Kinderzeitschriften Bummi und Frösi, melodie & rhythmus, Auto Straßenverkehr sowie Guter Rat, die heute unter dem Dach des SUPERillu-Verlags mit erscheint. Häufig wechselnde Eigentümer, vergleichsweise niedrige Auflagen, Umstellungen im Erscheinungsrhythmus oder zeitweiliges komplettes Nichterscheinen und ein hoher Grad der Selbstausbeutung der Macher prägen dabei die Geschichte von alten DDR-Titeln, die es auch heute noch gibt, wie etwa Das Magazin oder melodie & rhythmus.

Auch eine ganze Reihe von Verbands- und Vereinszeitschriften sowie Amtsblätter und Wochenzeitungen sind zum Gründungsboom der Nachwendezeit zu zählen. Sie wurden gleich nach der Wende meist von den Zeitungsverlagen herausgebracht. Vergleichbares hatte es doch vorher nicht gegeben. »Daneben boten die Stadtmagazine den zweiten wichtigen, neu entstandenen ›Zeitschriftentyp‹. Diese hatten in der DDR fast völlig gefehlt.«[119]

116 Büsow, Robert (u.a.): Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland. S. 177, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

117 Ebd. S. 125.

118 Vgl. Schrag, Wolfram: Medienlandschaft Deutschland, S.134.

119 Büsow, Robert (u.a.): Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland. S. 168, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

| Die 20 meistgelesenen Zeitschriften in Sachsen | | | |
|---|---|---|---|
| | | Reichweite (Leser pro Ausgabe) | Reichweite in Prozent |
| 1 | SUPERillu | 780.000 | 20,8 |
| 2 | TV Spielfilm plus | 420.000 | 11,1 |
| 3 | Bild am Sonntag | 370.000 | 9,8 |
| 4 | TV 14 | 360.000 | 9,7 |
| 5 | Bild der Frau | 340.000 | 9 |
| 6 | TV Movie | 270.000 | 7,2 |
| 7 | Der Spiegel | 220.000 | 5,8 |
| 8 | Sport Bild | 200.000 | 5,4 |
| 9 | Gong plus | 200.000 | 5,4 |
| 10 | Focus | 190.000 | 5,1 |
| 11 | Computer Bild | 190.000 | 5,1 |
| 12 | Guter Rat | 160.000 | 4,1 |
| 13 | Stern | 150.000 | 4,1 |
| 14 | Computer Bild Spiele | 140.000 | 3,7 |
| 15 | Geo | 140.000 | 3,6 |
| 16 | Hörzu | 140.000 | 3,6 |
| 17 | Kicker Sportmagazin | 130.000 | 3,5 |
| 18 | Mach mal Pause | 130.000 | 3,4 |
| 19 | TV direkt | 120.000 | 3,1 |
| 20 | Fit For Fun | 120.000 | 3,1 |

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahre
Gebiet: Sachsen
Potenzial: 3.75 Mio. (100%)
Quelle: Media Analyse I/2011

## Sonderrolle der SUPERillu

Überregional im Osten und somit auch im Freistaat Sachsen von großer Bedeutung ist die SUPERillu des Münchner Burda-Verlags (u.a. Focus, Bunte, Playboy). Das Blatt grenzt sich in Reichweite und Verkaufszahlen im Osten deutlich von vergleichbaren (West-)Zeitschriften ab. Die bunte Mischung aus allgemeiner Unterhaltung, Service und die Würdigung der verbliebenen DDR-Show-Prominenz trifft offenbar den Nerv der überwiegend älteren Leserschaft. Das im Vergleich der östlichen Bundesländer sehr starke Sachsen ist dabei für die SUPERillu, die mit einer Auflage von um die 400.000 Exemplare einen wesentlichen Bestandteil ihrer Einnahmen aus dem Einzelverkauf zieht, wichtigster Absatzmarkt. Andere Titel dagegen erreichen im Osten oftmals nicht einmal die Hälfte der Leser, die sie im Westen haben – die SUPERillu spielt umgekehrt in den alten Bundesländern kaum eine Rolle. Nur mit mäßigem Erfolg wehrte sich die Redaktion über die Jahre gegen das Image »Ossi-Illustrierte«; Versuche, beispielsweise mit abweichenden Titelbildern auch die Leserschaft im Westen zu erobern, blieben ohne nennenswerten Effekt.

Im Interview mit dem Magazin der Süddeutschen Zeitung im Sommer 2010 nannte der damalige SUPERillu-Chefredakteur Jochen Wolff einige Zahlen zum eigenen Blatt und dem ostdeutschen Zeitschriftenmarkt: »Westdeutsche Magazine wie Stern, SPIEGEL und Bunte werden kaum gelesen, sie bilden zu wenig die Lebenswelt der Ostdeutschen ab. Am Kiosk verkaufen die drei Hefte zusammen zwischen 15.000 und 35.000 Hefte, die SUPERillu rund 300.000. Man kann es auch anders ausdrücken: Die SUPERillu hat in Ostdeutschland mit knapp drei Millionen Lesern 600.000 mehr Leser als SPIEGEL, Stern, Bunte und Focus zusammen.«[120]

Für seine Verdienste um die deutsche Wiedervereinigung und die innere Einheit erhielt Wolff im Juli 2010 das Bundesverdienstkreuz am Bande. Der gebürtige Bayer, der im 20. Jahr der Wiedervereinigung einen wahren Interview-Marathon absolvierte, hatte das Blatt gegenüber der Politik zur »Stimme der Ostdeutschen« aufgebaut und pflegte folglich gute Kontakte in die östlichen Staatskanzleien. Anlässlich der Ordensverleihung betonte Wolff, sein Blatt verfolge das Ziel, »ostdeutsches Selbstbewusstsein zu fördern und das Einende zwischen Ost und West herauszustellen, ohne dabei tatsäch-

120 Haberl, Tobias/Wichmann, Dominik: Der Herr der ostdeutschen Seelen. Süddeutsche Zeitung, 30/2010, URL: http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/34438/, Abrufdatum: 10.11.2010.

liche Unterschiede, wie es sie auch zwischen Nord und Süd gebe, auszublenden.«

Die Auszeichnung des langjährigen Chefredakteurs, der problemlos politische Größen wie Bundeskanzlerin oder Bundespräsident zu sich in die Redaktion in Berlin zum Interview bitten konnte, zeigt ein zentrales Problem für die Zukunft des Blattes auf: Das Magazin war stark auf die Person Wolff ausgerichtet, der 2010 seinen 60. Geburtstag feierte. Im Winter 2010 verkündete der Verlag einen Wechsel an der Spitze der SUPERillu – der 34-jährige Robert Schneider, zuvor für die Welt am Sonntag als stellvertretender Chefredakteur tätig, hat den Posten im April 2011 übernommen. Er steht vor großen Herausforderungen: Zunächst wird er sich aus dem Schatten von Wolff lösen und ein eigenes Profil gewinnen müssen. Hinzu kommt der Mangel an jungen Lesern, ein Defizit, das Wolff nicht in den Griff bekommen hat. Damit steht er allerdings nicht alleine da: Nahezu sämtliche Zeitschriften in Deutschland teilen dieses Problem.

## DIE ZEIT für Sachsen und der Blick aus dem Westen

Inzwischen haben sich die großen westdeutschen Zeitschriftenhäuser überwiegend mit der Situation abgefunden und den Kampf um die ostdeutsche Leserschaft aufgegeben. Das schlägt sich auch in der Form der Berichterstattung nieder: Nur selten sind Themen aus dem Freistaat Sachsen beispielsweise im Politik-Magazin SPIEGEL zu finden; auch andere große Titel müssen sich den Vorwurf gefallen lassen, im wesentlichen die Westperspektive bei der Berichterstattung über die ostdeutschen Länder anzuwenden.[121]

DIE ZEIT startete im November 2009 die Gegenoffensive: Seitdem erscheint wöchentlich eine Doppelseite aus und nur für Sachsen. Die Hamburger Wochenzeitung hatte zuvor schon im deutschsprachigen Ausland gute Erfahrungen mit regionalisierten Ausgaben gemacht.

DIE-ZEIT-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo erklärte in seinem Vorwort zum Start der Doppelseite die Eröffnung des Korrespondentenbüros in Dresden so:

»Die häufigen Berichte über Arbeitslosigkeit, Entvölkerung, Rechtsextremismus oder schaurige Verkehrsunfälle geben eben nur einen Teil der Wirklichkeit im Osten wieder. Um dieses Defizit zu beheben, haben wir in Dresden ein Korrespondentenbüro eröffnet. Von nun an werden unsere Autoren jede Woche auf zwei Seiten über regionale Themen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft schreiben. Die Sachsen-Seiten sollen die Initialzündung dafür sein, künftig viel mehr aus den östlichen Bundesländern zu berichten – in der gesamten ZEIT.«[122]

Zu den regelmäßigen Kolumnisten, die auf den Sachsen-Seiten über die ostdeutschen Befindlichkeiten schreiben, gehört auch Jana Hensel. Die populäre Schriftstellerin (u.a. »Zonenkinder«) formulierte im Sommer 2010 insgesamt 18 Thesen zur Bericht-

121 Vgl. Ahbe, Thomas (u.a.): Die Ostdeutschen in den Medien. Das Bild von den Anderen nach 1990.

122 Di Lorenzo, Giovanni: Im Osten was Neues. Warum die ZEIT Sachsen zwei eigene Seiten widmet. DIE ZEIT, 46/2009, URL: http://www.zeit.de/2009/46/S-Editorial, Abrufdatum: 05.11.2010.

erstattung über Ostdeutschland in der Bundesrepublik und stellte fest: »Der Osten ist zu einem dauernden Fremdkörper geworden, den man aus westdeutscher Perspektive beschreibt, mit westdeutschen Kategorien und Maßstäben misst.«[123]

Die erste Bilanz zur regionalen Sachsenausgabe nannte der Verlag positiv: Man verkaufe seit der Einführung der Regionalseiten rund 2.000 Exemplare mehr als vorher – einzelne Ausgaben lägen sogar 4.000 Exemplare über der vorherigen Auflage. Insgesamt verkaufe DIE ZEIT 10.000 bis 12.000 Exemplare pro Woche im Freistaat, so die Verlagsangaben.[124]

123 Hensel, Jana: Wir sind anders. Warum die Wirklichkeit des Ostens es so selten in die Medien und also in den Westen schafft. Zeit Online, 39/10, 28.09.2010, URL:http://www.zeit.de/2010/39/Osten-Medien, Abrufdatum: 05.11.2010.

124 Vgl. Stawowy, Peter: »Zeit für Sachsen«: Auflagenplus durch Regionalseiten. Flurfunk Dresden, 17.1.2011, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2011/01/17/zeit-fur-sachsen-auflagenplus-durch-regionalseiten/, Abrufdatum: 20.01.2011.

## Stadtmagazine unter Druck

Es gibt in Sachsen eine große Zahl sogenannter Stadtmagazine mit unterschiedlichen, meist urbanen Verbreitungsgebieten. Wesentliche Kennzeichen sind die lokale oder regionale Verbreitung sowie ein ausführlicher Veranstaltungskalender. Die Mehrzahl der Titel in Sachsen wird kostenlos in kulturellen Einrichtungen und in Geschäften ausgelegt; die wenigsten

**IVW-Auflagen Stadtmagazine (Auswahl) Sachsen**

| | Auflage | |
|---|---|---|
| | verbreitete | verkaufte |
| **Chemnitz** | | |
| Blitz! Chemnitz | 22.792 | - |
| Stadtstreicher-Stadtmagazin | 16.563 | - |
| 371 STADTMAGAZIN | 15.220 | - |
| port01 city-flash Chemnitz | 9.135 | - |
| **Dresden** | | |
| Dresdner Kulturmagazin | 34.120 | - |
| Blitz! Dresden | 30.789 | - |
| Dresdner Kinokalender | 17.985 | - |
| port01 city-flash Dresden | 9.040 | - |
| Sax – Das Dresdner Stadtmagazin | 4.831 | 4.650 |
| **Leipzig** | | |
| Blitz! Leipzig | 38.783 | - |
| kreuzer – Das Leipziger Stadtmagazin | 10.236 | 9.354 |
| port01 city-flash Leipzig | 9.528 | - |

Titel stellen sich dem harten Urteil der bezahlenden Leserschaft. Und auch von diesen wenigen, die als Kaufzeitschriften auftreten, lässt nur ein Teil die neutrale Prüfung der Auflagen durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) zu. Denn die Stadtmagazine stehen unter massivem Druck: Immer größer ist der Wettbewerb um Anzeigenkunden, immer kleiner sind dagegen die Werbebudgets und die Leser- und Käuferzahlen.

Das größte Kauf-Stadtmagazin in Sachsen ist die Leipziger Zeitschrift Kreuzer. Das monatlich mit einer Auflage von knapp 15.000 Exemplaren erscheinende Blatt war ursprünglich Kulturbeilage einer neu gegründeten Leipziger Wochenzeitung. Nach der Einstellung der wöchentlichen DAZ (Die Leipziger Andere Zeitung) etablierte sich die ehemalige Kulturbeilage als monatliches Stadtmagazin. Der Kreuzer profitiert dabei erheblich von der dünnen Presse-Konkurrenz in der Messestadt – Leipzig ist klassisches Ein-Zeitungs-Gebiet.

Das Dresdner Stadtmagazin SAX feierte 2010 seinen 20. Geburtstag. Für einen Abonnentenstamm von 1.800 Personen und 5.200 weitere Käufer befasst sich der Titel vor allem mit dem Kulturgeschehen in der Landeshauptstadt. Auch wenn der Verlag mit einer Reichweite von bis zu drei Lesern pro Heft argumentiert, spricht die langfristige Entwicklung der verkauften Auflage doch eine deutliche Sprache: Das Blatt leidet unter einem zunehmenden Bedeutungsverlust. Zu groß ist auch der publizistische Gegenwind: Mit den kostenlos vertriebenen Stadtmagazinen Dresdner Kulturmagazin (kurz: Dresdner), Frizz und Blitz (erscheint auch mit Lokalausgaben in Chemnitz und Leipzig) sowie dem 2003 erstmals erschienenen regionalen Ableger des Lifestyle-Titels PRINZ (ebenfalls ein Kauftitel, dessen IVW-Auflage aber für Dresden und Leipzig nicht ausgewiesen wird, liegt sie doch deutlich unter der SAX- bzw. Kreuzer-Auflage) ringen weitere Titel um die Aufmerksamkeit der Leser und vor allem der Anzeigenkundschaft.

Eine ungewöhnliche Geschichte weist der kostenlose Dresdner auf: 1990 gegründet, erschien das Blatt zunächst als Kaufzeitschrift und mit dem Untertitel »Die Illustrierte der Stadt«. 1997 erfolgte die Umstellung zum kostenfreien

Medium und die Umbenennung zu Dresdner Kulturmagazin. 30 Prozent der Auflage (35.000 Exemplare) werden in ländlichen Gegenden wie Görlitz, Kamenz, Riesa, Freiberg und im Erzgebirge verteilt. Die Herausgeberin, die Medien Verlags GmbH, ist eine reine Mitarbeitergesellschaft – eine in der Branche ziemlich ungewöhnliche Rechtsform. Wenn auch die Seitenzahlen deutlich zurückgegangen sind, ist das Blatt doch seinem Selbstverständnis treu geblieben. Es stellt damit tatsächlich als städtisches Kulturmagazin eine ernsthafte Konkurrenz zur SAX dar. Anders als die Magazine Blitz und Frizz: Die nach dem Merchandising-Prinzip funktionierenden West-Importe konzentrieren sich in der Berichterstattung im Wesentlichen auf Party-, Lifestyle- und anzeigenfreundliche Themenumfelder, die viel Werbeumsatz versprechen.

Auch in Chemnitz gibt es mit Stadtstreicher (Druckauflage: 18.000 Exemplare) ein kostenloses Stadtmagazin, dass als Neugründung in der Wendezeit entstanden und zunächst kostenpflichtig war. Die Inhalte sind mit denen anderer Stadtmagazine zu vergleichen: Auch hier finden sich eine breite Mischung von Lokalpolitik bis zur Kulturberichterstattung, angereichert mit Terminhinweisen. Der Wettbewerber »371« (Druckauflage 17.000 Exemplare) stellt sozusagen eine Ausgründung dar: Der Betreiber war zur Wendezeit einer der Mitgründer des Stadtstreichers und schied später nach Meinungsverschiedenheiten im Herausgeberteam aus. Wie in den anderen großen Städten in Sachsen leiden auch diese beiden Stadtmagazine unter dem Wettbewerb durch Merchandising-Anbieter wie Blitz, Port01 und anderen oberflächlichen Partymagazinen.

Die Folgen sind bedauerlich: Auch wenn das so niemand offen zugibt, so hat sich doch die Praxis »Bericht gegen Anzeige« gerade im Bereich der kostenlosen Stadtmagazine etabliert und der gesamten Stadtmagazinlandschaft (nicht nur) im Freistaat einen erheblichen publizistischen Bedeutungs- und Glaubwürdigkeitsverlust zugefügt. Mit dem Aufkommen des Internets als Informationsmedium haben die Blätter außerdem einen wichtigen Lese-Faktor verloren: Die Leserschaft ist nun nicht mehr auf den Kalenderteil in den Heften angewiesen.

## Auflagenmillionäre aus Dresden für die Republik

Abschließend seien noch zwei Zeitschriftentitel erwähnt, die es von der sächsischen Landeshauptstadt zur bundesweiten Erscheinung gebracht haben: port01 und SPIESSER – die Jugendzeitschrift (Anmerkung: der Autor dieses Buches arbeitete 2003 bis 2007 als Chefredakteur von SPIESSER). Könnten die Blätter inhaltlich nicht unterschiedlicher sein, einen sie doch gewisse äußere Merkmale: die Zielgruppe Jugend, die kostenlose Erscheinungsweise und die extrem hohe Auflage.

Die Jugendzeitschrift SPIESSER erlebte 2005 nach einem SPIEGEL-Bericht[125] einen wahren Pressehype: Als »ostdeutsche Bravo« bezeichnete das Hamburger Nachrichtenmagazin und in der Folge zahlreiche andere Medien das kostenlos Blatt, das aus einer Dresdner Schülerzeitung hervorgegangen war. Vielfach bezeichneten Medienberichte das Blatt als »ostdeutsche Erfolgsgeschichte«, die sich an die für Print eigentlich verloren gegangene Zielgruppe Schüler richtet. Dabei übersahen die Medienberichte zumeist die große inhaltliche Nähe zu Anzeigenkunden sowie die Unabhängigkeit der mit der Zeit gewachsenen extrem hohen Auflage von der tatsächlichen Leserschaft – ein generelles Problem von Kostenlostiteln. Im September 2007 erschien das Blatt erstmals mit einer Auflage von 1 Mio. Exemplaren bundesweit. Nachdem die Untersuchung der

125 Vgl. ter Haseborg, Volker: Glotze aus. SPIEGEL, 2/2005, URL: http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-38915646.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

tatsächlichen Reichweite (AWA 2010) eine durchschnittliche Leserzahl von unter 400.000 Lesern pro Ausgabe ergeben hatte, reduzierte der Verlag die Auflage im Februar 2010 auf 800.000 Exemplare.

