

**Prof. Dr. Lutz Hagen**

Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden  
mit Peter Stawowy und PD Dr. Jens Woelke Universität Münster

# Angebot, Vielfalt und Perspektiven lokaler und regionaler Medien in Thüringen

Forschungsgutachten für die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)  
mit finanzieller Unterstützung der Thüringer Staatskanzlei (TSK)

Pressekonferenz am 10.01.2025

# 1. Relevante Angebote

## Bestand und regionale Struktur

# Kriterien zur Auswahl und Einstufung relevanter Medien

## **Publizistische Zielsetzung**

aktuell: thematisiert aktuelles, faktisches Geschehen

systemübergreifend: nicht nur für PR- oder werbliche Zwecke oder Transaktionen

nachrichtlich: Beiträge mit redaktioneller/journalistischer Anmutung (z. B. Überschriften, W-Fragen beantwortet)

regelmäßig: mindestens drei neue Beiträge in den Monaten Februar, März und April 2024

## **Politischer Bezug**

erwähnt politische Akteure, Institutionen oder Prozesse

spricht Themen an, die kontroverses Potential besitzen

## **Öffentlicher Zugang**

keine geschlossenen Benutzergruppen oder zugangsbeschränkte Profile

## **Lokaler oder regionaler Bezug**

zu Orten oder Regionen in Thüringen

# Einbezogene Medien

## **Rundfunk**

Radio- oder Fernsehanbieter, gleich ob öffentlich-rechtlich, privat oder Bürgermedien

## **Verlage**

Tageszeitungen, Zeitschriften oder Anzeigenblätter

## **Periphere Angebote**

Webseiten, Blogs oder Profile in Sozialen Netzwerken\*

\* sofern publizistische Zielsetzung erkennbar oder Politikbezug unter den aktuellsten zehn Beiträgen