Lieferte SPIESSER zumindest inhaltlich noch anspruchsvolle Zugänge auch zu unliebsamen Themen aus dem Politik- und Gesellschaftsbereich, wählte das aus einem Internet-Partyfoto-Portal hervorgegangene DinA6-Heftchen port01 im Wesentlichen oberflächliche Inhalte: zentrales Element der Mini-Zeitschrift sind Party-Fotos, die mit kleineren Artikeln und Berichten über Mode und Lifestyle-Themen durchsetzt sind. Auch hier ist immer wieder eine extrem große Nähe der Berichterstattung zum Werbekunden zu beobachten. Den Medienmachern gelang es nach einigem wirtschaftlichen Auf und Ab den Titel mit inzwischen 33 regionalisierten Ausgaben über die gesamte Bundesrepublik und sogar die Ferieninsel Ibiza zu verbreiten. Die bundesweite Auflage liegt heute bei fast 300.000 Exemplaren – die regionalen Auflagen für Dresden, Leipzig und Chemnitz betragen allerdings jeweils nur 10.000 gedruckte Exemplare.

## Ein unterschätztes Thema: Medien von Minderheiten

Aber es gibt nicht nur deutschsprachige Medien im Freistaat: Eine besondere Rolle in der Medienlandschaft Sachsens spielen sicherlich die Sorben, die als slawisches Volk in der Lausitz leben und anerkannte Minderheit sind. Es gibt eine Reihe von sorbischen Medien, die dem Erhalt der sorbischen Kultur dienen. Die Förderung der sorbischen Kultur ist in den Verfassungen von Sachsen und Brandenburg verankert. Im Domowina-Verlag in Bautzen erscheinen zwei Zeitungen, jeweils in obersorbischer und niedersorbischer Sprache, sowie diverse Zeitschriften. Außerdem produzieren MDR und Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) jeweils eine Fernseh- und Radiosendung in sorbischer Sprache.[126]

Die Existenz und Bedeutung anderer Ethnomedien, etwa für Vietnamesen oder Russen, ist im Freistaat dagegen derzeit noch völlig unerforscht.[127] In Sachsen beispielsweise erscheint der Ost-Kurier, ein Monatsmagazin, dass »kostenlos unter der russisch sprechenden Bevölkerung von Chemnitz, Leipzig,

126 Vgl. ter Haseborg, Volker: Glotze aus. SPIEGEL, 2/2005, URL: http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-38915646.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

127 Derzeit läuft eine Studie zur Mediennutzung und Medienkompetenz jugendlicher Migranten in Sachsen des Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden unter Leitung von Prof. Dr. Lutz Hagen, das durch die Sächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien gefördert wird.

| Sorbische Medien (Übersicht) | | |
|---|---|---|
| Name | Ausrichtung | Link |
| Serbske Nowiny | Obersorbische Tageszeitung | http://www.serbske-nowiny.de |
| Nowy Casnik | Niedersorbische Wochenzeitung | http://www.nowycasnik.de |
| Rozhlad | Kulturzeitschrift | www.rozhlad.de |
| Lětopis | Die Zeitschrift für sorbische Sprache, Geschichte und Kultur | http://www.serbski-institut.de/cms/de/36/L%C4%9Btopis |
| Katolski Posol | Katholische Wochenzeitung | www.posol.de |
| Plomjo | Kinderzeitschrift | www.plomjo.de |
| MDR Sorbischer Rundfunk | | www.mdr.de/mdr1-radio-sachsen/sorbisch/ |
| ORB TV Luzyca | | www.orb.de/fernsehen/tv/luzyca.html |
| Runjewonline | Online Magazin | www.runjewonline.info |
| Internecy | sorbisches Internet-»Dorf« | www.internecy.de |

Erfurt, Dresden, Halle, Magdeburg und angrenzenden Städten verteilt«[128] wird. Die Auflage beträgt nach eigenen Angaben 12.000 Exemplare. Auch »Krugozor«, eine deutschlandweit erscheinende Monatszeitung, hat bei der russischsprachigen Bevölkerung vermutlich eine Bekanntheit – das Blatt wird mit 170.000 Exemplaren in der ganzen Bundesrepublik verteilt.[129]

Die in Sachsen lebenden Vietnamesen, die immerhin zehn Prozent der Ausländer in Sachsen und somit die größte ausländische Bevölkerungsgruppe ausmachen, haben ebenfalls eigene Medien. Über diese Titel gibt es allerdings bislang keine wissenschaftliche Literatur. Zu nennen ist hier etwa die Zeitschrift Thoi Bao Viet Duc, die von Leipzig aus herausgegeben wird.[130]

128 Ostkurier.de: http://www.ostkurier.de/de-DE_joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=3, Abrufdatum: 10.11.2010.

129 Krugozor Plus Zeitung: URL: http://www.presseru.de/podp-krugozor-plus.php, Abrufdatum: 10.11.2010.

130 Vietnaminfothek.de: URL: http://www.cms.vietnam-infothek.de/index.php?option=com_fireboard&Itemid=94&func=view&catid=7&id=849, Abrufdatum: 11.01.2011.

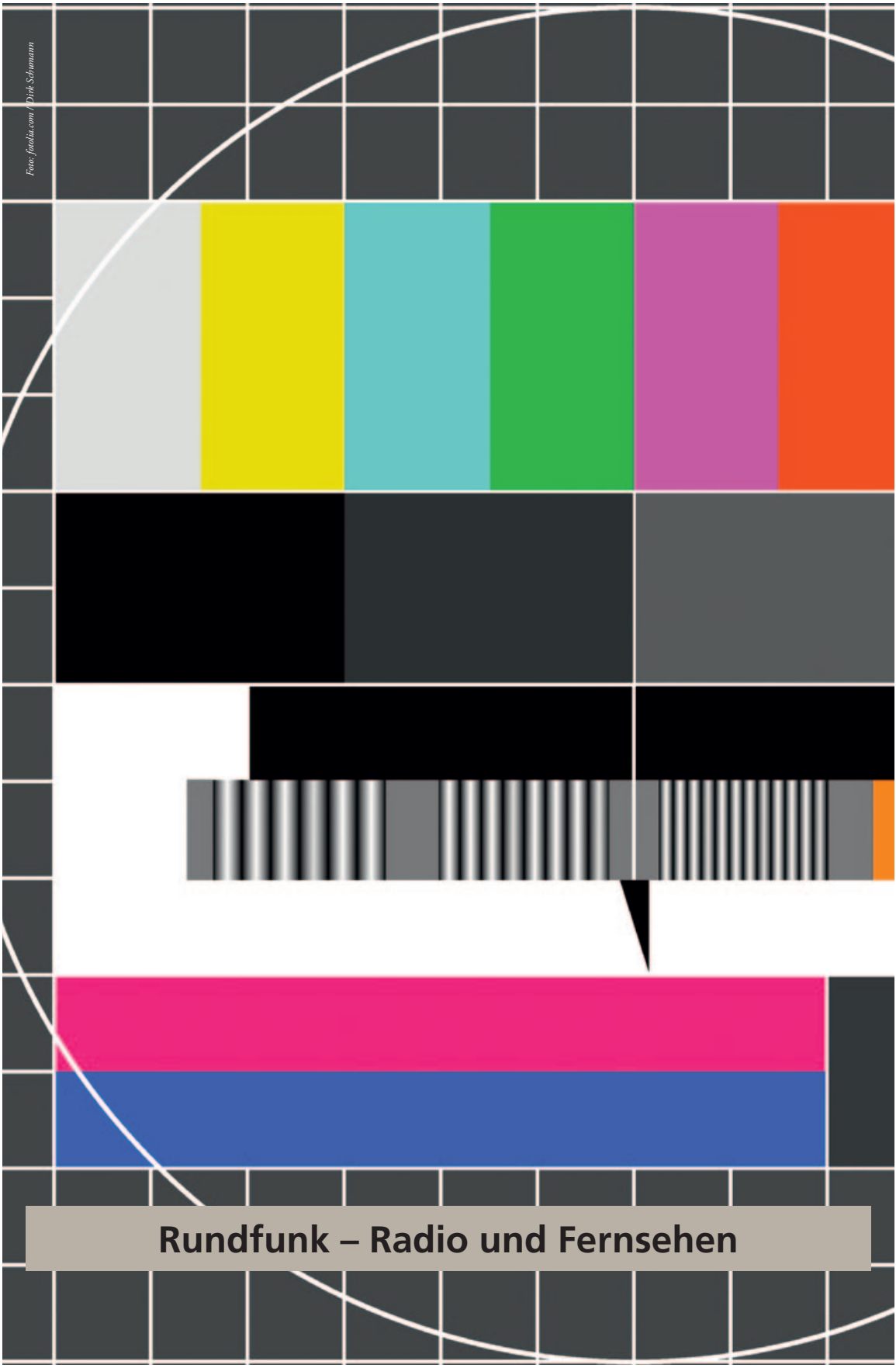


Foto: fotolia.com/Dirk Schumann

# Rundfunk – Radio und Fernsehen

# Rundfunk – Radio und Fernsehen

Der Rundfunk in Sachsen ist wie in der gesamten Bundesrepublik im sogenannten Dualen System geordnet. Öffentlich-rechtliche Sendeanstalten, die mit Gebühren und gesetzlichem Programmauftrag ausgestattet sind, stehen privaten Radio- und Fernsehstationen gegenüber, die sich aus Werbeeinnahmen finanzieren.

Allein für Sachsen senden 21 private Radio- und 59 private lokale und regionale Fernsehprogramme (Internetangebote ausgenommen).[131] Hinzu kommen ein Fernseh- und acht Radioprogramme des MDR, die größtenteils für die drei Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen produziert werden. Ferner sind noch die überregionalen öffentlich-rechtlichen Programme wie ARD, ZDF, Deutschlandradio und jede Menge privater überregionaler TV-Stationen (RTL, ProSieben usw.) zu empfangen. Eine besondere Rolle in Sachsen spielen die Bürgermedien – insgesamt drei sogenannte nichtkommerzielle Lokalradios (NKL) und zwei Hochschulradios senden in Sachsen auf UKW-Frequenzen. Die Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanäle (SAEKs) schließlich sind nur im Internet zu hören bzw. stellenweise im Lokalfernsehen zu sehen. Sie sollen primär der Vermittlung von Medienkompetenz an interessierte Bürger dienen.

Nach der Wiedervereinigung nahm die sächsische Medienpolitik das bayerische Modell als Vorbild für die Regelung des öffentlich-rechtlichen wie auch des privaten Rundfunks. Übernommen hatte man damit auch, so Machill, die Schwächen im System: Die für den Privatrundfunk zuständige Lizenzierungs- und Aufsichtsbehörde SLM hat gleichzeitig einen Betreuungs- und Kontrollauftrag für die Sender – und übt daher die Kontrolle häufig im Sinne der Sender aus.[132] Der langjährige Präsident des SLM-Medienrats Prof. Kurt-Ulrich Mayer formulierte es in einem Interview so: »Ich habe von Anfang deutlich gemacht, dass die SLM keine Medienpolizei sein soll, sondern sich als Dienstleister für den privaten Rundfunk versteht.«[133]

131 Vgl. SLM: Startseite. URL: http://www.slm-online.de, Abrufdatum: 05.11.2010.

132 Vgl. Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 21.

133 Förster, Stefan: Privater Rundfunk in Sachsen. SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 16. S. 19.

## Öffentlich-Rechtliches Radio und Fernsehen: MDR und Deutschlandfunk

### MDR

Mit dem Einigungsvertrag wurde auch der DDR-Rundfunk per Stichtag 31.12.1991 aufgelöst.[134] In der DDR war der Rundfunk in die Gattungen Radio und Fernsehen klar getrennt und im Wesentlichen zentral in Berlin organisiert. Bei der Neuorganisation übertrug man die föderalen Organisationsstrukturen der westlichen Rundfunkanstalten in den Osten: Für die südlichen neuen Länder übernahm der MDR, in dem Radio und Fernsehen in einer Anstalt vereint waren, für die CDU-regierten neuen Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen die Sendetätigkeit.

Die Gründung der Dreiländeranstalt MDR war dabei sowohl auf politischer wie inhaltlicher Ebene ein organisatorischer »Husarenritt«: Die unterschiedlichsten politischen Interessen mussten berücksichtigt werden; außerdem sollte innerhalb von kürzester Zeit die Sendetätigkeit aufgenommen werden – Improvisationstalent war gefragt.[136] Gründungsintendant Udo Reiter erzählte im November 2009 im Interview mit dem Tagesspiegel von der turbulenten Anfangszeit: »Im Staatsvertrag stand: Ab 1. Januar 1992 sieben Hörfunkprogramme, ein Fernsehprogramm und zehn Prozent Anteil am ARD-Programm, drei Landesfunkhäuser, Zentrale, Hörfunk extra noch in Halle. Gewählt wurde ich Anfang Juli 1991, da war ich der einzige Angestellte des MDR, 001 sozusagen.... Es gab keine Infrastruktur, wir hatten 47 verschiedene Standorte, wo immer ein Kabel aus der Wand hing, haben wir uns niedergelassen. 560 Millionen Mark Anschubfinanzierung waren vorhanden, gebraucht wurden rund 1,2 Milliarden.«[137]

Durch die Verpflichtung einer Reihe von Ost-Stars im Unterhaltungsbereich konnte sich der Sender trotz der regionalen Unterschiede im Sendegebiet schnell etablieren. Reiter: »Der Ostalgie-Effekt war kalkuliert. Bei Politik, Wirtschaft, Kultur haben wir das Programm von Grund auf erneuert, aber in der Unterhaltung haben wir bewusst an DDR-Traditionen angeknüpft. Das hat vielen Leuten gut getan, für die sich damals ja alles verändert hat. Wenigstens die Schlagersänger und

»Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kam eine besondere Verantwortung zu, einen Beitrag zur deutsch-deutschen Vereinigung zu leisten und Ostdeutschland zu integrieren.«[135]

134 Vgl. Hoff, Inga (ua.): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Ostdeutschland. S. 189, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

135 Ebd. S. 189.

136 Ebd. S. 192ff.

137 Eckert, Thomas/Huber, Joachim: Interview mit MDR-Chef. Grenzen der Gerechtigkeit. Der Tagesspiegel, 07.11.2009, URL: http://www.tagesspiegel.de/medien/grenzen-der-gerechtigkeit/1629238.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

Rundfunkstaatsvertrag, § 11, Abs. 1: »Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. […] Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.«

die Unterhaltungskünstler sind die alten geblieben – das war psychologisch nicht verkehrt.«[138]

Rechtliche Grundlage für die Sendetätigkeit des MDR sind der MDR-Staatsvertrag sowie die Rundfunkstaatsverträge. Sie schreiben den Grundversorgungsauftrag der Anstalten mit Information und Unterhaltung sowie die Unabhängigkeit von staatlichen Einflüssen fest. Die Unabhängigkeit und die Einhaltung der Aufträge werden formal abgesichert durch die Gremien Rundfunk- und Verwaltungsrat, die aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen konstituiert werden (vgl. Kapitel 3).

Die Finanzierung erfolgt über Rundfunkgebühren, die künftig durch einen sogenannten Rundfunkbeitrag ersetzt werden. Darüber hinaus ist den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland auch die Einnahme von Werbe- und Sponsorengeldern erlaubt. Das führt, wie auch die im europäischen Vergleich sehr stattliche finanzielle Ausstattung der öffentlich-rechtlichen Sender mit Gebührengeldern, immer wieder zu Kritik durch die Privatsender.[139] Die Europäische Union stellte 2007 ein Verfahren gegen Deutschland wegen unerlaubter Beihilfen ein – im Gegenzug verpflichtete sich die deutsche Politik, die Aufgaben der Öffentlich-Rechtlichen näher zu definieren. Der ausgehandelte »Beihilfenkompromiss« und die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag grundsätzlich auch für digitale Angebote gelte, führten zum sogenannten Drei-Stufen-Test (auch Public-Value-Test genannt) für Online-Angebote der Öffentlich-Rechtlichen.[140]

Wie viele Zuschauer aber braucht öffentlich-rechtliches Fernsehen, damit es seinen Programmauftrag erfüllt? Ab wann ist der Einsatz der Gebührengelder angemessen, wann ist er Verschwendung? Für heftige Diskussionen sorgt immer wieder die Quotenorientierung der öffentlich-rechtlichen Sender: Denn die Programme sollen ja nicht nur interessierte Minderheiten informieren, sondern möglichst die breite Masse der Gesellschaft. Hinzu kommt ein großer Nachteil des Fernsehens, wenn es um die Informationsvermittlung geht: es braucht als visuelles und emotionales Medium starke Bilder – die Optik dominiert also nicht selten die Inhalte.[141]

Für immer wiederkehrende Diskussionen in Rundfunkrat und Öffentlichkeit sorgen außerdem der Betrieb von gleich zwei jungen MDR-Sendern, nämlich Jump und Sputnik (als

138 Ebd.

139 Vgl. Kress. Der Mediendienst: Schäferkord kritisiert öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Deutsches Medienrecht ist seit langem überholt. 01.11.2010, URL: http://kress.de/alle/detail/beitrag/107059-schaeferkordt-kritisiert-oeffentlich-rechtlichen-rundfunk-deutsches-medienrecht-ist-seit-langem-ueberholt.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

140 Vgl. Peters, Thomas Mike: Was ist eigentlich der Drei-Stufen-Test. 16.02.2009, URL: http://www.telemedicus.info/article/1160-Was-ist-eigentlich-der-Drei-Stufen-Test.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

| Radioprogramme des MDR in Sachsen | | | |
|---|---|---|---|
| Sender | Inhalte Zielpublikum | Tagesreichweite in Hörern in Sachsen (ma 2011/ I) | Tagesreichweite in Hörern in Sachen, Sachsen-Anhalt und Thüringen (ma 2011/ I) |
| MDR 1 Radio Sachsen | Regionalradio für Sachsen mit Schlagern und Oldies, Informations- und Unterhaltungsprogramm für Hörer ab 50 Jahre | 1.007.000 | 2.060.000* |
| MDR JUMP | Regionalradio für 20-40 jährige im MDR Sendegebiet mit Pop und Rock aus den 90'ern bis heute | 481.000 | 970.000 |
| MDR Figaro | kulturelles Unterhaltungsprogramm, mit Pop, Rock, Oldies, Jazz und klassischer Musik | 163.000 | 261.000 |
| MDR Info | Nachrichten- und Informationsprogramm | nicht ausgewiesen | 362.000 |
| MDR Sputnik | Jugendkulturradio (via UKW nur in der Region Leipzig und Sachsen-Anhalt, sonst flächendeckend via Kabel oder Livestream) | nicht ausgewiesen | 188.000 |
| MDR Klassik | nur über DAB, Internet und DVB-S zu empfangen: klassische Musik, übernimmt täglich für mehrere Stunden das Programm von MDR Figaro | | |

*einschließlich MDR 1 Sachsen-Anhalt und MDR 1 Thüringen
Quelle: MDR.de; Reichweiten: MA Radio I/2011

indirekter Nachfolger des legendären DT64, des Jugendsenders der DDR). Ihnen, insbesondere Jump, wird von Kritikern auch gern die zu große Ähnlichkeit – was sich insbesondere an Gewinnspielen und oberflächlichen Beiträgen festmacht – zu den privaten Radioprogrammen vorgeworfen. Jump und Sputnik

141 Vgl. Schicha, Christian: Öffentlichkeit und Journalismus in der Mediendemokratie. S. 24. Fußnote 3.

MDR-Staatsvertrag, §5: »Der MDR erfüllt seine Aufgaben auf der Grundlage der verfassungsrechtlich garantierten Rundfunkfreiheit und unter Mitwirkung der bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen im Sendegebiet im Rahmen des geltenden Rechts.«

lieferten sich in den vergangenen Jahren gegenseitig einen erbitterten internen Konkurrenzkampf. In einer internen Klausur klärte der Rundfunkrat im Sommer 2008 die Unterschiede: Jump sei ein »massenpopuläres Programm für die Nachwendegeneration« und richte sich an »junge Erwachsene«, Sputnik dagegen eine »multimediale Experimentierplattform (zum) Testen neuer Verbreitungswege und Programmkonzepte«, die Jugendliche als Zielgruppe habe.[142] Allerdings könnten Einsparmaßnahmen und eine drastische Programmumgestaltung in Richtung eines massenkompatibleren Programms[143] bei MDR-Sputnik im Spätsommer 2010 durch die Hörfunkredaktion diese Liste wieder in Frage gestellt haben.