# Anzahl Anbieter und Angebote

## 77 Anbieter

machen

## 233 Angebote

36 für ganz Thüringen

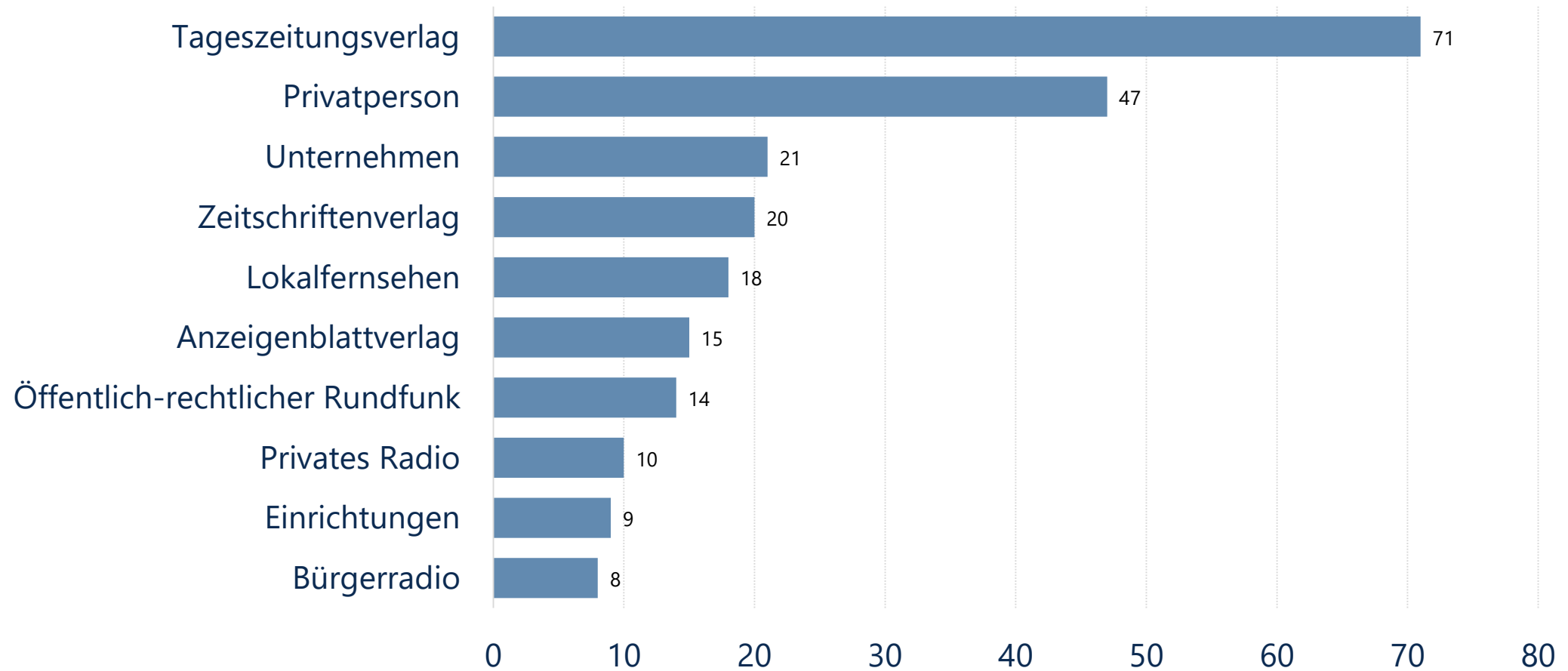
197 lokal oder regional

126 ohne Angebote von Tageszeitungen

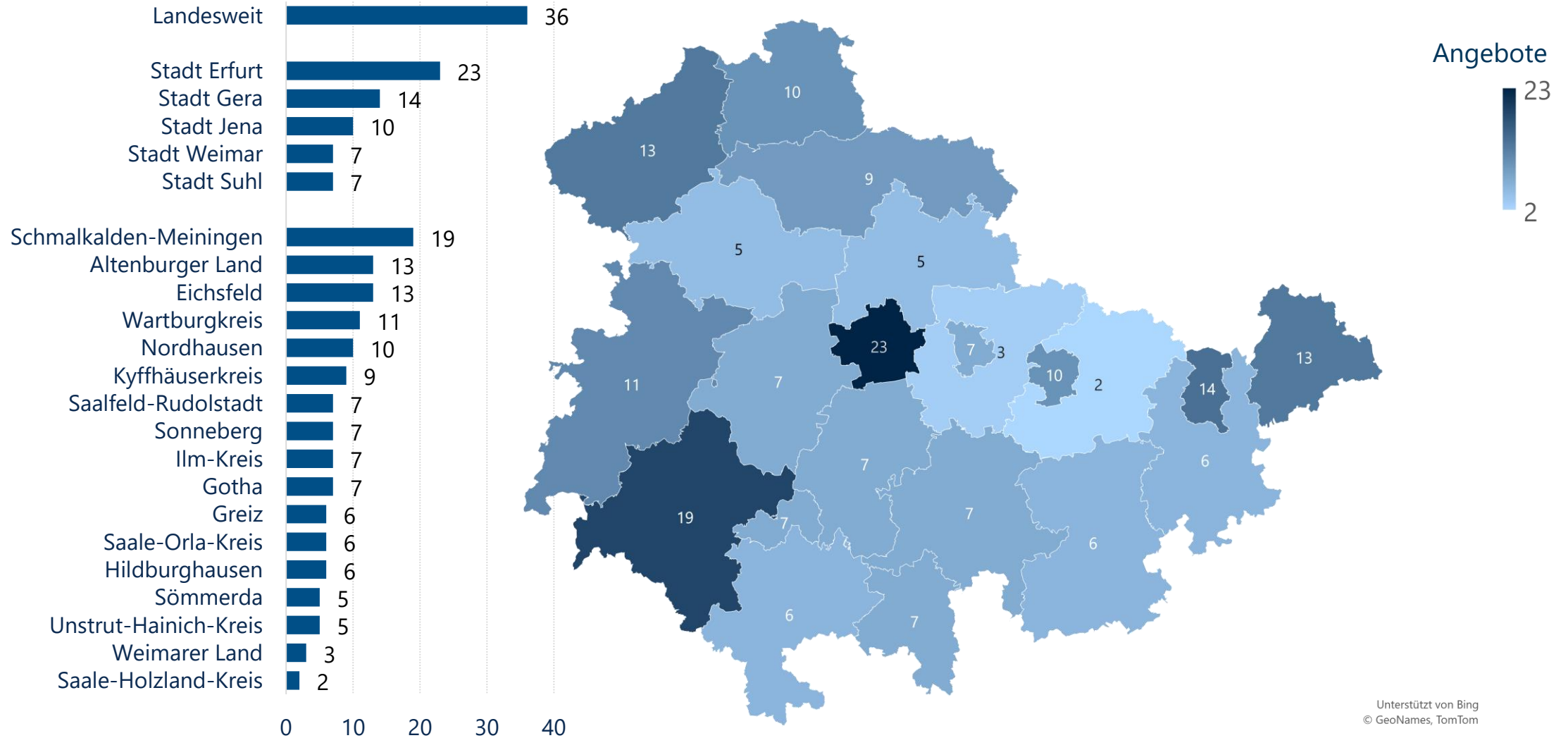
Als Anbieter wurden juristische oder persönliche Personen gezählt, die Angebote veröffentlichen.

Als Angebote wurden separate Webauftritte/Homepages gezählt. Dazu zählen auch Auftritte, die eine Entsprechung als Printprodukt (Titel, Lokalausgabe) oder lineares Rundfunkprogramm haben.