Hintergrund für die Veränderungen bei Sputnik sind die Sparmaßnahmen, die sich der MDR aufgrund zu erwartender rückläufiger Gebühreneinnahmen selbst auferlegt hat: Erstmals sind davon auch die Programme nicht explizit ausgeschlossen – jedes der fünf zentralen Hörfunkprogramme muss rund 10 Prozent seines bisherigen Budgets einsparen; Sputnik muss zusätzlich noch auf bisher geflossene Sondermittel der Intendanz verzichten.[144] Dauerhaft bleibt abzuwarten, ob Sputnik als eigenständiges Programm in seiner bisherigen Form überhaupt überleben wird.

Eine entscheidende Zukunftsfrage liegt außerdem in der Bedeutung des Internets: Die Zahlen und das Nutzungsverhalten von jungen Leuten sprechen deutlich für einen kommenden Bedeutungsverlust des Massenmediums Fernsehen in seiner bisherigen Form. Durch den 12. Rundfunkstaatsvertrag sind die Aktivitäten der Öffentlich-Rechtlichen im Internet erstmals rechtlich konkretisiert[145] und dabei teilweise zeitlich und inhaltlich begrenzt worden. Trotzdem oder gerade deswegen ist zu klären, wie die Verzahnung des Programms mit dem Online-Angebot aussehen könnte und in wieweit der Programmauftrag auch für den Verbreitungsweg Internet gilt.

Im Frühjahr 2011 teilte Intendant Udo Reiter dem Rundfunkrat mit, dass der 53-jährige Fernsehjournalist Stefan Raue der neue MDR-Chefredakteur werde. Er wird im Herbst 2011 der erste trimediale Chefredakteur der Rundfunkanstalt, also mit Verantwortung für drei Mediengattungen Fernsehen, Radio und Internet. Er soll dann dafür sorgen, dass die Nachrichten, die in den Fernseh- und Hörfunkzentralen in Leipzig und Halle sowie in den drei Landesfunkhäusern produziert werden,

142 Vgl. Gebler, Tina: MDR Sputnik und Jump. Warum beide? Presseclub-Dresden, 08.04.2009, URL: http://www.presseclub-dresden.de/2009/04/08/mdr-sputnik-und-jump-warum-beide/, Abrufdatum: 10.11.2010.

143 Vgl. Stawowy, Peter: Umbau im Programm von MDR Sputnik. Reichweite und Anspruch. Flurfunk-Dresden, 27.08.2010, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2010/08/27/umbau-im-programm-von-mdr-sputnik-reichweite-und-anspruch/, Abrufdatum: 10.11.2010.

144 Vgl. Stawowy, Peter: MDR Einsparungen auch beim Programm. Flurfunk-Dresden, 16.07.2010, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2010/07/16/mdr-einsparungen-auch-beim-programm/, Abrufdatum:10.11.2010.

145 Vgl. Rundfunkstaatsvertrag, § 11d: URL: http://www.rlp.de/fileadmin/staatskanzlei/rlp.de/downloads/medien/12_rundfunkaenderungsstaatsvertrag.pdf, Abrufdatum: 22.02.2011.

koordiniert werden. Dafür hat eine senderinterne Arbeitgruppe ein sogenanntes Newsdesk-Konzept ausgearbeitet. Laut dem Konzept sollen die geplanten Themen und die Nachrichtenlage aller MDR-Einheiten künftig an einer zentralen Stelle zusammenfließen. Geht der Plan auf, wäre das eine erhebliche Optimierung der Produktionsabläufe, in denen die einzelnen Medien häufig die gleichen Themen unabhängig voneinander produzieren.

Dass die Sendeanstalt durchaus auch Innovationspotential besitzt, stellte sie zum Beispiel im Sommer 2008 unter Beweis: Im Landesfunkhaus Sachsen in Dresden ging das erste volldigitale TV-Studio der ARD in Betrieb.[146] Die sogenannte Grüne Oase ermöglicht die Produktion von Sendungen ohne Studio-Einrichtung. Die kann, genau wie interaktive Grafiken, digital eingeblendet werden. Großer Vorteil der Investition: Das Studio ist unabhängig vom physischen Kulissenbau einsetzbar. Schon kurz nach der Inbetriebnahme hatte das Funkhaus eine Reihe von anderen Formaten gewinnen können, die seitdem in Dresden produziert werden.

**Deutschlandfunk**

Auch im überregionalen Rundfunkangebot gab es mit der Wiedervereinigung zwangsläufig Veränderungen: Die westdeutschen Sender RIAS und Deutschlandfunk hatten quasi ihre Existenzberechtigung verloren. Der RIAS war nach dem Zweiten Weltkrieg von der amerikanischen Militärkommandantur als Antwort auf den in Ostberlin ansässigen Berliner Rundfunk ins Leben gerufen worden. Der Deutschlandfunk war ursprünglich als Langwellensender auf Sendung gegangen, nachdem der DDR-Rundfunk den Langwellensender Deutschlandsender in Betrieb genommen hatte. Beide westdeutschen Sender verloren also mit dem Ende der DDR ihre zentrale Aufgabe, Gegenstimme zum DDR-Rundfunk zu sein.

So vereinte man die beiden Programme mit den Resten der ehemaligen DDR-Radiosender (Stimme der DDR und DDR2), die zunächst zum Deutschlandsender Kultur (DS Kultur) zusammengefasst worden waren.[147] Seit 1994 sendet Deutschlandfunk die beiden Programme Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk von den Studios in Köln und Berlin aus; seit 2010 ist das ausschließlich digital verbreitete Programm Deutschlandradio Wissen dazugekommen. Die drei sind bis-

146 Vgl. SUPERillu.de: MDR Sachsenspiegel. 3-D-Studio? In Dresden schon längst Fernsehalltag! 30.08.2009, URL: http://www.superillu.de/kino-tv/MDR_Sachsenspiegel_1333197.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

147 Vgl. Dradio.de: Wir über uns. URL: http://www.dradio.de/wir/, Abrufdatum: 10.11.2010.

Fakten und mehr.®

**Deutschlandfunk**

Kultur ist überall.®

**Deutschlandradio Kultur**

Hirn will Arbeit.®

**DRadio Wissen**

lang die einzigen Radio-Programme in Deutschland, die eine flächendeckende Lizenz für die gesamte Bundesrepublik haben.

Durch die unterschiedliche Interessenlage aller beteiligten Instanzen (Bund, Länder, ARD, ZDF) gestaltete sich der Gründungsprozess jedoch äußerst kompliziert. Nach langen Verhandlungen konnten sich ARD, ZDF, Bund, Länder und die drei beteiligten Hörfunksender schließlich auf das modifizierte Modell einer Körperschaft des öffentlichen Rechts einigen, das durch die Instanzen Intendant, Verwaltungs- und Hörfunkrat geprägt ist. Zuvor hatte die Medienpolitik das Begehren des ZDF abgewiesen, das eigene Programm durch die Übernahme des DDR-Rundfunks auf Hörfunk auszudehnen.

»Als Besonderheit kann hier gelten, dass im neuen Sender tatsächlich zwei westdeutsche und ein ostdeutsches Medium vereint wurden. Eine Situation, in der sich auch die beteiligten Journalisten ›unter psychischen Schmerzen‹(Elitz 1995: 5) miteinander arrangieren mussten«[148], zitiert Machill den Gründungsintendanten Ernst Elitz. Kritiker halten dagegen, dass die Neugründung im Wesentlichen die durch die Wiedervereinigung überflüssig gewordenen Westsender Deutschlandfunk und RIAS retten sollten – denn in dem neuen Sender standen eine große Zahl RIAS- und Deutschlandfunk-Mitarbeiter nur wenigen verbliebenen Beschäftigten des DDR-Funks gegenüber.

»Trotz der Schwierigkeiten kann der Zusammenschluss inzwischen als das gelten, was sich der damalige Vorsitzende der

*Ernst Elitz, Gründungsintendant des Deutschlandradios*

*Foto: DLR/Jonas Maron*

148 Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 29.

Rundfunkkommission der Länder, Rudolf Scharping von dem Konstrukt versprochen hatte: »ein Stück Verwirklichung der deutschen Einheit«.«[149]

## Der private Radiomarkt

Die rechtlichen Grundlagen für den privaten Rundfunk im Freistaat sind das Sächsische Privatrundfunkgesetz, der Rundfunkstaatsvertrag sowie diverse Satzungen und Richtlinien, die von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) teilweise in Zusammenarbeit mit anderen Landesrundfunkanstalten erlassen wurden.
Sachsen war als bevölkerungsreichstes neues Bundesland nach der Wende für Rundfunkanbieter aus dem Westen der attraktivste Markt, entsprechend hart umkämpft waren die Frequenzen.

Ursprünglich hatte die Medienpolitik das Ziel verfolgt, den privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk zeitgleich im Januar 1992 zu starten.[150] Doch der Plan scheiterte. Als erster privater Radiosender in Sachsen ging im Juli 1992 Radio PSR auf Sendung. Als nächster folgte Antenne Sachsen (heute Hitradio RTL SACHSEN) sowie verschiedene Bewerber für lokale Sender, die sich auf Mantelprogramme[151] von NRJ (Energy) und SLP (die Sächsischen Lokalprogramme) einigten.[152]

*Foto: Michael Voigt, www.fotowerkstatt.eu*

*Steffen Lukas und sein PSR-Morningshow-Team im Studio*

149 Ebd. S. 29f.
150 Vgl. Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 29.
151 Die lokalen Programme sind häufig nur für eine begrenzte Stundenzahl am Tag zu hören, in der übrigen Zeit wird das Mantelprogramm aufgeschaltet.
152 Vgl. SLM: Chronik. URL: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,22,nodeid,22,a_jahr,1992.ht, Abrufdatum: 10.11.2010.

## Strukturen des privaten Radio-Markts

In Sachsen gibt es derzeit 59 private lokale und regionale TV-Programme von 22 Fernsehveranstaltern. Dazu kommen 31 private (kommerzielle) und nichtkommerzielle Hörfunkprogramme, die größtenteils auf UKW-Frequenzen verbreitet werden. Dabei handelt es sich um fünf landesweite und 21 lokale bzw. regionale sowie fünf nichtkommerzielle Programme.

Da in der Bundesrepublik die Länder für das Thema Rundfunk zuständig sind, sucht man bislang vergeblich nach einem bundesweiten privaten Radioprogramm[153]. Die deutsche Radiolandschaft gleicht vielmehr einem Flickenteppich, denn es gibt (bislang) keine bundesweiten Frequenzen. Generell hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk bei der Vergabe zunächst den ersten Anspruch auf Vollversorgung; sind dann doch einmal lokale Frequenzen für private Radio-Anbieter frei, bevorzugen die Landesmedienanstalten bei der Vergabe häufig Anbieter, die lokale oder regionale Inhalte liefern. Zudem bevorzugen die Anstalten gern Anbieter aus dem eigenen Markt – neue Wettbewerber sind nicht gern gesehen. Allerdings gibt es auf Vermarktungsebene, also dem Kampf um die Werbegelder, überregionale Zusammenschlüsse, die auch beim Überblick in Sachsen helfen.

Auch die sächsische Radio- und sogar die TV-Landschaft weisen eine große Zahl von Programmen und Sendern auf. Zwar lassen 26 private Radio- und 59 private lokale und regionale Fernsehprogramme für Sachsen im ersten Moment eine große Programmvielfalt für den einzelnen Hörer oder Zuschauer vermuten. Tatsächlich aber unterscheiden sich die Verbreitungsgebiete der meisten Sender. Das heißt vom Standpunkt des einzelnen Hörers und Sehers aus schrumpft die Zahl der empfangbaren Programme beachtlich, sind doch viele der TV- und Radiosender nur in bestimmten Regionen zu empfangen.

Schaut man auf die Eigentümer und Betreiber der Radiosender, bleiben für Sachsen tatsächlich weniger als eine Handvoll Rundfunkanbieter übrig, die sich den Markt teilen. Machill spricht im Radiosegment von einem Oligopol[154], also wenige Anbieter für eine breite Masse von Konsumenten: Im Wesentlichen teilen sich die Broadcast Sachsen BCS (mit dem Sender Hitradio RTL Sachsen, seit 2005 im wirtschaftlichen Verbund mit den sechs Stadtradios) und die überregional aktive Regiocast (mit den Sendern PSR, R.SA u.a.) den Markt. Einzi-

153 Das ändert sich mit dem Start des Digitalradios DAB+ im August 2011 – dann gehen die Programme des Deutschlandradios sowie sieben private Anbieter bundesweit im Digitalfunk auf Sendung.

154 Vgl. Friedrich, Bettina/ Hommel, Frank: Organisation und Arbeit der ostdeutschen Landesmedienanstalten. S. 106, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

| Radioreichweiten in Sachsen | |
|---|---|
| Sender | Tagesreichweite in Hörern in Sachsen (MA 2011 Radio I) |
| MDR 1 Radio Sachsen | 415.000 |
| MDR JUMP | 287.000 |
| RADIO PSR | 246.000 |
| Sachsen-Funkpaket (Lokalradios) | 182.000 |
| R.SA | 150.000 |
| Hitradio RTL Sachsen | 149.000 |
| Energy Sachsen | 75.000 |

Stichprobe: Gesamt 10+, Sachsen
Quelle: ARD Werbung Sales und Services, radioreichweiten.de

ger außenstehender Radioanbieter ist Radio Energy (oder auch NRJ), das seit 1999 von der Frank Otto Medienbeteiligungs GmbH aus Hamburg betrieben wird. Energy allerdings lässt sich gemeinsam mit den Regiocast-Sendern in Sachsen von der Marketing im Radio (MIR) vermarkten – man ist also wirtschaftlich verbündet.

Die Sender, die zum regionalen Marketingverbund MIR gehören, sind im Werbezeiten-Verkauf der überregional aktiven Radio Marketing Services (RMS) angeschlossen – dem großen »marktbeherrschenden«[155] Radiovermarkter in der Bundesrepublik. Dagegen lassen sich Hitradio RTL und das Sachsen Funkpaket im überregionalen Markt von der AS&S (ARD-Werbung Sales & Services GmbH) vermarkten – im Markt der einzige nennenswerte Gegenspieler der RMS. Die privaten Rundfunksender lassen sich also von der ARD-Vermarktungsgesellschaft vertreten, die ansonsten im Wesentlichen öffentlich-rechtliche Programme vermarktet – das ist schon eine ungewöhnliche Konstellation. Überraschend auch vor dem Hintergrund, dass das Mutterhaus von Hitradio RTL, Bertelsmann als Inhaber der RTL-Gruppe, wirtschaftlich an der RMS beteiligt ist.

Ähnlich unübersichtlich wie die Senderlandschaft sind die Eigentumsverhältnisse im Radiomarkt. Die Regiocast (die auch in anderen Bundesländern operativ tätig ist) ist in Besitz von 50 Einzelgesellschaftern. »Neben namhaften deutschen Verlagshäusern wie Madsack, dem Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag und der Axel-Springer-AG stehen über 40 Einzelpersonen als Gesellschafter für die regionale Verankerung des Unterneh-

155 KEK-Online: 4. Medienkonzentrationsbericht der KEK »Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung. Kapitel II. Konzentrationsentwicklung im privaten Rundfunk. S. 145.; vgl. auch: Handelsblatt: Werbeerträge. Radio-Vermarktung steht Umbruch bevor.

mens«, heißt es auf der Webseite der Regiocast. Wir erinnern uns: Das Zeitungshaus Madsack ist auch Besitzer der LVZ (vgl. Kapitel 4).[156]

Die Broadcast Sachsen GmbH (BCS) als Betreiber von Hitradio RTL und den Stadtradios ist wirtschaftlich der RTL-Gruppe zuzuordnen, einer Tochter von Bertelsmann.[157] Bertelsmann ist aber auch Eigentümer von Gruner + Jahr, dem Mehrheitsgesellschafter der SZ (vgl. Kapitel 4).

Machill zieht eine pessimistische Bilanz zur Entwicklung des sächsischen Radiomarktes nach der Wende: »Somit wurde Anfang der neunziger Jahre die Grundlage für eine Radiolandschaft gelegt, die zwar nach Berlin die am breitesten aufgestellte, aber letztlich oligopolartig auf zwei Häuser (PSR und HITRADIO RTL) verteilt ist. 2004 wurde ein weiterer landesweiter Sender eingeführt, der die Konzentration verschärfte: APOLLO RADIO wird zusammen von PSR, R.SA, HITRADIO RTL, ENERGY und SLP betrieben (ALM 2006: 373) und dient Hilker (Zu dem Zeitpunkt medienpolitischer Sprecher der Sächsischen Linken) zufolge der Marktabschottung«[158] (zu Apollo vgl. nächstes Kapitel).

## Nichtkommerzieller Rundfunk: Nischenfunk oder Gegenöffentlichkeit?

Wie in anderen Bundesländern gibt es auch in Sachsen neben öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern eine dritte Schiene: den nichtkommerziellen Lokalfunk (NKL)[159]. Dieser wird im Zwei-Säulen-Modell dem privaten Rundfunk zugeordnet; die rechtliche Zuständigkeit liegt entsprechend bei der SLM. In Sachsen gibt es drei Freie Radios sowie zwei Sender, die mit Hochschulen in Verbindung stehen.

Wie der Name schon sagt, verfolgen die Anbieter keine kommerziellen Ziele. Bei den Freien Radios geht es auch nicht primär um journalistische Qualität oder Unterhaltung; vielmehr steht die Möglichkeit im Vordergrund, jeden Bürger am Rundfunksystem aktiv teilhaben zu lassen. Freie Radios wie die in Sachsen verfolgen ferner das Ziel, eine Gegenöffentlichkeit zu schaffen – also andere Themenschwerpunkte zu setzen und von der gängigen Medienmeinung abzuweichen. Und auch den Umgang mit Medien, also die Vermittlung von Medienkompetenz, nennt man gern als wichtiges Anliegen.

156 Vgl. Kapitel Print ab S. 53.
157 RTL-Radio: URL: http://www.rtlradiodeutschland.de/, Abrufdatum: 10.11.2010.
158 Friedrich, Bettina/Hommel, Frank: Organisation und Arbeit der ostdeutschen Landesmedienanstalten. S. 106, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.
159 In anderen Bundesländern zählen in diese Kategorie auch offene Kanäle und Bürgerfunk.

| Freie Radios und Hochschulradios in Sachsen | | |
|---|---|---|
| Sender/Programm | Verbreitung/Frequenzen (UKW) | Link |
| Freie Radios | | |
| Radio Blau Leipzig | 99,2 MHz, 94,4, MHz<br>98,2 MHz, 97,9 MHz | www.radioblau.de |
| coloRadio Dresden | 98,4 MHz, 99,3 MHz | coloradio.org |
| Radio T Chemnitz | 102,7 MHz | www.radiot.de |
| Hochschulradios | | |
| mephisto 97.6 Leipzig | 97,6 MHz | mephisto976.uni-leipzig.de |
| Radio UNiCC - Chemnitz | im Programm von Radio T | www.radio-unicc.de |
| 99drei Radio Mittweida | 99,3 MHz | www.radio-mittweida.de |
| StuNet RadioFreiberg | nur Internetstream | www.stunet.tu-freiberg.de/<br>radio.html |
| Campusradio Dresden | im Programm von coloRadio | campusradiodresden.de |

## Die Situation der Freien Radios

Das 1991 verabschiedete Sächsische Privatrundfunkgesetz sah zwar auch die Zulassung von Bürgermedien vor, schrieb aber keinen gesetzlichen Anspruch fest.[160] Die sächsische Medienpolitik konzentrierte sich vielmehr auf die Einrichtung von Ausbildungssendern (den SAEKs), wie sie in Bayern zu finden waren: ein eher konservatives Modell von Bürgerbeteiligung ohne eigene Sendungsmöglichkeit.

Trotzdem kamen drei der zahlreichen Initiativen zum Zuge, die sich nach der Wende gebildet und die teilweise illegal gesendet hatten. Coloradio Dresden startete am 8. Juli 1993, Radio T Chemnitz folgte am 2. April 1995 und Radio Blau Leipzig ging am 28. Mai 1995 erstmals auf Sendung. Alle drei Freien Radios senden seitdem zwar mit eigener Lizenz, strahlen aber keine Vollprogramme aus – die Bemühungen um eigene Frequenzen verliefen erfolglos.[161] Zunächst starteten die Freien Radios mit vier Stunden Programm wöchentlich, die in der Folgezeit auf 49 Stunden Wochenprogramm anwuchsen. In der übrigen Zeit ist seit 2004 das Programm von Radio Apollo zu hören, das bis Ende 2009 die Sendeleitungskosten für die Freien Radios mit bezahlte.

Die Splittung der Frequenz und vor allem die Übernahme der Leitungskosten in Höhe von jährlich 40.000 Euro durch das private Radio Apollo waren dabei auf Anregung der SLM

160 Vgl. Datan, Anja (u.a.): Bürgerfunk in Ostdeutschland durch Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios. S. 308, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

161 Um eigene Sendelizenzen für Vollprogramme bemühten sich die Initiativen vergeblich: Ebd.

»In Sachsen, wo der Auftrag an die Medienanstalt unkonkret formuliert und deswegen nicht verbindlich ist, haben die Bürgersender seit ihrer Gründung existentielle Probleme.«[162]

zustande gekommen. Im Vorfeld hatten die privaten Radiobetreiber in Sachsen, die BCS und die Regiocast, reichlich Druck gemacht, keinen weiteren privaten Wettbewerber in den sächsischen Markt zu lassen – konkret ging es um die Bewerbung von Klassik-Radio Hamburg.[163]

Die sächsische Medienpolitik schlug mit dem Deal der Kostenübernahme zwei Fliegen mit einer Klappe: Die privaten Radiobetreiber bekamen keine Konkurrenz von außerhalb, in dem sie die Frequenz mit einem eigenen, gemeinsamen Klassik-Programm (Apollo) bespielten; die ungeliebten Freien Radios bekamen keine vollen Frequenzen. Allerdings veränderte sich aus Sicht der privaten Radioveranstalter die Situation, als 2008 der Landtag die Abschaltung der UKW-Frequenzen für 2010[164] beschloss. Die zuständige SLM interpretierte die (neue) Gesetzeslage so, dass keine weiteren UKW-Frequenzen vergeben werden dürften.

Die Privaten witterten ihre Chance, die Kosten für die Freien Radios endlich loszuwerden: Sie weigerten sich, die Vereinbarung zu verlängern, die sowieso Ende 2009 auslief. Konnten sie doch sicher sein, von Seiten der Lizenzierungsstelle vorerst keine Konkurrenten mehr ins Land zu bekommen. Wahlweise stellten sie die Einstellung von Apollo oder eben das Ende der Zahlungen für die Freien Radios zur Disposition. In der Folge entbrannte ein heftiger Streit über die Kostenübernahme, der bis zu einer von Protesten begleiteten Anhörung im Landtag und einer – verglichen mit der tatsächlichen Reichweite der beteiligten Sender – erstaunlich breiten Presseberichterstattung führte.

Aktuell (Stand: Juni 2011) zahlen die Freien Radios ihre Sendeleitungskosten selbst; jedoch tauchen immer wieder Presseberichte auf, dass sie sich in der Existenz bedroht sehen. Die Entwicklung ist für die Freien Radios insofern bitter, als dass die SLM knapp ein Viertel ihres Etats von über 6 Mio. Euro für die Förderung der SAEKs ausgibt.[165] Die Forderung, dass die SLM die gesamten Leitungskosten der Freien Radios übernimmt, weist man mit dem Hinweis zurück, dass dies nicht vom gesetzlichen Auftrag gedeckt und folglich nicht möglich sei.

Während in anderen Bundesländern Freie Radios umfassend finanziell gefördert werden, ist eine entsprechende Entwicklung für Sachsen auf absehbare Zeit wohl eher nicht zu erwarten – auch wenn sich die Freien Radios weiter um eine Gesetzesänderung bemühen.

162 Datan, Anja (u.a.): Bürgerfunk in Ostdeutschland durch Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios. S. 315, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

163 Stawowy, Peter: Schluss mit Radio blau, Radio t und coloRadio? Flurfunk-Dresden, 22.10.2009, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2009/10/22/schluss-mit-radio-blau-radio-t-und-coloradio/, Abrufdatum: 10.11.2010.

164 Die Abschaltung ist inzwischen auf 2014 verschoben.

165 Vgl. Friedrich, Bettina; Hommel, Frank: Organisation und Arbeit der ostdeutschen Landesmedienanstalten. S. 107, In: Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

*Foto: mephisto 97.6*

*Redaktionsalltag bei mephisto 97.6 in Leipzig*

## Studentische Radiosender in Sachsen

Eine gänzlich andere Rolle als die Freien Radios, aber ebenfalls ohne kommerzielle Interessen, spielen die beiden Radiosender Mephisto Leipzig und 99drei Radio Mittweida. Auch wenn sie im Umfeld von Hochschulen produziert und das Programm von Studierenden realisiert wird, wäre die Bezeichnung als Campus-Radios nicht ganz richtig. Vielmehr versteht man sich als Ausbildungssender mit lokalem Anspruch.

Mephisto, das täglich vier Stunden Programm für Leipzig sendet, nennt sich in der Selbstbeschreibung »lokaler Radiosender der Universität Leipzig«[166]. Das von Studierenden erstellte Programm gewinnt regelmäßig Hörfunkpreise. Mit der Lizenzierung des Senders 1994 (Sendestart war 1995) bewies die sächsische Medienpolitik großes Innovationspotential: Der Sender mit direkter Anbindung an die Universität war Vorreiter in der Bundesrepublik. Mephisto war bundesweit das erste studentische Radio mit einer Frequenz und diente nach dem Sendestart 1995 vielen Hochschulradios in Deutschland als Vorbild.

166 Förster, Stefan: Privater Rundfunk in Sachsen. SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 16. S. 52.

Das Programm von 99drei Radio Mittweida ist im Umfeld der Hochschule Mittweida zu hören. Auch hier wird das Programm von Studierenden realisiert; in mehreren Moderationsschienen am Tag sollen die Bevölkerung wie auch die Campusangehörigen in Mittweida angesprochen werden.

Auch in anderen Städten in Sachsen gibt es studentische Radios, allerdings nicht mit eigener Frequenz: Radio UNiCC Chemnitz sendet täglich eine Stunde auf der gemeinsamen Frequenz von Apollo Radio und dem Freien Radio T. Das studentische Radio StuNet Radio Freiberg ist dagegen nur im Internet-Stream zu empfangen. Das Projekt des Studentenrats der TU Bergakademie Freiberg sendet gewöhnlich sonntags bis freitags und ist allen Studierenden und Hochschulangehörigen zugänglich. Noch vergleichsweise unbekannt und institutionell kaum angebunden ist dagegen das studentische Campusradio in Dresden, das regelmäßig eigene Sendungen für das Programm von Coloradio produziert.

## Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle

Ein weiterer Faktor in der Bürgermedien-Landschaft Sachsens sind die SAEKs. Die Ausbildungs- und Erprobungskanäle gibt es seit 1997. Sie werden von der gemeinnützigen Förderwerk GmbH mit der SLM als Hauptgesellschafter betrieben; die privaten Radioanbieter aus Sachsen halten ebenfalls Anteile an der Gesellschaft.[167] Mehrfach musste sich die SLM wegen der Strukturen und Kosten bei den SAEKs Kritik vom Landesrechnungshof gefallen lassen.[168]

In die SAEKs fließt rund ein Drittel des Etats der SLM, mit dem unterschiedlich ausgerichtete Projekte finanziert werden: In den »medienpädagogisch und breitenwirksam ausgerichtete SAEK-Projekten für die Bereiche Hörfunk, Fernsehen und Multimedia« an den Standorten Dresden (Medienkulturzentrum), Leipzig und Chemnitz stehen angeleitete Kurs-, Projekt- und Redaktionsarbeit zur Vermittlung von Medienkompetenz im Mittelpunkt. Die »vorwiegend schulisch geprägten SAEK-Projekte« an den Standorten Dresden (St. Benno-Gymnasium) und Riesa sowie an den Kombinationsstandorten Ost-Sachsen (Bautzen und Görlitz, unter Einbeziehung von Hoyerswerda) und Plauen/Zwickau richten sich vorwiegend an Schüler und Lehrer. Das »professionell ausgerichtete Projekt«

167 SAEK. Förderwerk für Rundfunk und neue Medien gGmbH. Gesellschafter. URL: http://www.saek.de/psk/saek/powerslave,id,82,nodeid,82.html?PHPSESSID=1cbfa1ccffa1ba65b6384ca5ad54f800, Abrufdatum: 10.11.2010.

168 Saft, Gunnar: Rechnungshof rügt Medienwächter. Sächsische Zeitung, 12.11.2008, URL: http://www.sz-online.de/nachrichten/artikel.asp?id=1992486, Abrufdatum: 10.11.2010.

in Chemnitz schließlich soll dazu beitragen, dass »Journalisten, ›Seiteneinsteiger‹, zukünftige Redakteure und andere beruflich Interessierte ihre journalistische Kompetenz verbessern können.«[169]

Produzierten die SAEKs zuvor in den meisten Fällen »nur für die Konserve«, gibt es seit Juli 2008 ein gemeinschaftlich produziertes SAEK-Internetradio, das als Live-Stream zu empfangen ist. Außerdem strahlen die lokalen Fernsehstationen häufiger halbstündige Magazin-Sendungen aus, die von SAEKs produziert worden sind. Ähnlich wie bei den Freien Radios werden hier aber keine relevanten Reichweiten erzielt; vielmehr senden die Programmacher in erster Linie für sich selbst.

## Privates Fernsehen: Lokale Vielfalt im Bewegtbild

Mit 59 lokalen oder regionalen Fernsehprogrammen stellt Sachen bundesweit den Vorreiter in Sachen Lokalfernsehen dar. Bei dem Modell orientierte man sich – wie auch in den anderen Medienbereichen zuvor – an der bayrischen Medienpolitik. Von den 59 Anbietern zählen die drei »großen« Sender, also Dresden-Fernsehen, Chemnitz-Fernsehen und Leipzig-Fernsehen, gemeinsam als ein Ballungsraumfernsehen. Weitere 20 Sender haben eine Reichweite von mehr als 10.000 Haushalten, 38 der Stationen erreichen weniger als 10.000 Haushalte. Sie produzieren häufig auch kein Bewegtbild-Programm, sondern nur sogenannte Bildschirmzeitungen[170] – also wechselnde Text- und Bildtafeln mit lokalen Informationen und Werbung.

Die mit Abstand höchste TV-Sender-Dichte in der Bundesrepublik ist positiv im Sinne der Vielfalt, gibt es in Sachsen doch im Vergleich zur Presselandschaft in großen Regionen nur eine Lokalzeitung (vgl. Kapitel Print). Die kleinen Lokal-TV-Sender haben allerdings große Probleme mit der Wirtschaftlichkeit, denn die niedrigen Zuschauerzahlen in den teilweise sehr kleinen Lizenzgebieten machen die Refinanzierung des Sendebetriebs in vielen Fällen sehr schwer. Zumal im vergleichsweise sturkturschwachen Sachsen das (lokale) Werbeeinkommen je Einwohner deutlich niedriger als im Westen ausfallen dürfte. Die Veränderungen der Bevölkerungszahlen gerade im ländlichen Raum lassen wenig Hoffnung, dass sich die Sender dauerhaft aus eigener Kraft finanzieren können.

169 SAEK. Förderwerk für Rundfunk und neue Medien gGmbH. Die Welt der SAEK. URL: http://www.saek.de/psk/saek/powerslave,id,122,nodeid,122.html?PHPSESSID=1cbfa1ccffa1ba65b6384ca5ad54f800, Abrufdatum: 05.11.2010.

170 Seufert, Wolfgang; Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland. S.31, zit. n.: SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 20. S. 11.

| Sächsische Fernsehsender | |
|---|---|
| Programm | Kontakt |
| Antenne Berbisdorf | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>prendel@gmx.de |
| Burgstädter Kabelzeitung | www.rg-tv.de |
| Chemnitz Fernsehen | http://www.sachsen-fernsehen.de |
| Coswiger Infokanal K3 | http://www.regionalfernsehen-coswig.de |
| Dresden Eins | http://www.dresdeneins.tv |
| eff 3 Freiberg | http://www.eff3-freiberg.de |
| ELSTERWELLE Fernsehen | http://www.kanal8-elsterwelle.de |
| eRtv – euro-Regional TV | http://www.ertv.de |
| FRM-TV Regionalfernsehen im Weißeritzkreis | http://www.frm-online.de |
| info tv leipzig | http://www.info-tv-leipzig.de/news-portal |
| Info-Kabel Bischofswerda | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>info-kabel_gmbh@t-online.de |
| Infokanal Radio Brückner | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 035877 27861 |
| Infokanal 12 | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 035951 32572 |
| Infokanal Crimmitschau | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>city-tv-crimmitschau@t-online.de |
| Infokanal Cunewalde | www.infokanal-tv.de |
| Infokanal Eibau | www.infokanal-eibau.de |
| Infokanal Zwönitz | www.infokanal-zwoenitz.de |
| Kabel Plus | http://www.tv-kabel-plus.de |
| Kabeljournal | http://www.kabeljournal.de |
| Kabel-TV Knauthain | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>rdomgall@aol.com |
| Kabelzeitung Altenberg / Geising / Zinnwald | http://www.funk-tele-com.de |
| Kanal 8 Dresden | http://www.kanal8.de |
| Kanal 8 Immobilien | http://www.kanal8.de |
| Kanal 8 Sport | http://www.kanal8.de |
| Kanal 9 Erzgebirge | http://www.kanal9-erzgebirge.de |
| Kanal Eins | http://www.kanaleins.de |
| Langenhessen TV | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 03761 5111 |
| Laubuscher Heimatkanal | lokales Fernseh-Vollprogramm<br>Tel. 035722 97111 |
| Leipzig Fernsehen | http://www.leipzig-fernsehen.de |

| | |
|---|---|
| Lengefeld Regional | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 037367 2418 |
| LFE Lokalfernsehen Einsiedel | http://www.froehlich-elektronik.de |
| MEF – Mittel Erzgebirgs Fernsehen | http://www.mef-line.de |
| Mittelsachsen TV | http://www.mittelsachsen-tv.de |
| Muldental TV | http://www.muldentaltv.de/html/de/text/index.html |
| Nordsachsen TV | http://www.nordsachsen-tv.de |
| Oschatz TV | http://www.oschatz-tv.de |
| PeKaZet – Peniger Kabelzeitung | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 037381 5539 |
| Pirna TV | http://www.pirna-tv.de |
| punkteins oberlausitz TV | http://www.oberlausitztv.de |
| Radio WSW | http://www.radiowsw.de |
| Regio TV Oberland | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>kontakt_uwe@rtvo.de |
| Regionale Kabelzeitung | http://www.hietzschold.de |
| Regionalfernsehen Arnsfeld | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 037343 89598 |
| Regional TV | http://www.regionaltv.net/www/index1024.phtml |
| Regio TV | http://www.regio-tv.de |
| Riesa TV | http://www.riesa-tv.de |
| Röderaue TV | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>info@roederaue-tv.de |
| Stadtfernsehen Annaberg Buchholz | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>Tel. 03733 23012 |
| Strehla TV | lokales Kabeltext- und Videoprogramm<br>hendrikje.uschner@t-online.de |
| TeleVision Zwickau | http://www.tv-zwickau.de |
| Torgau-TV | http://www.torgau-tv.de |
| tunnel tv / Elsterwelle | www.tunnel-tv.de |
| TV Laußig | http://www.tv-laussig.de |
| TV Schönbach | http://www.tv-schoenbach.de |
| TV Zwönitztal | http://www.tvs-zwoenitztal.de |
| tvM Meissen Fernsehen | http://www.meissen-fernsehen.de |
| TV Regional | http://www.tv-regional.de |
| VRF Vogtland Regional Fernsehen | http://www.vrf.de |

*Übersicht: privates Fernsehen im Freistaat Sachsen*

Quelle: Jahresbericht der SLM 2010.
Abdruck mit freundlicher Genehmigung der SLM;
Grafik: 4iMEDIA Agenturgruppe

Die zuständige SLM begleitet das Thema Lokalfernsehen kontinuierlich mit Studien und spricht in diesem Kontext gern von einer »ostdeutschen Erfolgsgeschichte«. So hat die aktuellste Studie ergeben, dass zumindest das Ballungsraumfernsehen in Sachsen in Qualität und Vielfalt mit den Tageszeitungen und auch dem öffentlich-rechtlichen Regionalprogramm mithalten kann.[171] Allerdings ergeben die Forschungen auch, dass »eine grundlegende Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des lokalen Fernsehens [...] für die nächsten Jahre nicht zu erwarten«[172] ist. Ein Viertel der Sender machte im Jahr 2006 Verlust[173]; die Einnahmen dürften insgesamt deutlich unter denen von Radio- und Zeitungshäusern liegen. Eine zentrale Empfehlung, die in den Studien der SLM immer wieder auftaucht, ist deswegen die institutionelle finanzielle Förderung der privaten Fernseh-Anbieter.