# Angebote nach Anbietertyp

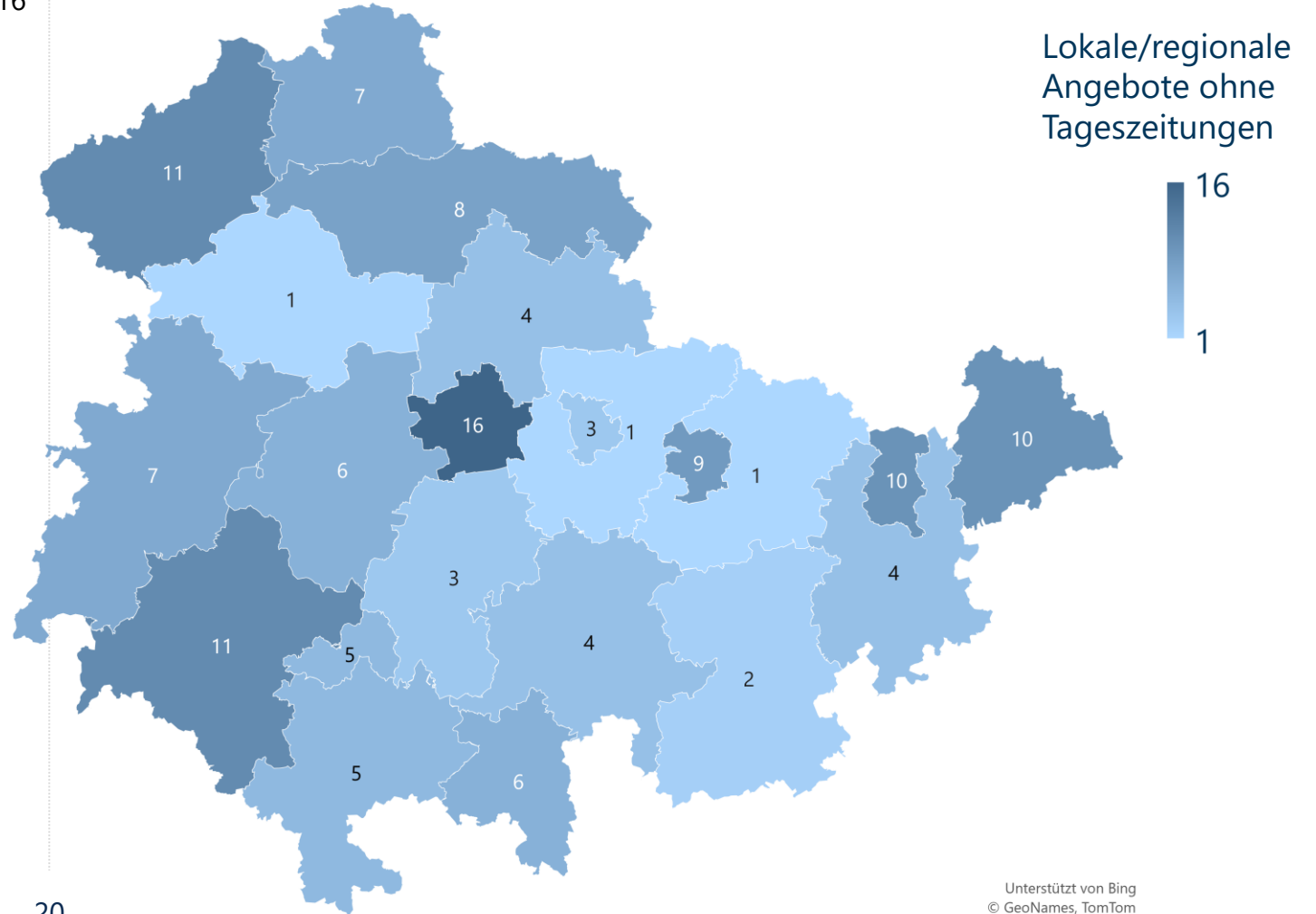
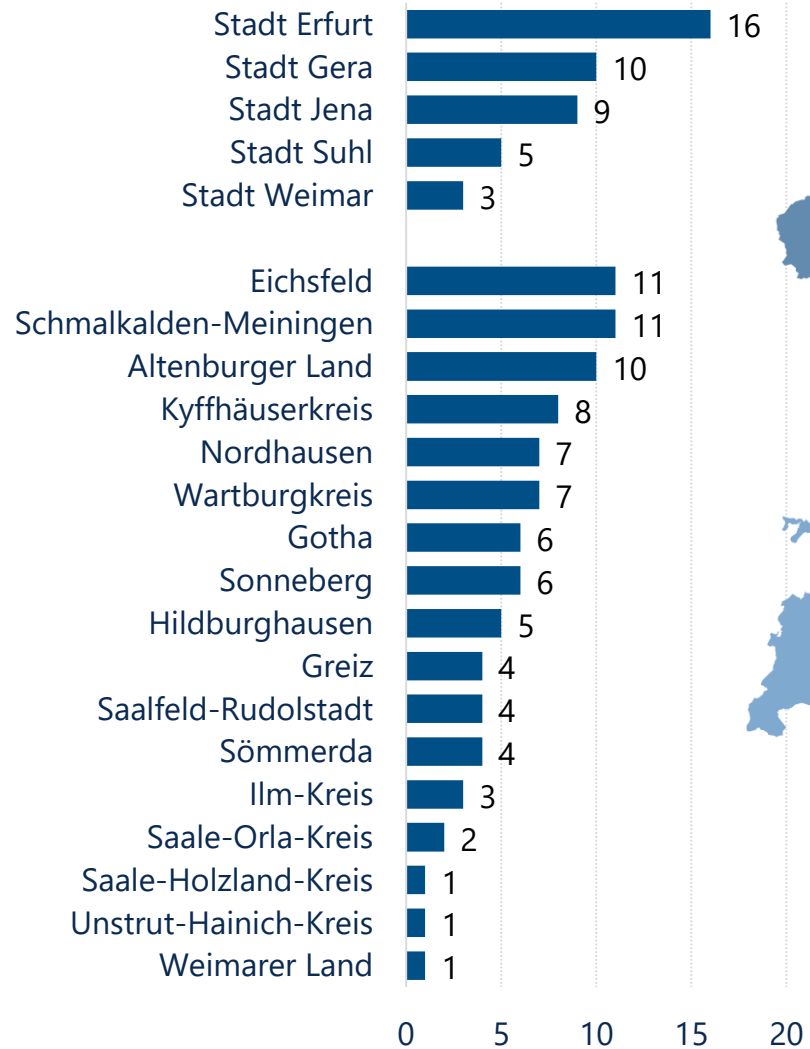