Die unterschiedlichen Verbreitungswege, auf denen Lokalfernsehen in Sachsen zu empfangen sind, machen es den Sendern dabei nicht einfacher, ein größeres Publikum zu errei-

171 Vgl. Donsbach, Wolfgang (u.a.): Publizistischer Mehrwert von privaten Ballungsraumfernsehen. Schriftenreihe der SLM. Band 20, S.10 ff.

172 Seufert, Wolfgang; Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland. S.31, zit. n.: SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 20. S. 16.

173 Vgl. ebd., S. 13.

chen. Denn es gibt sowohl analoges Fernsehen, das via Antenne zu empfangen ist, als auch Kabelnetze, die analoge und digitale Anschlüsse ermöglichen. Keiner der sächsischen Lokalsender ist dagegen als Satelliten-Angebot eingespeist.

Insgesamt gibt es drei Kabelnetzbetreiber, die im sächsischen Markt aktiv sind: Kabel Deutschland, Primacom und Telecolumbus. Sie sind allerdings nicht in allen Regionen und Stadtteilen mit Kabelnetzen bzw. Anschlussmöglichkeiten vertreten, so können die Görlitzer beispielsweise nur auf ein Kabelnetz zugreifen.[175] In der Praxis bedeutet das, dass die Lokalsender gar nicht unbedingt alle Haushalte in einem Ort erreichen können – denn jede Netzeinspeisung kostet Geld.

In Dresden gibt es darüber hinaus noch eine besondere Situation: Im Verbreitungsgebiet in der Landeshauptstadt sind gleich vier Lokalfernsehsender zu empfangen. So sendet Dresden Fernsehen analog via Antenne und via Kabel in die Netze der Primacom, Kabel Deutschland und Telecolumbus; ferner auch digital in die drei Kabelnetze. Das zweite Programm des Senders, Kanal 8 Dresden, ist dagegen nur im digitalen Kabelangebot von Kabel Deutschland zu sehen. Ausschließlich dort ist auch der noch junge Wettbewerber Dresden Eins zu empfangen – das Angebot kann nach internen Schätzungen maximal 60.000 Haushalte in der Landeshauptstadt erreichen. Als wäre das nicht genug, können die Dresdner Kunden von Kabel Deutschland digital außerdem noch TV.M sehen, das Lokalfernsehen für Meißen.[176]

»Das Ziel öffentlicher Meinungsbildung verlangt auch im lokalen Bereich gleichgewichtige Vielfalt der Meinungen. Lokaler Rundfunk schafft Vielfalt der Themen und Transparenz und ist damit eine zentrale Voraussetzung, um sich am lokalen Meinungs- und Willensbildungsprozess beteiligen zu können. Lokaler Rundfunk ist damit neben der Tageszeitung ein wichtiger Garant der Meinungsvielfalt.«[174]

*Foto: Leipzig Fernsehen*

*Aufzeichnung im Studio von Leipzig-Fernsehen*

174 Ebd., S. 19.

175 Kabelconnect: Kabelfernsehen in Sachsen. URL: http://www.kabelconnect.de/kabelanbieter-sachsen, Abrufdatum. 10.11.2010.

176 Vgl. Stawowy, Peter: Doppelter Sendestart. Ab 20. Mai sind 8 Dresden und DresdenEins über Kabel Deutschland zu empfangen. Flurfunk-Dresden, 19.06.2010, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2010/06/19/lokalfernsehen-dresdeneins-endlich-auf-sendung/, Abrufdatum: 10.11.2010.

| Empfangswege des Fernsehens in Sachsen | | | | |
|---|---|---|---|---|
| TV-Haushalte | 2009 | | 2007 | |
| Hauptempfangsgeräte | 2.039.000 | 100 | 2.127.000 | 100 |
| TV-Empfang über | Empfangsgeräte | in % | Empfangsgeräte | in % |
| Kabel | 1.026.000 | 50,3 | 1.145.000 | 53,9 |
| Satellit | 877.000 | 43 | 814.000 | 38,2 |
| Digital-terrestrisch | 124.000 | 6,1 | 36.000 | 1,7 |
| Analog-terrestrisch | 0 | 0 | 127.000 | 6 |
| Settop-Box Internet/DSL | 12.000 | 0,6 | 5.000 | 0,2 |

Quelle: Liepelt, Klaus: Lokal 2.0. Mittweida, Leipzig 2009; mit freundlicher Genehmigung der SLM

Die große Konkurrenzsituation für den Dresdner Markt ist ein erster Vorbote der Digitalisierung und der einhergehenden Veränderungen des Marktes – plötzlich gibt es weit mehr Verbreitungsmöglichkeiten als noch vor einigen Jahren. Denn in naher Zukunft werden die sogenannten Kabelinseln wegfallen, die die technische Hürde für die Verbreitung eines Senders sind. Das heißt, für die Zuschauer könnten schon bald die Senderzahlen rapide nach oben schnellen.

Auch aus rechtlicher Perspektive wird die SLM der Verbreitung zahlreicher Programme in viel größeren Gebieten als bisher kaum Einhalt bieten können, das zeigt das Beispiel Dresden. Denn Elb-TV hatte sich als Betreiber von Dresden Eins über lange Jahre in einer juristischen Auseinandersetzung mit der SLM die Sende-Lizenz erkämpft. Die SLM hatte die Zulassung des weiteren Dresden-Programms zunächst mit der Begründung abgelehnt, es mangele an Übertragungskapazitäten. Darüber hinaus führte die SLM das berechtigte Argument an, der Werbemarkt reiche nicht für zwei Sender. Doch Elb-TV, das bis 2005 selbst maßgeblicher Produzent von Dresden Fernsehen war, erzwang die Lizenzierung: Da es in den noch neuen digitalen Netzen weitere Kapazitäten für Sender gebe, müsse die SLM auch weitere Sendebetreiber in den Markt lassen, so das Oberverwaltungsgericht.

Es gilt in vielerlei Hinsicht: Die Digitalisierung ist Fluch und Segen zugleich. Für den Zuschauer könnte sie wesentlich größere Vielfalt bedeuten. Gleichzeitig dürfte sie für viele Anbieter von Lokalfernsehen existenzgefährdend werden.[177]

177 Vgl. Seufert, Wolfgang; Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland, S.31, zit. n.: SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 20. S. 11.

## Zukunftsfrage Digitalisierung

Gegenwärtig beschäftigen sich die Anbieter von Radio und Fernsehen sowie deren Aufsichtsinstitutionen vor allem mit der Frage, welche Folgen die technischen Veränderungen der Digitalisierung mit sich bringen. Eine zentrale Frage ist, wie mit den neuen technischen Standards bei der Verbreitung der Programme wie auch der Bildqualität umgegangen wird. Derzeit hält die HD-Technik Einzug in die Fernseh-Produktionslandschaft; das erste 3D-Studio in Sachsen ist eingerichtet. Offen ist, ob sich 3D auch für die Empfangsgeräte etablieren kann und wie die kleinen Fernsehanbieter mit der neuen Technik umgehen.

Auch die Verbreitung von Radioprogrammen ist derzeit völlig offen. Denn das Programm wird in Zukunft nicht mehr primär mit der klassischen Antenne (z.B. UKW), sondern vor allem digital zu empfangen sein. Während im TV-Bereich die Digitalisierung der Übertragung im ersten Schritt weitestgehend abgeschlossen ist und heutzutage immer weniger Fernsehen analog gesehen wird, tut sich der Radio-Markt in Deutschland sehr schwer.

Die Vielzahl der unterschiedlichen digitalen Übertragungswege hilft dabei wenig, den Durchblick zu behalten. Digital Audio Broadcast (DAB), das lange Zeit von staatlicher Seite als technische Lösung favorisiert wurde und in das viel Zeit und Geld investiert wurde, ist aktuell aus institutioneller Sicht

»Nach den bisherigen Pleiten und Pannen bei der bereits 20 Jahre währenden Digitalisierung des deutschen Hörfunks zeigen vor allem private Radiomacher immer weniger Lust auf technische Experimente in Richtung Digitalradio DAB+ und Co. Sie gehen einerseits von höheren Kosten für die Verbreitung ihrer Programme aus und fürchten Verluste bei ihren angestammten UKW-Sendegebieten – erwarten andererseits jedoch keine zusätzlichen Einnahmen durch Werbung.«[178]

*Foto: fotolia.com / sonne07*

178 Seibel-Müller, Inge: Kapazitätsgrenzen im Internet. Hörfunker.de, URL: http://www.bpb.de/themen/ZZE2D1,0,Kapazit%E4tsgrenzen_im_Internet.html, Abrufdatum: 27.3.2011.

durch den technischen Standard DAB+ abgelöst worden – der nächsten technischen Stufe.

Der Freistaat Sachsen ist dabei das einzige Bundesland, das versucht, die Umstellung auf den neuen technischen Standard per Gesetz durchzusetzen – und der dabei von den Sendern wie auch den Konsumenten schon mehrfach schlicht ausgebremst wurde. 2008 verlängerte der Landtag die eigentlich für 2010 gesetzte Frist, weil die Sender keine entsprechenden Lizenzen beantragt hatten – eigentlich sollte aber 2010 das analoge Radio in Sachsen abgeschaltet werden. Die Umstellung ist inzwischen auf 2014 verschoben – und auch hier könnte sich der Stichtag noch einmal verändern.

Schon mehrfach hat der Gesetzgeber in Sachsen die Abschaltung der UKW-Sender so vertagt, gibt es doch noch viel zu wenige Empfangsgeräte, die technisch in der Lage sind, digitales Radio zu empfangen. Denn die Umstellung auf Digitalradio erfordert sowohl auf Anbieter- als auch auf Empfängerseite Investitionen, müssen doch Sendetechnik wie Empfangsgeräte erst angeschafft werden. Die Konsumenten schaffen aber ohne entsprechende Programmfülle keine neuen Empfangsgeräte an. Würde also tatsächlich die für 2014 avisierte Abschaltung realisiert, wären mit einem Schlag zahlreiche Autoradios funktionsuntüchtig.[179]

179 Die Radio-Digitalisierungsquote ging 2009 von 8,6 % auf 6,4 % zurück. Das Werben für DAB ist erfolglos geblieben. Von den 935.000 TV-Haushalten, die ihren Fernsehempfang digitalisiert haben, betreiben nur wenige ihr Radio-Hauptgerät über den gleichen Weg. Nur in 22.000 Haushalten wird ausschließlich digital Radio gehört; in den meisten der etwa 120.000 digitalisierten Radiohaushalte werden zugleich auch Rundfunkgeräte über die UKW-Antenne betrieben. Vgl. Liepelt, Klaus: Lokal 2.0 – Perspektiven und Chancen einer ortsnahen Internetplattform. Mittweida/Leipzig. Mai 2010.

*Foto: MDR*

*Blick in einen MDR-Übertragungswagen*

Die Befürworter der neuen Technik haben große Hoffnung, dass eine Einigung zwischen verschiedenen privaten Radiosendern sowie die Finanzierungszusage durch einen Chip-Hersteller im Winter 2010 nun den Durchbruch für den Standard DAB+ gebracht haben. Ab August 2011 sollen die Programme des Deutschlandradios sowie sieben private Anbieter, darunter das bisher nur im Internet empfangbare Fußballradio 90elf aus Leipzig, bundesweit digital ausgestrahlt werden. Allerdings ist damit zu rechnen, dass der vollständige Netzaufbau für die gesamte Bundesrepublik bis zu zehn Jahre dauern wird.

Gleichzeitig gibt es noch weitere technische Standards, die interessant werden können: Beispielsweise ist auch die Übertragung von digitalen Programmen auf terrestrischem Wege (also über Antenne) technisch möglich; ferner könnte sich auch Digital Video Broadcast Handheld (DVB-H) als spannende Option erweisen. Dazu kommt noch, dass die Nutzung des Internet zunehmend auch über den normalen Fernseher erfolgt. Mehr und mehr greifen Hörer und Zuschauer zu der Möglichkeit, Radio und TV-Angebote via Internet zu konsumieren, also keinen der bislang angedachten technischen Wege in Anspruch zu nehmen.

Dass diese Option gar nicht so ferne Zukunftsmusik ist, zeigt die Entwicklung des Fußball-Radios 90elf. Das Programm wird von der Regiocast Digital, einer Tochter der Regiocast, im Funkhaus Leipzig erstellt. Es ist bislang ausschließlich über Internet-Stream zu empfangen. Dabei muss man beim Hören aber nicht vor dem Rechner sitzen: Vielmehr gibt es auch Applikationen für Handheld-Telefone, über die das Programm also auch unterwegs zu empfangen ist. Die Radiomacher von 90elf konzentrieren sich dabei auf das Thema Fußball und übertragen alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga live und in voller Länge. Im Mai 2010 freute man sich über »22 Millionen Hörkontakte zwischen dem ersten und letzten Spieltag«, wobei die Hörer die Wahl hatten, welche Begegnung sie sich anhörten – in diesem Sinne also quasi mehrere Programme parallel liefen. Der werbefinanzierte Sender, der sich auch wirtschaftlich gut entwickelt[180], setzt dabei zunehmend auch auf die Möglichkeiten des Web 2.0, also die direkte Kommunikation mit den Hörern.

Sollte sich der Empfang des laufenden Radioprogramms via Internet durchsetzen, wären sämtliche Bemühungen von Seiten des Gesetzgebers, einen neuen technischen Standard einzuführen, vergeblich gewesen. Allerdings reichen die Kapazitäten der Internetverbindungen aus Sicht der Medien-Landesanstalten heute noch nicht aus, um auf UKW oder technische Neuerungen wie DAB+ zu verzichten. Hinzu kommt, dass die Nutzerzahlen von Internetradio bislang sehr begrenzt sind.

Es stellt sich außerdem die grundsätzliche Frage, wie es sich mit der zunehmenden Medienkonvergenz, also der Verschmelzung der einzelnen Mediengattungen miteinander, verhält. Mehr und mehr lösen sich die Grenzen zwischen Print, Radio und Fernsehen auf – schon verbreiten Radiosender Videos im Internet mit der Preisübergabe an Radiospiel-Gewinner und Zeitungen schicken eigene Video-Reporter los, die live vom Ort des Geschehens berichten. Ob die formale und rechtliche Trennung der einzelnen Mediengattungen langfristig aufrecht erhalten werden kann, erscheint sehr fraglich.

180 Hein, David: Regiocast will digitale Vermarktung vorantreiben. Horizont.net, 02.12.2010, URL: http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Regiocast-will-digitale-Vermarktung-vorantreiben_96685.html, Abrufdatum: 10.12.2010.

Foto: fotolia.com / Kzenon

# Internet – relevante journalistische Angebote

# Internet – relevante journalistische Angebote für Sachsen

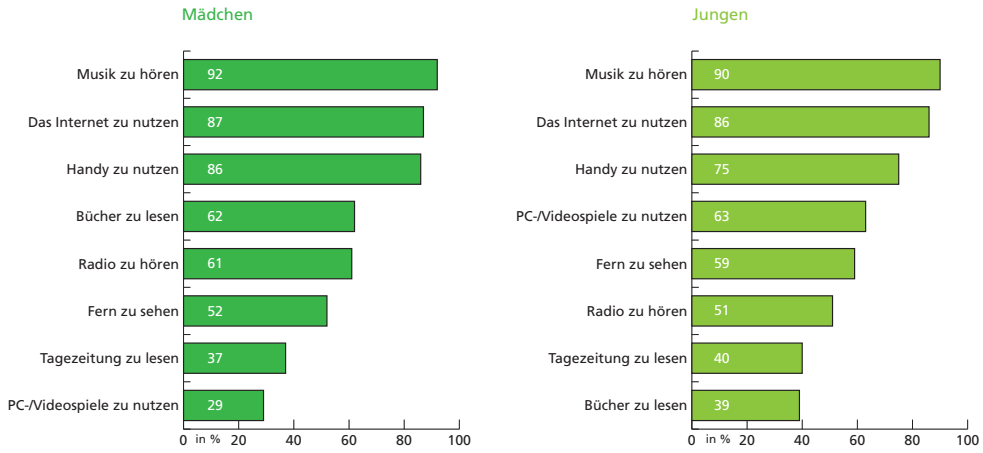
## Eine Branche im Umbruch

Die Veränderungen der Medienlandschaft durch Computer und Internet sind nicht mehr von der Hand zu weisen: Die gedruckten Tageszeitungen und Magazine verlieren beständig an Reichweiten – längst ist die Tageszeitung nicht mehr in jedem Haushalt zu finden. Das Radio hat sich vom Informationsmedium zum Unterhaltungsmedium gewandelt. Und mancher sieht den Sockel des Fernsehens als Leitmedium Nr. 1 der Deutschen schon kräftig angeschlagen. Denn gerade die jüngeren Generationen weisen ein grundlegend anderes Mediennutzungsverhalten als Ältere auf: »Während die 14- bis 29-Jährigen bereits zu 95,8 Prozent das Internet nutzen und bei den 30- bis 49-Jährigen immer noch überdurchschnittliche 87,1 Prozent online sind, beginnt der Bruch bei der Generation 50plus.«[181] Heißt: In den jüngeren Generationen ist das Internet die zentrale Informationsquelle.

Doch das Internet ist weit mehr als ein zusätzliches Medium: Es absorbiert die anderen Gattungen, also Radio, TV und Print, und ermöglicht den Konsum sowohl von Texten als

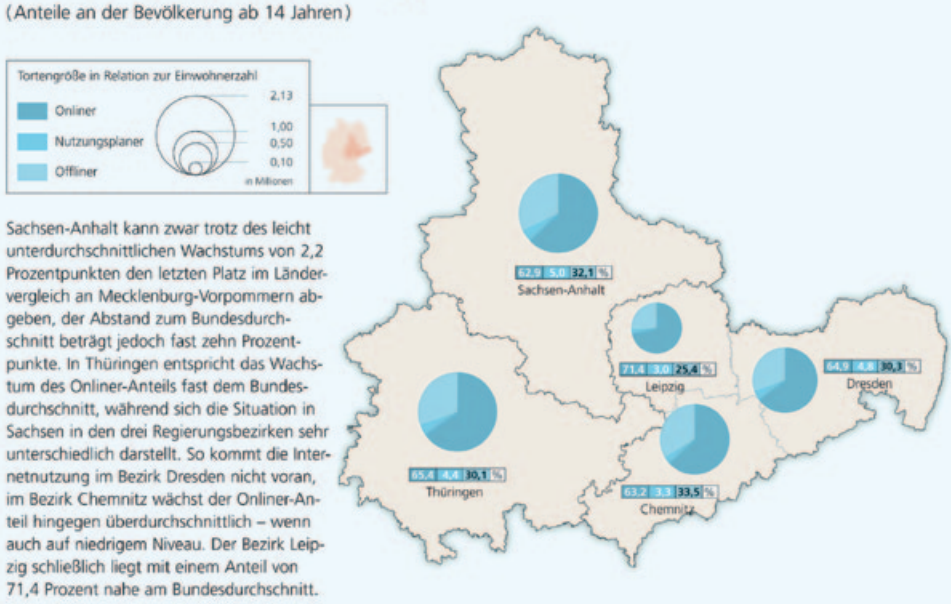
181 Vgl. Initiative D 21: Presseinformation. Über 60-Jährige mit größtem Wachstum bei der Internetnutzung. 08.07.2010, URL: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2010/07/100708_PI_NOA2010_BestAger_final.pdf, Abrufdatum: 10.11.2010.