# Angebote nach Städten und Landkreisen



Unterstützt von Bing  
© GeoNames, TomTom

# Angebote nach Städten und Landkreisen ohne Tageszeitungen



Unterstützt von Bing  
© GeoNames, TomTom



# Wichtigste Befunde aus der Angebotsanalyse

## **Das Angebot an Lokalausgaben der Tageszeitungen ist ausgedünnt.**

Mit wenigen Ausnahmen wird ein Landkreis oder eine kreisfreie Stadt mit einer spezifischen Lokalausgabe versorgt. Zeitungswüsten im Sinne von Landkreisen oder kreisfreien Städten ohne eigene Lokalausgabe existieren noch nicht.

## **Daneben machen viele andere Anbieter lokal oder regional ausgerichtete Informationsangebote.**

Am häufigsten sind dies sogenannte periphere Angebote, d. h. nicht-journalistisch-professionelle Angebote durch Privatpersonen oder Unternehmen.

Außerdem machen Anzeigenblatt- und Zeitschriftenverlage entsprechende Angebote, sowie lokal oder regional ausgerichtete Rundfunksender (Privates Lokalfernsehen, Regionale Radiosender, Bürgerradio).

## **Die weitaus meisten, lokal oder regional ausgerichteten Angebote stammen immer noch von den Lokalzeitungsverlagen, dicht gefolgt von den peripheren Angeboten.**

**Die Angebote sind insgesamt sehr ungleich über Städte und Landkreise verteilt, auch wenn ihre Vielfalt in Beziehung zur Bevölkerungsdichte gesetzt wird.**

## 2. Vielfalt und Relevanz der Inhalte

# Peripherie: Portale/Blogs im Web, Profile/Gruppen auf Plattformen

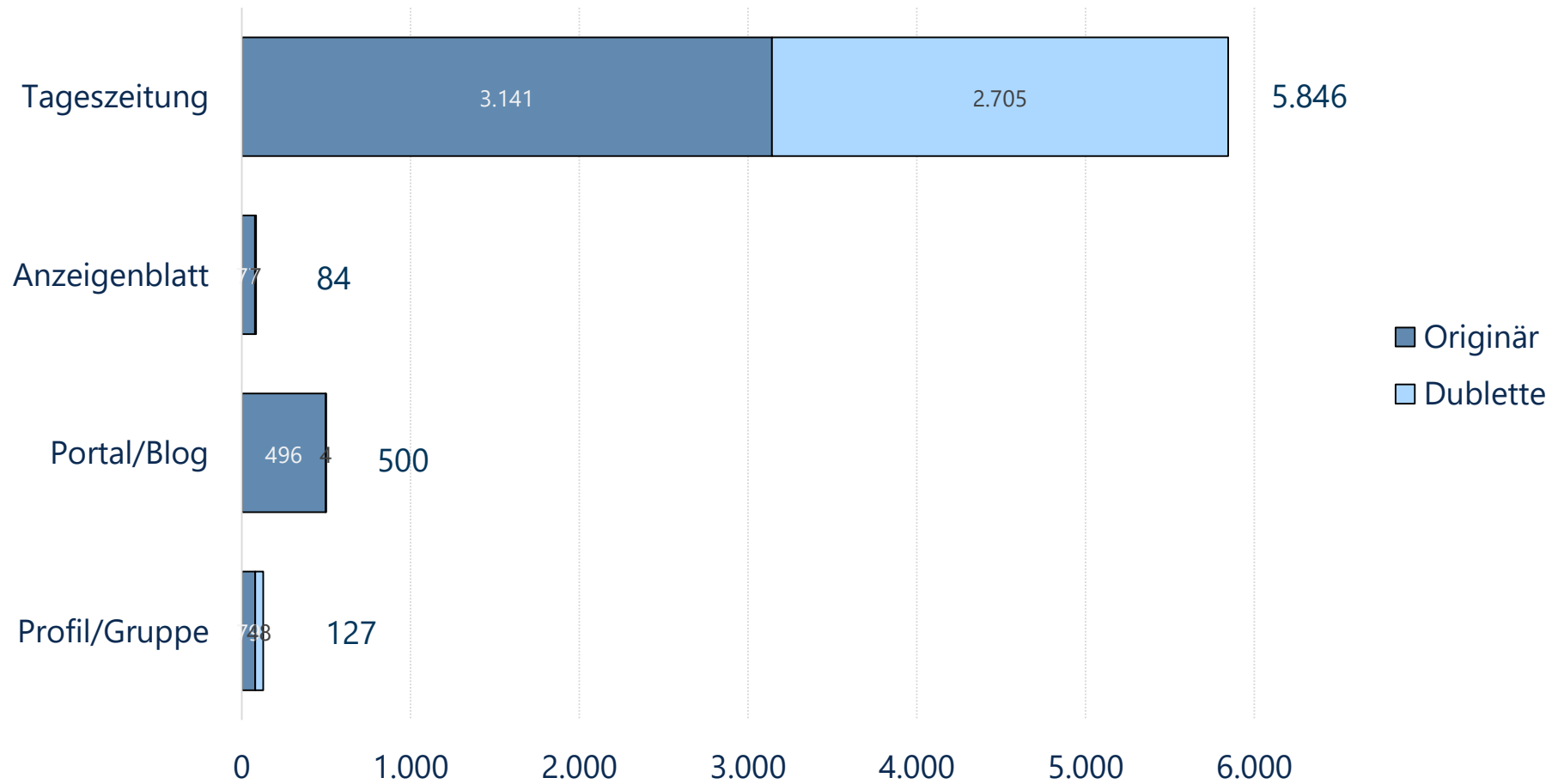
<b>Erfurt</b>	DerErfurter.de	Erfurt - Das Erfurt Blog	ich-liebe-erfurt.de	puffbohne.de	Tag24.de Erfurt	Tatütata Erfurt	thib24.de Erfurt	Veranstaltungen Events Jena Weimar Erfurt
<b>Gera</b>	Gera Magazin	Schönes Gera	Tag24.de Gera					
<b>Nordhausen</b>	nnz-online.de							
<b>Schmalkalden-Meiningen</b>	Inselberg-Online.de	MKD Thuer-ingen LK Schmalkaden-Meiningen	Rhoenkanal.de					
<b>Sonneberg</b>	Mein Amadeus							

# Als Referenz Tageszeitungen und Anzeigenblätter

	Thüringer Allgemeine	Thüringische Landeszeitung	Ostthüringer Zeitung	Freies Wort	Südthüringer Zeitung	Meininger Tagblatt	Anzeigenblätter
<b>Erfurt</b>	TA Erfurt	TLZ Erfurt					Allgemeiner Anzeiger Erfurt
<b>Gera</b>		TLZ Gera	OTZ Gera				Neues Gera
<b>Nordhausen</b>	TA Nordhausen						Allgemeiner Anzeiger Nordhausen
<b>Schmalkalden-Meiningen</b>				FW Schmalkalden	STZ Schmalkalden	Meininger Tagblatt	Wochenspiegel Sonneberg, Wochenspiegel Schmalkalden
<b>Sonneberg</b>				FW Sonneberg			Wochenspiegel Meiningen