### Wichtigkeit der Medien* 2010 für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren




*egal ob über herkömmlichen Weg, über das Internet oder andere Wege
Die hier wiedergegebenen Zahlen beziehen sich auf die Antwort-Optionen »wichtig/sehr wichtig«!
Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

## Internetnutzung Mitteldeutschland 2010




Quelle: (N)Onliner-Atlas 2010. Link: http://www.nonliner-atlas.de/

auch Audio- und Videobeiträgen. Es verändert nicht nur den Medienkonsum, sondern hält gleichzeitig in zahlreichen anderen Lebensbereichen Einzug – genannt sei hier als Beispiel das persönliche Einkaufsverhalten – und verändert diese massiv.

Auch die Sachsen machen von den medialen Möglichkeiten des Netzes Gebrauch: Nach Zahlen des Sächsischen Statistischen Landesamtes stieg beispielsweise die Nutzung des PCs für den Empfang von Radio oder TV in Sachsen von 18 Prozent im Jahr 2007 auf über 27 Prozent 2009.[182] Gleichwohl liegt der Freistaat Sachsen, was die Internetnutzung durch die Bevölkerung betrifft, im Bundesländervergleich nur an zwölfter Stelle – aber auch das sind immerhin noch 65,8 Prozent aller Haushalte.[183] Parallel dazu arbeitet die Staatsregierung mit Unterstützung der Europäischen Union massiv daran, die flächendeckende Versorgung mit dem »schnellen Internet« (Breitband) auch im ländlichen Raum voranzubringen.

Die Medienhäuser bekommen den Druck der Veränderung aber nicht nur durch schwindende Leserzahlen zu spüren – auch das zentrale finanzielle Standbein der Medienbranche,

182 Vgl. DigitalFernsehen: Sachsen mögen Radio und Fernsehen übers Internet. 28.10.2010, URL: http://www.digitalfernsehen.de/Sachsen-moegen-Radio-und-Fernsehen-uebers-Internet.41551.0.html?&L=0, Abrufdatum: 10.11.2010.

183 Vgl. Initiative D 21: Presseinformation. Über 60-Jährige mit größtem Wachstum bei der Internetnutzung. 08.07.2010, URL: http://www.initiatived21.de/wpcontent/uploads/2010/07/100708_PI_NOA2010_BestAger_final.pdf, Abrufdatum: 10.11.2010.

*Die MDR-Sachsenspiegel-Moderatoren Anja Koebel, Andreas F. Rook, Uta Georgi (v.l.) im neuen virtuellen Studio im Funkhaus Dresden.*

*Fotomontage: MDR/Ralf U. Heinrich*

der Werbemarkt, wandert zunehmend ins Netz: »Onlinewerbung ist der einzige Anzeigenbereich, der (2010) Einnahmen hinzugewinnen konnte, die Netto-Werbeerlöse der 351 in Deutschland erscheinenden Tageszeitungen schrumpften. Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger beklagt einen Anzeigenrückgang von fast 16 Prozent. Die Fernsehanbieter mussten sich mit rund zehn Prozent weniger begnügen.«[184]

Werbung im Internet birgt für die Werbetreibenden viele Vorteile: Sie ist personalisierbar, geben doch die Nutzer gewöhnlich bei der Anmeldung in sozialen Netzwerken auch Informationen über ihre Interessen und Vorlieben preis. Die Werbung richtet sich also mehr und mehr an den konkreten Interessen einzelner Nutzer aus; gleichzeitig bestehen für die Werbungtreibenden die Möglichkeiten, konkrete Zielgruppen (beispielsweise alle jungen Männer in Sachsen von 20 bis 25 Jahren, die gern Computer spielen) zu belegen. Dadurch hat die Werbung im Zweifel nicht mehr so hohe Streuverluste wie früher, als man noch flächendeckend Zeitungen, Zeitschriften oder Rundfunk belegte.[185]

Allerdings fließen die Werbegelder nicht unbedingt in die journalistischen Internetangebote der einzelnen Medien; vielmehr profitieren große soziale Netzwerke, Suchmaschinen und andere, nicht-journalistische Angebote von den Werbe-

184 Reppesgaard, Lars: Siegeszug von zugeschnittener Werbung. Financial Times Deutschland, 01.11.2010, URL: http://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:online-im-vormarsch-siegeszug-von-zugeschnittener-werbung/50188947.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

185 Wobei anzumerken ist, dass es sehr unterschiedliche Nutzungsmuster und -motive im Internet gibt; auch ist davon auszugehen, dass mit Werbung im Internet bislang nur ein Bruchteil der Bevölkerung tatsächlich erreicht werden kann.

geldern.[186] Noch offen ist derzeit auch, wie sich der lokale Medienmarkt durch das beständige Wachstum von Angeboten wie Facebook oder Google verändern wird: Die technische Möglichkeit, über ein Handheld (iPhone, Blackberry etc.) ortsbasiert (also in der nächsten Umgebung des eigenen Gerätes) nach bestimmten Anbietern oder Produkten zu suchen, dürfte mittel- bis langfristig auch einen guten Teil der lokalen Werbegelder in diese Angebote abfließen lassen.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt: Die Medienhäuser haben vielfach auf die verschlechterte Einnahmesituation seit der Jahrtausendwende mit Personalabbau reagiert.[187] Schwindende Werbegelder und damit verbunden immer dünnere personelle Ausstattungen dürften spürbare Auswirkungen auf die lokale und regionale Medienlandschaft haben: Im Zweifel wird die Tageszeitung erheblich teurer – oder verschwindet ganz.

Völlig offen ist derzeit, was die Folgen hinsichtlich der Medienfunktionen in der Demokratie sind. Fakt ist: Die Tageszeitung ist lokales Leitmedium und in der Funktion auch relevant für andere Medien. »Kein anderes Medium verfügt über eine derartig kleinteilig organisierte Redaktionsstruktur bis in entlegene Randgebiete. Die Tagespresse ist entsprechend eine Quelle für das Gesamtsystem des Journalismus in Deutschland. Der Arbeitstag in den Redaktionen von Zeitschriften, des Hörfunks und des Fernsehens beginnt daher häufig mit der Zeitungslektüre. Daraus wird nicht zuletzt die Themenfindung für das eigene Medium gespeist.«[188]

Medienwissenschaftler fürchten, mit dem potentiellen Verschwinden der Tageszeitung gingen auch negative Folgen für unsere Demokratie einher: Denn nach dem klassischen Verständnis ist die Möglichkeit, durch Medien informiert zu werden und sich so eine eigene Meinung bilden zu können, ein wichtiger Faktor in der Demokratie.

Wäre aber nicht das Internet in der Lage, die entstehenden weißen Flecken zu schließen? Die Branche wie auch die Medienwissenschaft sind skeptisch: Die Online-Werbegelder fließen nur selten in journalistische Angebote. Gleichzeitig ist die Zahl der lokalen oder regionalen Angebote im Internet, die sich dem unabhängigen Journalismus verschrieben haben, noch sehr überschaubar.

186 Vgl. Röper, Horst: Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen. S. 221, Sp. 1, Media Perspektiven, 5/2010, URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/05-2010_Roeper.pdf, Abrufdatum: 01.11.2010.

187 Nachdem insbesondere die Zeitungsverlage zunächst mit großen Investitionen jede Menge Geld verbrannt hat, ist man inzwischen sehr skeptisch, ob und wie sich mit journalistischen Angeboten im Internet Geld verdienen lässt.

188 Röper, Horst: Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen. S. 221, Sp. 1, Media Perspektiven, 5/2010, URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/05-2010_Roeper.pdf, Abrufdatum: 01.11.2010.

## Relevante Internetseiten für Sachsen: Dominanz der Zeitungen

Relevante und vertrauenswürdige journalistische Angebote für Sachsen im Internet stammen nahezu ausschließlich von den bestehenden Medienanbietern, also den Rundfunkveranstaltern und den Tageszeitungsverlagen. Sind auch keine offiziellen Reichweitenzahlen zu bekommen, so liegt die Vermutung nahe, dass bei Zugriffszahlen und Reichweiten die Summe der MDR-Angebote die Tageszeitungsangebote übertreffen. Bezieht man den Zahlenvergleich allerdings nur auf Nachrichten, sieht das Bild wohl anders aus: Die speziell für Sachsen eingerichtete MDR-Seite mdr.de/sachsen mit den vier Unterkategorien Bautzen, Chemnitz, Dresden und Leipzig dürfte bei den Zugriffszahlen nicht mit den jeweiligen Angeboten der Regionalzeitungen mithalten können.[189]

Journalistische Angebote, die völlig medienunabhängig sind und sich auf die Verbreitung der eigenen Inhalte im Netz fokussieren, sind aus Sicht des Autors in Sachsen kaum zu finden – meist handelt es sich um Blogs[190] oder blogähnliche Angebote, die von Einzelpersonen erstellt werden.[191] Der Grund, warum es so wenige Informationsalternativen im Netz gibt, ist das ökonomische Risiko: Noch ist nicht absehbar, dass sich mit Journalismus im Netz Geld verdienen lässt.

189 Im Gegensatz zu den werbefinanzierten Regionalzeitungsangeboten, die bei ivw.de gelistet sind und deren Zugriffszahlen also regelmäßig öffentlich einsehbar sind, veröffentlicht der MDR seine Online-Zugriffszahlen nicht.

190 Blog leitet sich von Web-Log – also frei übersetzt: Internettagebuch – ab. Es ist eine vergleichsweise einfache Möglichkeit, als Einzelperson eine Internetseite häufig zu aktualisieren – vergleichbar zu einem Nachrichtenangebot. Im Gegensatz zu journalistischen Angeboten dominiert in den meisten Blogs die subjektive Perspektive des Autors.

191 Eigene Recherchen; eine Übersicht über journalistische Angebote im Netz gibt es bislang nicht. Problematisch ist hier auch, dass die Aufsetzung und Verbreitung eines solchen Medienangebots technisch ausgesprochen einfach und günstig ist; d.h. es gibt durchaus immer mal wieder Ansätze, die dann aber nach kurzer Zeit verschwinden.

## Angebote und Strategien der Tageszeitungen

Die sächsischen Tageszeitungen verfolgen unterschiedliche Strategien im Netz. Gewöhnlich werden die Inhalte im Internet in ähnlicher Rubrizierung wie in der gedruckten Tageszeitung dargeboten. Darüberhinaus gibt es bei fast allen drei Anbietern eine Reihe von eigenen (redaktionellen) Produkten, die meist von einer eigenständigen Abteilung/Redaktion erstellt werden. Sie reagieren auch tagesaktuell, allerdings zumeist auf Basis von Material von Nachrichtenagenturen. Aktuelle Ereignisse des Tages sind also meist auch umgehend auf der Webseite der Zeitung zu lesen – eigens für die Online-Angebote recherchierende Journalisten sind aber noch die Ausnahme. Gerade bei größeren Ereignissen findet man öfters einen Verweis auf die Tageszeitung des nächsten Tages.

Der Verweis auf das gedruckte Exemplar des kommenden Tages ist nur ein Hinweis darauf, dass Verlagsmanager und

**Online-Angebote der Tageszeitungen in Ostdeutschland (ohne Berlin)**

| Platz | Titel | Angebot | Ort | Unique Visitors/ Monat (lt. Google Ad Planer) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Märkische Allgemeine (MAZ) | Maerkischeallgemeine.de | Potsdam | 180000 |
| 2 | Sächsische Zeitung (SZ) | sz-online.de | Dresden | 170000 |
| 3 | Mitteldeutsche Zeitung (MZ) | mz-web.de | Halle/Saale | 150000 |
| 4 | Leipziger Volkszeitung (LVZ) | lvz-online.de | Leipzig | 93000 |
| 5 | Freie Presse (FP) | freiepresse.de | Chemnitz | 93000 |
| 6 | Ostsee-Zeitung (OZ) | ostsee-zeitung.de | Rostock | 84000 |
| 7 | Lausitzer Rundschau (LR) | lr-online.de | Cottbus | 77000 |
| 8 | Thüringer Allgemeine (TA) | thueringer-allgmeine.de | Erfurt | 64000 |
| 9 | Schweriner Volkszeitung (SVZ) | svz.de | Schwerin | 63000 |
| 10 | Märkische Oderzeitung (MOZ) | moz.de | Frankfurt/O. | 39000 |
| 11 | Potsdamer Neueste Nachrichten (PNN) | pnn.de | Potsdam | 36000 |
| 12 | Freies Wort Suhl | freies-wort.de | Suhl | 35000 |
| 13 | Ostthüringer Zeitung | otz.de | Gera | 33000 |
| 14 | Volksstimme | volksstimme.de | Stendal | 33000 |

Stand: Januar 2010; Quelle: Flurfunk Dresden

Redaktionen die Online-Angebote immer noch als nachrangig betrachten. Man will vielleicht Reichweite und Bekanntheit, aber in erster Linie eben auch Abonnenten und Käufer für das Mutter-Produkt gewinnen – der Leser muss bis zum nächsten Tag warten (was er kaum tun wird).

Ein konkretes Beispiel zeigt, welchen nachrangigen Stellenwert das Online-Angebot gegenüber der gedruckten Zeitung hat: Im Oktober 2010 erschien auf der Titelseite der SZ und also auch bei SZ-Online ein Artikel mit der Überschrift: »Fast jeder zweite Sachse lebt allein«. Der Bericht bezog sich auf den aktuellen Jahresbericht des Statistischen Landesamtes – die Aussage der Überschrift war allerdings rein rechnerisch schlicht falsch, wie kurze Zeit später in Medienblogs zu lesen war.[192] Der Fehler, basierend auf einem Kommunikationsfehler des Landesamtes, zog weitere falsche Aussagen im Artikel selbst nach sich. Am Folgetag erschien in der gedruckten Zeitung ein Hinweis in der Rubrik »Falsch & richtig«, der auf die fehlerhaften Aussagen hinwies. Aber: Bis heute ist der Artikel mit falscher Aussage in der Überschrift und den fehlerhaften Passagen im Online-Angebot der SZ nachzulesen.[193] Man möchte denken, es wäre schnell erledigt, die Geschichte umzuschreiben und eine neue Überschrift zu formulieren – statt dessen hat man einen Link eingesetzt auf die »Falsch & richtig«-Geschichte vom Folgetag. Ein Beispiel, das viel über die (nachrangige) Bedeutung des Online-Journalismus innerhalb des Verlagshauses sagt.

**Die Strategien im Einzelnen**

Die SZ ist online die reichweitenstärkste Tageszeitung in Sachsen. Die vergleichsweise hohe Reichweite kommt aber nicht nur über journalistische Inhalte zustande: In den vergangenen Jahren hat das Zeitungshaus eine Reihe von zusätzlichen Angeboten freigeschaltet, die Nutzer auf die Seite locken und binden sollen. Sie heißen sz-trauer.de, sz-verein.de, sz-jobs.de, sz-motor.de, sz-branchenfinder.de oder ähnlich. Ein Teil davon basiert auf Kooperationen mit anderen Zeitungshäusern oder sogenannten White-Label-Anbietern[194].

Die SZ ist außerdem die einzige Tageszeitung in Sachsen, die auf eine Bezahlschranke setzt. Einzelne Artikel, vor allem die tagesaktuellen Geschichten und das Archiv, sind für den unangemeldeten Besucher nur teilweise zu lesen. Abonnenten der Tageszeitung beziehungsweise des Online-Angebotes dagegen haben uneingeschränkten Zugang. Je nach Abonnement ist

192 Vgl. Stawowy, Peter: Bildblog über »Sächsische Zeitung«: Rechenfehler auf Seite 1. Flurfunk Dresden, 22.10.2010, URL: http://www.flurfunk-dresden.de/2010/10/22/bildblog-uber-sachsische-zeitung-peinlicher-rechenfehler-auf-seite-1/, Abrufdatum: 10.11.2010; Denn ein nicht ganz fünfzigprozentiger Anteil von Single-Haushalten bedeutet eben nicht, dass jede zweite Person Single ist.

193 Und eben auch über Suchmaschinen so zu finden. Stand: 1.6.2011.

194 White-Label bedeutet, dass das Angebot von einem außenstehenden Unternehmen erstellt wird, der Kooperationspartner die Benutzeroberfläche aber mit seinem eigenen Label versieht und diese Oberfläche bei sich einbindet. Beispielsweise sz-verein.de: Die technische Realisierung sowie die Datenbank mit den Vereinsdaten und sämtliche Abrechnungsvorgänge liegen beim Anbieter meinverein.de, der auch mit anderen Unternehmen kooperiert.

ihnen ebenfalls das sogenannte E-Paper, also die Zeitung zum Download als PDF-Datei, zugänglich.

Eine stärker inhaltliche Strategie fahren seit kurzem die LVZ und die dazugehörige DNN. Hier sind gar nicht erst alle Inhalte der aktuellen Ausgabe in den Online-Dienst eingepflegt – wer sich dafür interessiert, ist auf die elektronische Ausgabe der Zeitung (das E-Paper) angewiesen. Dafür versucht man, mit ausgewählten und netzaffinen Inhalten bei den Netzlesern zu punkten. So gibt es seit April 2010 einen Blogbeauftragten, der diverse Blogs auf LVZ-Online und eines bei DNN-Online begleitet und auch selbst bloggt; gleichzeitig sind von beiden Zeitungen diverse Redakteure beispielsweise bei Twitter zu finden.

Erst zum Jahresanfang 2011 hat die FP mit einem neuen Internetauftritt nachgezogen, der in der Struktur denen der anderen Zeitung ähnelt. Zuvor war die Seite zwar mit einem E-Paper und mannigfaltigen anderen Angeboten ausgestattet, diente aber weniger dazu, die Nutzer an die Zeitung und das eigene Unternehmen zu binden. Auch hier versucht man nun verstärkt über Blogs, Facebook und Leserchats, die Leser an sich zu binden.

Nicht mit einem journalistischen Konzept im Netz vertreten ist die sächsische Mopo – vereinzelt finden sich Inhalte aus der Chemnitzer Mopo in einer lokalen Rubrik »Chemnitz«

auf SZ-Online. Eine spannende Online-Strategie verfolgt die Dresdner BILD-Redaktion: Als eine der wenigen bundesweiten Ausgaben auf bild.de mit einer eigenen regionalen Rubrik versehen, werden hier größtenteils von einer Berliner Zentralredaktion dpa-Meldungen eingepflegt. Allerdings nimmt man sich auch die Zeit, vor allem auch bei Facebook lokale Exklusiv-Geschichten sowie Fotos aus der Redaktion zu verbreiten. Die BILD-Leipzig-Redaktion experimentiert inzwischen sogar mit der Einbindung von Bürgern als Webreporter.