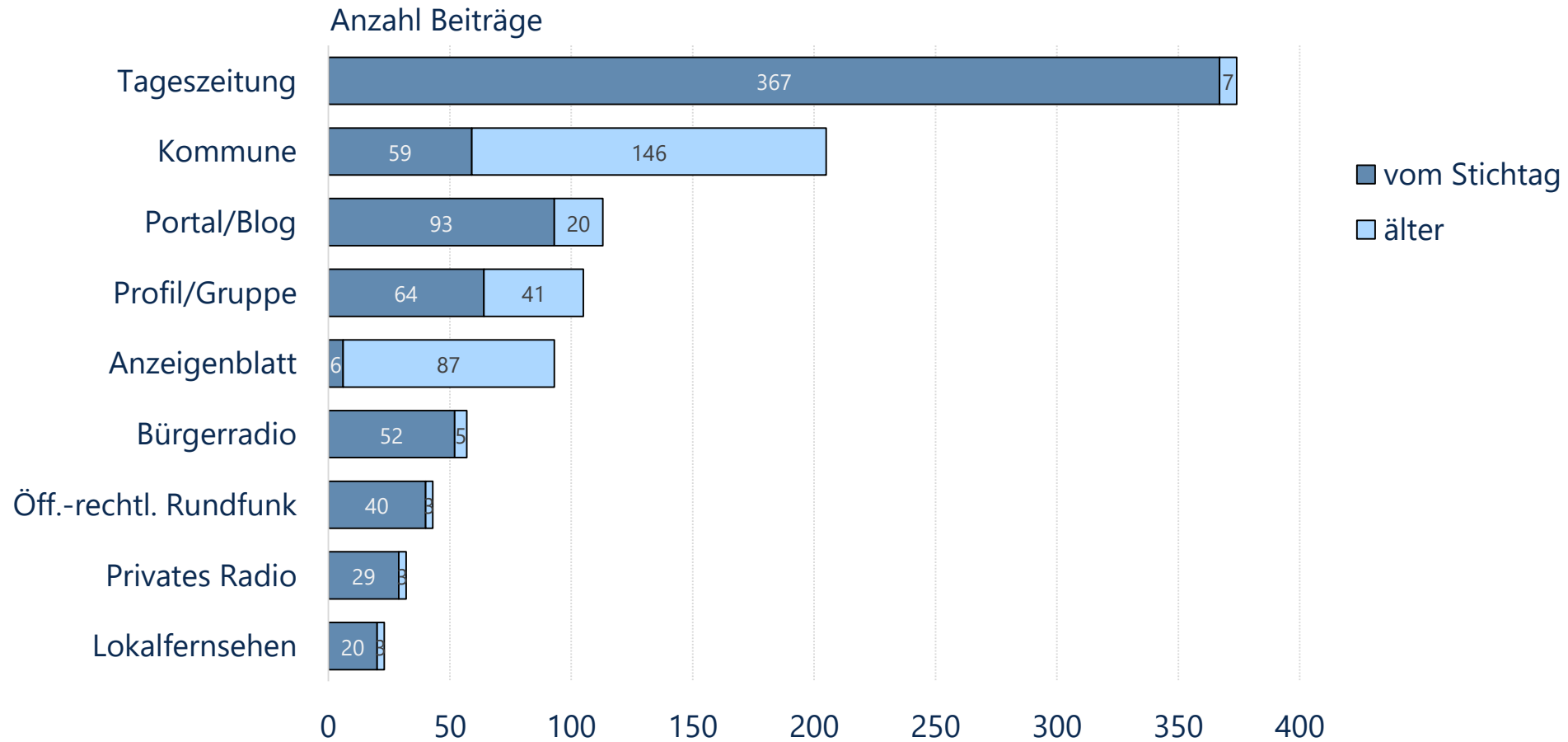
# Anzahl Beiträge

... alle Beiträge mit Lokal- oder Regionalbezug aus der Woche vom 27. Mai 2024 bis zum 2. Juni 2024

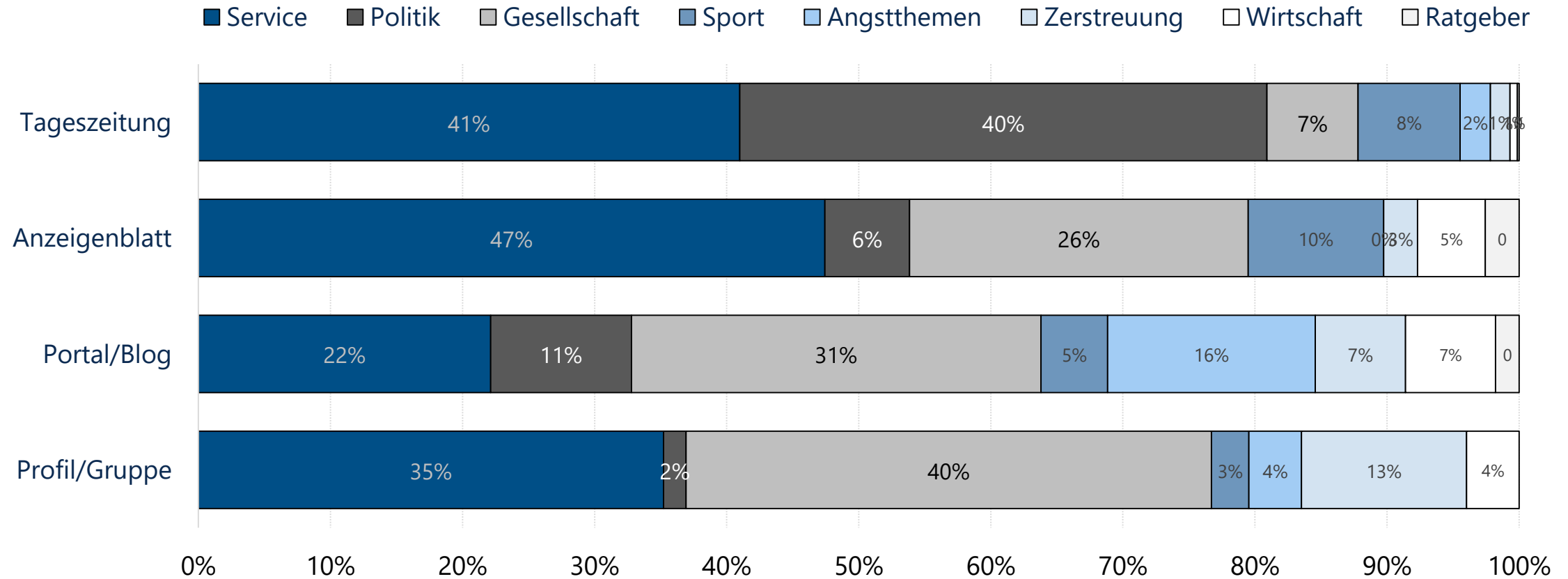


# Berichterstattung durch alle Arten von Medien am 7. Juli 2023

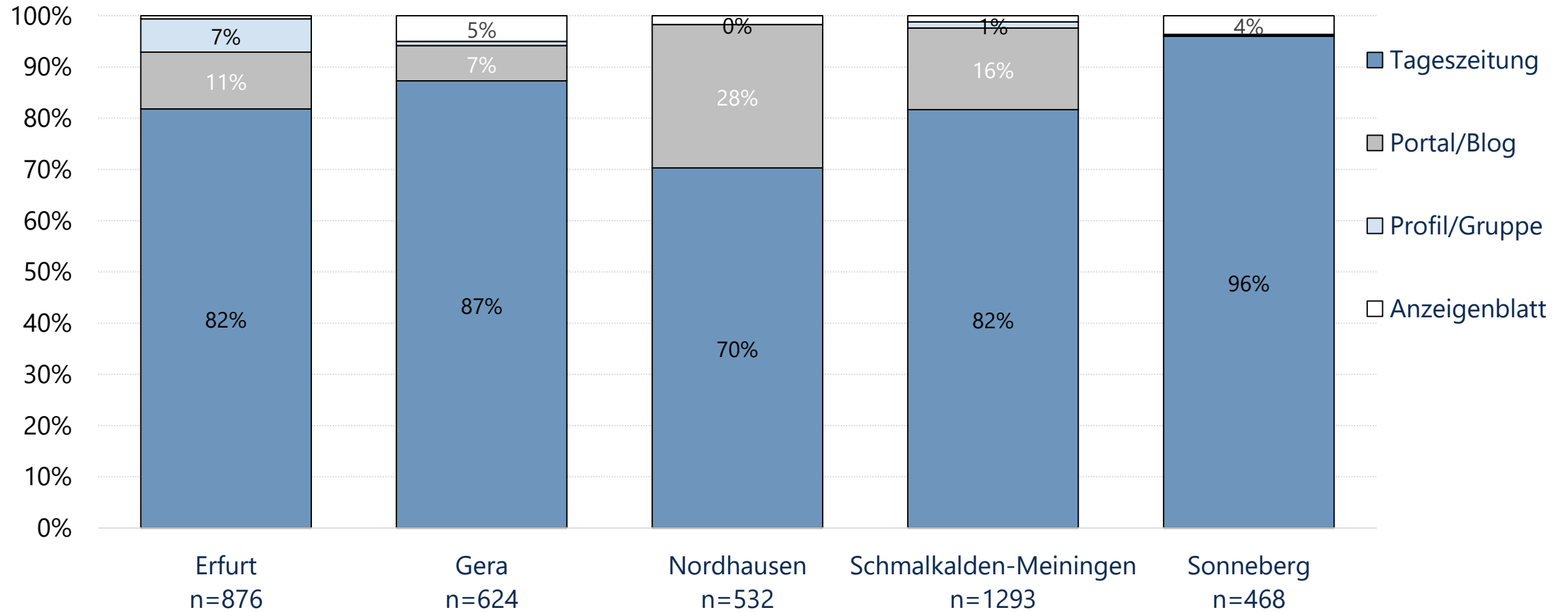
Stichtagsuntersuchung der kompletten lokalen/regionalen Berichterstattung für die Städte Erfurt und Suhl und die Landkreise Nordhausen, Schmalkalden-Meiningen und Sömmerda