**Video-Kooperationen**

Wie sehr die Medienlandschaft durch das Internet verändert wird, zeigt sich an einer besonderen Kooperation: Inzwischen sind sowohl bei der SZ als auch der LVZ (und also auch der DNN) kurze Video-Beiträge auf den Internetseiten zu sehen, die vom MDR produziert worden sind. Meist handelt es sich um Beiträge aus dem Sachsenspiegel, die ohne Anmoderation auf den Seiten der Zeitungen zu sehen und im günstigsten Falle bei passenden Beiträgen eingebunden sind. Eine vergleichbare Vereinbarung gibt es auch seit jüngerer Zeit zwischen LVZ/DNN und Sachsen Fernsehen, dem großen Anbieter von Lokalfernsehen in Sachsen. In Fachkreisen spricht man von Medienkonvergenz – die Medien nähern sich technisch, allerdings in diesem Falle auch inhaltlich, einander an.[195]

195 »Nach der am Freitag während des Fernsehfilm-Festivals in Baden-Baden vorgestellten Umfrage wird sich das Fernsehen voraussichtlich in fünf Jahren weitgehend ins Internet verlagert haben.«: Kölner Stadtanzeiger ksta.de: Internet vereinnahmt des Fernsehen. 19.11.2010. URL: http://www.ksta.de/servlet/OriginalContentServer?pagename=ksta/ksArtikel/Druckfassung&aid=1289495347749, Abrufdatum: 24.01.2011

Der gewonnene Mehrwert für den Zuschauer/Besucher der Webseite ist gleichzeitig auch ein Verlust: Denn mit solchen Kooperationen verliert immer auch die Vielfalt. Auch wenn die Redaktionen gegen vergleichbare Aussagen heftig protestieren würden: Es erscheint durchaus realistisch, dass im kritischen Falle das journalistische Urteil über den Kooperationspartner milder ausfällt, als wenn es die Kooperation nicht gäbe.

»Kern des Drei-Stufen-Tests ist die Prüfung, ob das betreffende Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen einer Gesellschaft entspricht, sowie ob es in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt. Außerdem ist zu berücksichtigen, welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.« [196]

## MDR-Online

Eine eigene Redaktion für MDR-Online in der Zentrale in Leipzig sowie eine eigene Abteilung im Sachsen-Funkhaus in Dresden sorgen für eine beständige Aktualisierung von mdr.de und den zahlreichen Unterseiten.

Unter mdr.de/sachsen finden sich regionalisierte Angebote für die Regionen Bautzen, Chemnitz, Dresden und Leipzig, die mehrmals am Tag aktualisiert werden. Dort werden sowohl Texte als auch Video- und Audio-Dateien sowie Fotogalerien von einer kleinen Redaktion erstellt. Die Redaktion kann auch eigenständig Recherchen starten, ist personell allerdings eher dünn besetzt. Man orientiert sich im Wesentlichen an den Inhalten, die die Nachrichtenredaktionen von Hörfunk und Fernsehen produzieren, und versucht diese sinnvoll im Netz umzusetzen.

196 Kops, Manfred/Sokoll, Karen; Bensinger, Viola: Rahmenbedingungen für die Durchführung des Der-Stufen-Tests. 03/2009, Heft 252, S.9, URL: http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/25209.pdf, Abrufdatum: 10.11.2010.

Darüberhinaus produziert die Sachsen-Redaktion in unregelmäßigen Abständen sogenannte Speziale, beispielsweise zum Wahljahr 2009, der Einweihung der Frauenkirche oder dem Jubiläum der Friedlichen Revolution. Eine Anbindung an soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter ist bislang nur indirekt gegeben: über den Leiter der Online-Redaktion, der dort seine persönlichen Profile pflegt.

Die große Präsenz der öffentlich-rechtlichen Sender im Internet ist ein Politikum: Auf Druck der EU-Kommission, die unzulässige Beihilfen vermutete, und der Verlage, die die inhaltliche »Kostenlos«-Konkurrenz durch die gebührenfinanzierten Rundfunkanstalten mit Argwohn betrachteten, sind deshalb 2010 sämtliche Internetangebote der öffentlich-rechtlichen Sender im sogenannten Drei-Stufen-Test überprüft worden. Damit sollte geklärt werden, ob die Angebote zum direkten Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender passen; ferner war zu klären, welche »marktlichen Auswirkungen« von ihnen ausgehen. Die Durchführung der Drei-Stufen-Tests oblag den Rundfunkräten, die Rechtsaufsicht führte die Staatskanzlei.

Auch für die vom MDR betreuten Internetangebote sind die Prüfungen der »Telemedienkonzepte« inzwischen abgeschlossen.[197] Die Gutachter, beauftragt und finanziert von den Rundfunkräten der Anstalten, hatten zuvor bestätigt, dass die Telemedienkonzepte von kika.de, KI.KA-Text, MDR-Online, MDR TEXT sowie für das ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramm FIGARINO konform zum Auftrag der Öffentlich-Rechtlichen sind und keine nachteiligen marktlichen Auswirkungen haben. Es folgte die Genehmigung der Telemedienkonzepte durch den Rundfunkrat und die Staatskanzlei sowie prompt die Kritik der Verlage, der Drei-Stufen-Test habe als Kontrollinstrument versagt.[198]

Auch wenn man den Drei-Stufen-Test in seiner Form als Gebührengeld-Verbrennung bezeichnen könnte, so dürfte er durchaus – zumindest einen leichten – abschreckenden Effekt innerhalb der ÖR-Sendeanstalten haben: Künftig müssen sämtliche neuen Angebote des MDR im Netz zunächst den kostenintensiven Test durchlaufen.

Generell stellt sich aber die Frage, ob mit zunehmender Medienkonvergenz die Behandlung des Internet als dritte Mediengattung neben Rundfunk und Fernsehen nicht der falsche Ansatz ist. Die leitenden Gremien und Personen des MDR – Rundfunkrat, Intendanz und Direktoren – bemühen sich

197 MDR.de: Drei-Stufen-Test beim MDR. MDR, 14.07.2009, URL: http://www.mdr.de/unternehmen/6522449.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

198 Henz, Christian: »Unfairer Wettbewerb«: VDZ kritisiert ARD und ZDF. DWDL.de, 02.11.2010, URL: http://www.dwdl.de/nachrichten/28630/unfairer_wettbewerb_vdz__kritisiert_ard_und_zdf/, Abrufdatum: 10.11.2010; Besonders heftig tobt die Diskussion um die »Tagesschau«-App, die den Wettbewerb verzerre »zulasten der privaten Medien, die für ihr Überleben auf bezahlte Angebote angewiesen seien«, Quelle: SPIEGEL online: Staatssekretär kritisiert Internetangebot von ARD und ZDF. SPIEGEL online, 19.11.2010, URL: http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,730063,00.html, Abrufdatum: 03.12.2010.

derzeit zumindest vordergründig intensiv, sich den Herausforderungen durch die neuen Möglichkeiten zu nähern. So wurde intern die (eher überraschende) Besetzung des Fernsehchefs durch den bisherigen Leiter der Sport-Redaktion Wolf-Dieter Jacobi unter anderem damit begründet, er habe im Sport erfolgreich die Verzahnung der drei Mediengattungen Fernsehen, Radio und Online umgesetzt. Gleichzeitig hat eine interne Arbeitsgruppe unter Leitung des Hörfunkdirektors Johann Michael Möller ein Konzept für eine trimediale Chefredaktion erstellt, das im Frühjahr 2011 dem Rundfunkrat vorgestellt worden ist. Der neue trimediale Chefredakteur Stefan Raue wird seinen Posten im Herbst 2011 antreten – allerdings bleibt abzuwarten, wie offen sich die einzelnen Direktoren des MDR der Verschmelzung der drei Gattungen gegenüber zeigen. Hinzu kommt, dass der Staatsvertrag vorschreibt, dass die Produktverantwortung bei den Direktionen bleibt – der neue Chefredakteur hat also keine direkte Weisungsbefugnis gegenüber den Programmleitern.

## Reine Online-Medien für Sachsen

Relevante Online-Medien für Sachsen, die verlags- oder senderunabhängig produziert werden, sucht man in Sachsen nahezu vergebens.[199] Im lokalen Bereich haben sich dagegen zumindest in den großen Städten teilweise aktive Angebote etabliert, die aber in Reichweite und Nutzung nicht gegen die medienzugehörigen Angebote ankommen. Nennenswert wären hier für Leipzig die Leipziger Internet-Zeitung (die allerdings als sehr links und meinungslastig gilt) und das Blog Heldenstadt, in Dresden die Stadtteilblogs Die Neustadt und Neustadtgeflüster, die man im weiteren Sinne als journalistisch getrieben betrachten kann. Darüber hinaus wimmelt es von einzelnen privaten Blogs, die lokal oder eben auch global – meist sehr subjektiv – berichten. Ferner haben sich in Leipzig und Dresden einzelne Blogs rund um die Agentur- bzw. die kreative Szene allgemein etabliert.[200] Aber auch hier kann man nur eingeschränkt von Fachjournalismus sprechen.

Apropos Fachjournalismus: Dauerhaft von großer Bedeutung dürfte werden, dass unabhängige (also journalistisch getriebene) und abhängige Medien (also bspw. durch Institutionen erstellte) für den Laien kaum noch zu unterscheiden sind.

199 Die Überprüfung von 504 ostdeutschen Anbietern von Internetangeboten im Jahr 2009 ergab, das gerade einmal 38% der Angebote journalistischen Kriterien genüge. Nur ein kleiner Teil der Angebote publiziere ausschließlich online – und nur der kleinste Teil dieser ausschließlich online publizierten Angebote könne als journalistisch betrachtet werden; Vgl. Machill, Marcel (u.a.): Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. S. 35.

200 Kreatives-Leipzig.de und Sputnik-dresden.de, in Dresden ist wohl auch das Blog des Autors flurfunk-dresden.de dazuzuzählen.

Auch deswegen dürfte die Diskussion um ein Leistungsschutzrecht für Zeitungsverlage, wie es in der Politik derzeit diskutiert wird, von großer Brisanz sein.

## Perspektiven: Reise ins Ungewisse

Die aktuellen Veränderungen in der Medienlandschaft sind gravierend; faktisch ist nicht abzusehen, wie sich die Medienlandschaft mittel- und langfristig entwickeln wird. »Man muss auch sagen, Züge, in denen man sitzt, kann man schlecht beim Fahren beobachten«, sagte jüngst ein bekannter Online-Journalist auf die Frage, wohin die Reise wohl gehe.[201]

In Sachsen ticken zwar die Uhren teilweise langsamer, denn längst sind nicht alle ländlichen Gebiete ans Internet angeschlossen. Auch die Überalterung der Bevölkerung, bedingt durch Abwanderung und die allgemeine demografische Entwicklung, verzögert die Veränderung der Mediennutzung und damit der gesamten Medienlandschaft sicherlich.

Von großer Bedeutung ist die Frage, ob durch das Internet die publizistische Vielfalt gewinnt oder verliert.[202] Erste Studien haben ergeben, dass Nutzer nur eine überschaubare Zahl von Webseiten regelmäßig besuchen. Gleichzeitig reduziert sich die

201 Von Gehlen, Dirk: Netzwerk Recherche Interview. Digitale Notizen Blog, 05.11.2010, URL: http://www.dirkvon-gehlen.de/index.php/netz/netzwerk-recherche-interview/, Abrufdatum: 10.11.2010.

202 Hartung, Helmut: Auch mit dem Internet ist die Vielfalt der Medien in Gefahr, KEK, 03.11.2010, URL: http://carta.info/35453/kek-auch-mit-dem-internet-ist-die-vielfalt-der-medien-in-gefahr/, Abrufdatum: 05.11.2010.

Zahl der Lokalredaktionen und Zeitungsjournalisten im ländlichen Raum – die Zeitung ist im Niedergang, oder zumindest doch auf dem Rückzug. Elektronische Medien wie Radio oder Lokalfernsehen haben diese Lücke bislang nicht schließen können. Und die ins Netz abwandernden Werbeetats landen nur in Ausnahmefällen bei journalistischen Angeboten, so dass man nicht davon ausgehen kann, dass neue journalistische Angebote nachwachsen werden.

Medienwissenschaftler warnen schon, dass sich die Öffentlichkeit in viele kleine Teilöffentlichkeiten zergliedert – denn wer bestimmte, beispielsweise politisch extreme Inhalte sucht, wird im Netz stets fündig und in seiner Meinung bestätigt werden. Kritiker halten dagegen, dass die bisherige Medienlandschaft bereits interessengeleitet kontrolliert wird. Der zentralen Aufgabe der neutralen Information der Bürger würden die bestehenden Medien schon lange nicht mehr gerecht werden.[203] Unabhängig davon, wie sich die Medienlandschaft und damit die Refinanzierungsmöglichkeiten des Nachrichtengeschäfts entwickeln, muss sich der Journalismus den neuen Gegebenheiten anpassen. Denn die Tatsache, dass der Journalismus das Monopol auf die Information verloren hat, ist offenbar immer noch nicht in den Medienhäusern angekommen.

203 Vgl. KEK-Online: 4. Medienkonzentrationsbericht der KEK »Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung«. Kapitel I Medienkonzentration und Sicherung der Meinungsvielfalt.

# Anhang

## Abkürzungsverzeichnis

| | |
|---|---|
| ARD | Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland |
| BCS | Broadcast Sachsen GmbH |
| CDU | Christlich Demokratische Union Deutschland |
| DAB | Digital Audio Broadcasting |
| DAB+ | Digital Audio Broadcasting plus |
| DAZ | Döbelner Allgemeine Zeitung |
| DD_VG | Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft |
| DD+V | Dresdner Druck und Verlagshaus |
| DDR | Deutsche Demokratische Republik |
| DJV | Deutscher Journalisten-Verband |
| DNN | Dresdner Neueste Nachrichten |
| DS Kultur | Deutschlandsender Kultur |
| DVB-H | Digital Video Broadcast Handheld |
| FDP | Freie Demokratische Partei |
| FP | Freie Presse |
| G+J | Gruner + Jahr AG |
| GEZ | Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik |
| GG | Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland |
| IVW | Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern |
| KI.KA | Kinderkanal |
| LPK | Landespressekonferenz |
| LR | Lausitzer Rundschau |
| LVZ | Leipziger Volkszeitung |
| MDR | Mitteldeutscher Rundfunk |
| MIR | Marketing im Radio |
| Mopo | Morgenpost |
| NDR | Norddeutscher Rundfunk |
| NKL | Nichtkommerzielles Lokalradio |
| NPD | Nationaldemokratische Partei Deutschlands |
| MfS | Ministerium für Staatssicherheit der DDR |
| ORB | Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg |
| PDS | Partei des Demokratischen Sozialismus |
| PSR | Privater Sächsischer Rundfunk |
| RBB | Rundfunk Berlin-Brandenburg |
| RMS | Radio Marketing Services |
| SächsPresseG | Sächsisches Gesetz über die Presse |
| SächsPRG | Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen |
| SAEK | Sächsischer Ausbildungs- und Erprobungskanal |
| SDV | Sächsisches Druck- und Verlagshaus |
| SED | Sozialistische Einheitspartei Deutschlands |
| SLM | Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien |
| SPD | Sozialdemokratische Partei Deutschlands |
| SZ | Sächsische Zeitung |
| TKLM | Technischen Konferenz der Landesmedienanstalten |
| VSZ | Verband Sächsischer Zeitungsverleger |
| ZDF | Zweites Deutsches Fernsehen |
| ZK | Zentralkomitee |

## Tabellenverzeichnis


| | |
|---|---|
| Tabelle 1: | Tonstörung: Liste der Preisträger nach Jahren geordnet |
| Tabelle 2: | Auflagen der Tageszeitungen in Sachsen im Quartal 1/2011 |
| Tabelle 3: | Auflagenentwicklung ausgewählter sächsischer Tageszeitungen 1989 – 2011 |
| Tabelle 4: | Reichweiten der Tageszeitungen in Sachsen |
| Tabelle 5: | Ranking: die 20 meistgelesenen Zeitschriften in Ostdeutschland |
| Tabelle 6: | IVW-Auflagen sächsicher Stadtmagazine (Auswahl) |
| Tabelle 7: | Sorbische Medien |
| Tabelle 8: | Die Radioprogramme des MDR |
| Tabelle 9: | Radioreichweiten in Sachsen |
| Tabelle 10: | Freie Radios und Hochschulradio in Sachsen |
| Tabelle 11: | Private Fernsehsender im Freistaat Sachsen |
| Tabelle 12: | Empfangswege des Fernsehens in Sachsen |
| Tabelle 13: | Online-Angebote der Tageszeitungen in Ostdeutschland |


## Abbildungsverzeichnis


| | |
|---|---|
| Abbildung 1: | Wer macht Medienpolitik in Sachsen (Schaubild) |
| Abbildung 2: | Der Zeitungsmarkt in Sachsen (Gebietsaufteilung) |
| Abbildung 3: | Privates Fernsehen im Freistaats Sachsen |
| Abbildung 4: | Wichtigkeit der Medien für Jugendliche 12 – 19 Jahre |
| Abbildung 5: | Internetnutzung Mitteldeutschland |

## Adressübersicht über Medien in Sachsen

Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit – vielmehr sind die aus Sicht des Autors wichtigsten Akteure der sächsischen Medienlandschaft aufgelistet.

## Tageszeitungen für Sachsen

Freie Presse
mit 19 Lokalausgaben:
Annaberg, Aue, Auerbach, Chemnitz, Flöha, Freiberg, Glauchau, Hohestein-Emstthal, Marienberg, Mittweida, Oberes Vogtland, Plauen, Reichenbach, Rochlitz, Schwarzenberg, Stollberg, Werdau, Tschopau, Zwickau
Brückenstraße 15 | 09111 Chemnitz
Telefon: 0371 656-0 | www.freiepresse.de

Leipziger Volkszeitung
mit 9 Regionalausgaben:
Döbelner Allgemeine Zeitung, Oschatzer Allgemeine, Torgauer Zeitung, Osterländer Volkszeitung, Delitzsch-Eilenburger Kreiszeitung, Muldentaler Kreiszeitung, Borna-Geithainer Zeitung, Dresdner Neueste Nachrichten, Stadtausgabe Leipzig
Petersteinweg 19 | 04107 Leipzig
Telefon: 0341 2181-0 | www.lvz-online.de

Dresdner Neueste Nachrichten
Hauptstraße 21 | 01097 Dresden
Telefon: 0351 8075-0 | www.dnn-online.de

Torgauer Zeitung
Torgauer Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Elbstraße 1-3 | 04860 Torgau
Telefon: 03421 7210-0 | www.torgauerzeitung.com

Sächsische Zeitung
mit 20 Regionalausgaben:
Bautzen, Bischofswerda, Dippoldiswalde, Döbeln, Dresden, Freital, Görlitz, Großenhain, Hoyerswerda, Kamenz, Löbau, Meißen, Niesky, Pirna,Radebeul, Riesa, Rödertal, Sebnitz, Weißwasser und Zittau.
Ostra-Allee 20 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 4864-0 | www.sz-online.de

Döbelner Anzeiger/Sächsische Zeitung; DA-Verlag
Rosa-Luxemburg-Straße 5 | 04720 Döbeln
Telefon: 03431 7194-0
www.sz-online.de/nachrichten/base.asp?ausgabe=322

Vogtlandanzeiger
Vogtländisches Verlagshaus GmbH
Martin-Luther-Straße 50 | 08525 Plauen
Telefon: 03741 5970 | www.vogtland-anzeiger.de

Morgenpost Sachsen
2 Regionalausgaben: Dresden, Chemnitz
Ostra-Allee 20 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 4864-2626 | www.ddv-mediengruppe.de

BILD Sachsen
3 Regionalausgaben: Chemnitz, Dresden, Leipzig
Devrientstraße 5 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 8657300 | www.bild.de

## Korrespondenten-Büros in Sachsen (Auswahl)

Focus
Redaktionsbüro Leipzig
Sternwartenstraße 4-6 | 04103 Leipzig
Telefon: 0341 257722-0 | www.focus.de

Frankfurter Allgemeine Zeitung
Redaktionsbüro Dresden
Anton-Graff-Straße 17 | 01309 Dresden
Telefon: 0351 8043-501 | www.faz.net

Neues Deutschland
Redaktionsbüro Sachsen/Sachsen-Anhalt
PF 100 163 | 01071 Dresden
Telefon: 0351 2167-112 | www.nd-online.de

SPIEGEL
Redaktionsbüro Dresden
Königsstr. 5a | 01097 Dresden
Telefon: 0351 26620-0 | www.spiegel.de

DIE ZEIT
Redaktionsbüro Dresden
Ostra-Allee 18 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 48642405
www.zeit.de/themen/politik/sachsen/index

## Stadtmagazine in Sachsen (Auswahl)

DRESDNER Kulturmagazin
Ostra-Allee 25 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 807210 | www.dresdner.nu

kreuzer – Das Leipzig Magazin
Brühl 54 | 04109 Leipzig
Telefon: 0341 269800 | www.kreuzer-leipzig.de

SAX - Das Dresdner Stadtmagazin
Bautzner Str. 22 | 01099 Dresden
Telefon: 0351 829390 | www.cybersax.de

Stadtstreicher – Stadtmagazin für Chemnitz
Am Feldschlößchen 18 | 09116 Chemnitz
Telefon: 0371 383800 | www.stadtstreicher.de

## Andere Zeitschriften

SPIESSER – die Jugendzeitschrift
Schandauer Straße 64 | 01277 Dresden
Telefon: 0351 315400 | www.spiesser.de

## Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Sachsen

MDR Mitteldeutscher Rundfunk
(Dazu gehören: MDR Info, MDR Figaro, MDR 1 Radio Sachsen, MDR 1 Radio Sachsen-Anhalt, MDR 1 Radio Thüringen, MDR Jump, MDR Sputnik, MDR Klassik, MDR Fernsehen und mdr.de)
Kantstraße 71-73 | 04275 Leipzig
Telefon: 0341 3000 | www.mdr.de

MDR Landesfunkhaus Sachsen
Königsbrücker Straße 88 | 01099 Dresden
Telefon: 0351 846-0 | www.mdr.de/sachsen

MDR Sachsenspiegel (siehe Landesfunkhaus)
Telefon: 0351 846-3350 | www.mdr.de/sachsenspiegel

ZDF Landesstudio Sachsen
Königsstraße 5a | 01097 Dresden
Telefon: 0351 80-8850 | www.zdf.de

## Private Radioanbieter in Sachsen

BCS Broadcast Sachsen GmbH & Co. KG
Hitradio RTL Sachsen, Sächsische Lokalsender
(Radio Chemnitz, Radio Dresden, Radio Erzgebirge, Radio Lausitz, Radio Leipzig, Radio Zwickau); apollo radio (Beteiligung)
Ammonstraße 35 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 500120 | www.bcs-sachsen.de

Energy Sachsen
Thomasgasse 2 | 04109 Leipzig
Telefon: 0341 355355-200 | www.energy.de

REGIOCAST GmbH & Co.KG
Radio PSR, Radio R.SA, 90elf; apollo radio (Beteiligung)
Radiozentrum Leipzig
Thomasgasse 2 | 04109 Leipzig
Telefon: 0341 355355-500 | www.regiocast.de

## Hochschulradios in Sachsen

Mephisto 97,6 Leipzig
www.radio-mephisto.de

Radio UNiCC Chemnitz
www.radio-unicc.de

99drei Radio Mittweida
www.radio-mittweida.de

StuNet Radio Freiberg
www.stunet.tu-freiberg.de/radio.html

Campus Radio Dresden
campusradiodresden.de/

## Nichtkommerzieller Rundfunk in Sachsen

Radio Blau – freies Radio für Leipzig
www.radioblau.de

coloRadio – freies Radio in Dresden
coloradio.org

Radio T – freies Radio in Chemnitz
www.radiot.de

## Privates Fernsehen in Sachsen (Auswahl)

Sachsen Fernsehen
(Sachsen Fernsehen Gmbh & Co. Fernseh-Betriebs KG)
Dresden Fernsehen
Schandauer Straße 64 | 01067 Dresden
Telefo: 0351 31540-70 | www.dresden-fernsehen.de

Leipzig Fernsehen
Friedrich-List-Platz 1 | 04103 Leipzig
Telefon: 0341 35535910 | www.leipzig-fernsehen.de

Sachsen Fernsehen (für Chemnitz)
Carolastraße 4/6 | 09111 Chemnitz
Telefon: 0371 4008800 | www.sachsen-fernsehen.de

DresdenEins
Freiberger Straße 39 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 800040 | www.dresdeneins.de

Info TV Leipzig
videowerkstatt.net GmbH
Friedrich-List-Platz 1 | 04103 Leipzig
Telefon: 0341 6400700 | www.info-tv-leipzig.de

## Landesmedienanstalt

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)
Ferdinand-Lassalle-Straße 21 | 04109 Leipzig
Postanschrift:
Postfach 10 16 62 | 04016 Leipzig
Telefon: 0341 2259-0 | www.slm-online.de

## Landespressekonferenz

Landespressekonferenz Sachsen e. V. (LPK)
Bernhard-von-Lindenau-Platz 1 | 01067 Dresden
Telefon: 0351 4935357 | www.lpk-sachsen.de

## Ausbildungseinrichtungen für Medienberufe in Sachsen

### Lehrberufe

Mediengestalterin/-er für Digital und Printmedien
- TU Chemniz
- Berufsbildungswerk Sachsen gGmbH
- Gutenbergschule Leipzig
- Fernseh Akademie Mitteldeutschland e.V.
- AWV/ AFBB

Mediengestalterin/-er für Bild und Ton
- Gutenbergschule Leipzig
- Fernseh Akademie Mitteldeutschland e.V.
- MDR Leipzig

Fachangestellte/-er für Medien und Informationsdienste
- TU Chemniz
- Gutenbergschule Leipzig

Gestaltungstechnische/-er Assistent/-in Medienkommunikation
- Akademie für Informations- und Kommunikationsdesign gGmbH
- Berufliches Schulzentrum E.O. Plauen
- Fortis Akademie gGmbH

## Adressen

Akademie für Informations- und Kommunikationsdesign gGmbH
Technikum/Fachoberschule/Weiterbildung
Reichenbachstraße 55 | 01069 Dresden
Telefon: 0351 3198110 | Telefax: 0351 3198113
E-Mail: technikum@aik-web.de
Internet: www.aik-web.de/

AWV – Akademie für Wirtschaft und Verwaltung GmbH
AFBB – Akademie für berufliche Bildung gGmbH
Dr. Olaf Ziemens
Blasewitzer Straße 60 | 01307 Dresden
Telefon: 0351 258568927 | Telefax: 0341 258568927
E-Mail: oziemens@afbb-ggmbh.de
Internet: www.ausbildung-und-studium.de

Berufliches Schulungszentrum E.O.Plauen
Uferstraße 8 | 08527 Plauen
Telefon: 03741 2912100 | Telefax: 03741 2912109
E-Mail: info@bsz-eoplauen.de
Internet: www.bsz-eoplauen.de/

Berufsbildungswerk Sachsen gGmbH
Hellerhofstraße 21 | 01129 Dresden
Telefon: 0351 843750 | Telefax: 0351 8437730
E-Mail: info@bbw-sachsen.srh.de
Internet: www.bbw-sachsen.de

Fernseh Akademie Mitteldeutschland e. V.
Hans-Klein-Medienhaus
Gohliser Straße 13 | 04105 Leipzig
Telefon: 0341 9973250 | Telefax: 0341 9973259
E-Mail: leipzig@f-a-m.tv
Internet: www.fernseh-akademie.de

Fortis Akademie gGmbH
An der Wiesenmühle 1 | 09224 Chemnitz
Telefon: 0371 262220 | Telefax: 0371 2622299
E-Mail: info@fortis-akademie.de
Internet: www.fortis-akademie.de/

Gutenbergschule Leipzig
Berufliches Schulzentrum der Stadt Leipzig
Gutenbergplatz | 804103 Leipzig
Telefon: 0341 964420 | Telefax: 0341 9644221
E-Mail: gutenbergschule-leipzig@t-online.de
Internet: www.gutenbergschule-leipzig.de

MDR Leipzig
Mitteldeustcher Rundfunk | BildungsCentrum
04360 Leipzig
Telefon: 0341 3007761 | Telefax: 0341 3007011
Internet: www.mdr.de/berufsausbildung/

Technische Universität Chemnitz
Dezernat Personal | Frau Meyer
09111 Chemnitz
Telefon: 0371 5317205
E-Mail: abt22@verwaltung.tu-chemnitz.de
Internet: www.tu-chemnitz.de

## Universitäten und Hochschulen

Technische Universität Chemnitz
Zentrale Studienberatung
Straße der Nationen 62 | 09107 Chemnitz
Telefon: 0371 53155555 -31637, -31690
Telefax: 0371 53112128
E-Mail: studienberatung@tu-chemnitz.de
Internet: www.tu-chemnitz.de

- Bachelor- und Masterstudiengangstudiengang Medienkommunikation
- Bachelor- und Masterstudiengang Media Production

Technische Universität Dresden
Zentrale Studienberatung | Cornelia Blum
Mommsenstraße 7 | 01069 Dresden
Telefon/Telefax: 0351 46333319
E-Mail: Cornelia.Blum@tu-dresden.de
Internet: www.tu-dresden.de

- Bachelorstudienang Medienforschung/Medienpraxis
- Masterstudiengang Angewandte Medienforschung

Universität Leipzig
Studienberatung | Goethestraße 6 | 04109 Leipzig
Telefon/Telefax: 0341 9732044
E-Mail: zsb@uni-leipzig.de
Internet: www.uni-leipzig.de

- Bachelor- und Masterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Masterstudiengang Journalistik
- Masterstudiengang Hörfunk
- Masterstudiengang Communication Management
- Masterstudiengang Web Content Management

HTWK Leipzig
Studienberatung | Eichendorffstraße 2 | 04251 Leipzig

- Bachelorstudiengang Medientechnik
- Bachelorstudiengang Fernsehproduktion
- Masterstudiengang Crossmedia Publishing

Hochschule Mittweida (FH)
Dezernat für Studienangelegenheiten
Technikumplatz 17 | 09648 Mittweida
Telefon/ Telefax: 03727 581309
E-Mail: weihn@htwm.de
Internet: www.hs-mittweida.de/

- Bachelorstudiengang Medientechnik
- Bachelorstudiengang Medienmanagement
- Bachelorstudiengang Angewandte Medienwirtschaft
- Bachelorstudiengang Film und Fernsehen
- Bachelorstudiengang Businessmanagement
- Masterstudiengang Information and Communication Science

Hochschule Zittau/Görlitz
Studienberatung | Theodor-Körner-Allee 16 | 02763 Zittau
Telefon: 03583 611505 | Telefax: 03583 61139
E-Mail: stud.info@hs-zigr.de
Internet: cmsweb.hs-zigr.de

- Diplomstudiengang Kommunikationspsychologie

## Akademien & Colleges

ESB mediencollege gGmbH
Mediencollege academy
Radeberger Str. 12 | 01099 Dresden
Telefon: 0351 5639430 | Telefax: 0351 56394310
E-Mail: ghofmann@mediencollege.de
Internet: www.mediencollege.de/

ESB mediencollege Dresden
Privatschulzentrum für Grafik und Medien
Jordanstr. 7 | 01099 Dresden
Telefon: 0351 8036983 | Telefax: 0351 8036984
Internet: www.mediencollege.de/

- Staatlich geprüfte/r gestaltungstechnische/r Assistent/-in Schwerpunkt Medien/Kommunikation
- Staatlich geprüfte/r Gestalter/-in Fachrichtung Kommunikationsdesign

## EWS Schulen

www.ews-schulen.de

- Internationales Marketing- und Kommunikationsmanagement

EWS Dresden
Antonstraße 19-21 | 01097 Dresden
Telefon: 0351 8030859 | Telefax: 0351 8030857
E-Mail: info@ews-dresden.de
Internet: www.ews-dresden.de

EWS Leipzig
Nikolaistraße 10 | 04109 Leipzig
Telefon: 0341 9803432 | Telefax: 0341 2110576
E-Mail: info@ews-leipzig.de
Internet: www.ews-leipzig.de

## Literatur und Quellen


Ahbe, Thomas; Gries, Rainer; Schmale, Wolfgang (Hrsg.): Die Ostdeutschen in den Medien. Das Bild von den Anderen nach 1990. Leipziger Universitätsverlag. Leipzig, 2009.

Bundeszentrale für politische Bildung (BPB): Linksextremismus. Linksextremistische Medien. 16.04.2008, URL: http://www.bpb.de/themen/CCJLJR,1,0,Linksextremistische_Medien.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.: Neue Eigentümer für »Vogtland-Anzeiger«, 16.09.2004, URL: http://www.bdzv.de/bdzv_intern+M5e7fe41c3f4.html, Abrufdatum: 10.11.2010.

Casper-Hehne, Hiltraud; Schweiger, Irmy (Hrsg.): Deutschland und die »Wende« in Literatur, Sprache und Medien, 2008, S. 141f..

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH: Medienbeteiligungen. URL: http://www.ddvg.de/wirueberuns/unserebeteiligungen/, Abrufdatum: 10.11.2010.

Deutscher Presserat: Pressekodex (Fassung vom 3. Dezember 2008), URL: http://www.presserat.info/inhalt/der-pressekodex/pressekodex.html, Abrufdatum: 05.11.2010.

Donsbach, Wolfgang; Brade, Anne-Marie; Degen, Martin; Gersdorf, Franziska: Publizistischer Mehrwert von privaten Ballungsraumfernsehen. Schriftenreihe der SLM. Band 20. 2010.

Förster, Stefan: Privater Rundfunk in Sachsen. SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 16, 2010.

Hachmeister, Lutz: Grundlagen der Medienpolitik, 2008, S.9.

KEK-Online: 4. Medienkonzentrationsbericht der KEK »Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung«. URL: http://rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/25209.pdf, Abrufdatum:10.11.2010.

Machill, Marcel (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. UVK. Konstanz, 2010.

Mast, Claudia; Spachmann, Klaus: Reformen in Deutschland. Wege einer besseren Verständigung zwischen Wirtschaft und Gesellschaft. VS Verlag. Wiesbaden. 2005.

Schrag, Wolfram: Medienlandschaft Deutschland. Bayerische Landeszentrale für politische Bildung, 2006.

Seufert, Wolfang; Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland. S.31, zit. n.: SLM: Schriftenreihe der SLM. Band 20.

SMWA; SMWK (Hrsg.): Kulturwirtschaftsbericht 2008. URL: http://www.smwa.sachsen.de/set/431/KWB2008.192803.pdf, Abrufdatum: 05.11.2010.


## Linktipps zum Thema Medien in Sachsen

DIMBB: Der ehemalige Medienpolitiker und MDR-Rundfunkrat Heiko Hilker (parteilos) schreibt im Blog des von ihm gegründeten Dresdner Institut für Medien, Bildung und Beratung über die Medienlandschaft in Sachsen. URL: http://www.dimbb.de

DJV Sachsen: Die Sektion Sachsen des Deutschen Journalisten Verbands begleitet die Medienlandschaft mit einem eigenen Blog. URL: http://djvs.wordpress.com

Filmverband Sachsen: Informationen rund um die Filmbranche in Sachsen sammelt der Filmverband in seinem Blog. URL: http://filmverband-sachsen.de/blogs

Flurfunk Dresden: Im Blog des Autors dieses Buches geht es um die aktuellen Medienentwicklungen in Dresden und Sachsen. Unregelmäßig erscheinen hier Personal- und Unternehmensmeldungen, aber auch Medienkritik. URL: http://www.flurfunk-dresden.de

MDR-Pressemitteilungen: Aktuelle Presseinformationen zum Unternehmen MDR, neuen Sendungen und Formaten, Auszeichnungen und Personalien finden sich auf der Presse-Seite des MDR. URL: http://www.mdr.de/presse

SLM-Pressemitteilungen: Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien veröffentlich regelmäßig Pressemitteilungen über die eigenen Aktivitäten, neue Studien und Untersuchungen sowie die Beschlüsse des Medienrats. URL: http://www.slm-online.de

**Impressum**

Diese Publikation stellt keine Meinungsäußerung
der Sächsischen Landeszentrale für politische Bildung dar.
Für den Inhalt trägt der Autor die Verantwortung.
Diese Ausgabe ist nicht für den Verkauf bestimmt.
Sie wird für Zwecke der politischen Bildung im
Freistaat Sachsen kostenlos abgegeben.

Peter Stawowy, Medien in Sachsen
herausgegeben von der
Sächsischen Landeszentrale für politische Bildung
mit Unterstützung der
Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien
1. Auflage, Dresden 2011.

Mitarbeit:
Aniko Töppel, Stephanie Teistler,
Anke Seltmann, Stephan Popella

Redaktion:
Dr. Annette Rehfeld-Staudt, Werner Rellecke

Titel: 15 Jahre MDR
Foto: MDR / Andreas Lander

Realisierung: www.oe-grafik.de

Druck: Druckfabrik Dresden

© Sächsische Landeszentrale für politische Bildung 2011
www.slpb.de
www.infoseiten.slpb.de

20 Jahre nach der radikalen Umgestaltung der Medienlandschaft durch die Friedliche Revolution gibt dieses Buch einen Überblick über  Medien und Medienpolitik in Sachsen. Es gliedert sich in vier Teile: Im ersten wird die Entwicklung der sächsischen Medienlandschaft von 1989 bis heute vorgestellt. Der zweite Teil beleuchtet die Verbindungen zwischen Medien und Politik. Der dritte Teil stellt die einzelnen Mediengattungen genauer vor. Ein eigenes Kapitel widmet sich den Internet-Medien und den Perspektiven der Branche in Zeiten des technischen Wandels. Im Anhang befindet sich der Serviceteil, dort sind die Adressdaten der wichtigsten Medien in Sachsen sowie der Medien-Ausbildungsinstitutionen im Freistaat zu finden.