# Themen der Lokal- und Regionalmedien nach Gattungen



# Anteil Mediengattungen an der Berichterstattung nach Gebiet





# Beitrag zur lokalen Vielfalt: Anzahl unterschiedlicher Orte und Ortsteile, über die berichtet wird

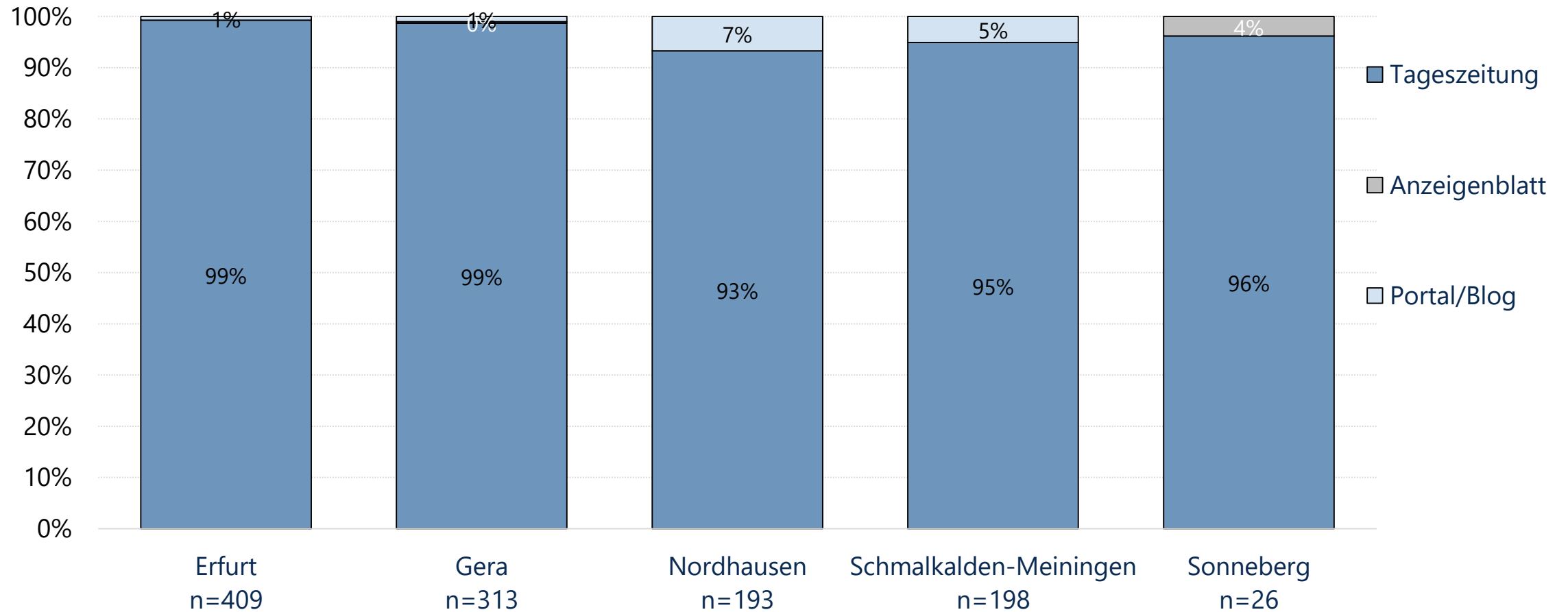
	Erfurt	Gera	Nordhausen	Schmalkalden- Meiningen	Sonneberg
Tageszeitung	61	55	54	62	60
Portal/Blog	26	11	23	20	1
Profil/Gruppe	8	2	0	9	1
Anzeigenblatt	4	6	4	6	16

# Quellen der Lokalberichterstattung am 7. Juli 2023 in % nach Gebiet

Stichtagsuntersuchung vom 7. Juli 2023 von Medien mit Berichterstattung für die Städte Erfurt und Suhl und Landkreise Nordhausen, Schmalkalden-Meiningen und Sömmerda

	Erfurt	LK Sömmerda	Nordhausen	LK Nordhausen	Suhl	LK Schmalkalden-Meiningen
<b>Tageszeitung</b>	<b>35</b>	33	<b>42</b>	11	<b>26</b>	<b>46</b>
<b>Kommunales Angebot</b>	7	<b>45</b>	15	21	24	24
<b>Privates Portal/Blog</b>	20	6	16	14	7	4
<b>Anzeigenblatt</b>	2	1	0	11	<b>26</b>	13
<b>Privates Profil/Gruppe</b>	16	6	5	11	9	6
<b>Bürgerradio</b>	2	0	13	<b>30</b>	0	0
<b>Öffentl.-rechtl. Rundfunk</b>	8	1	8	1	7	3
<b>Privates Radio</b>	7	9	0	1	0	0
<b>Lokalfernsehen</b>	2	0	0	0	2	4
<b>Basis: Gebietsbezüge</b> <b>n</b>	327	91	92	138	92	360

# Anteil Mediengattungen an der Berichterstattung nach Gebiet - nur Nachberichterstattung zu den Lokalwahlen 2024



# Wie die Kommunalwahl 2024 gerahmt wird

Frame-Elemente zu den Thüringer Kommunalwahlen 2024

	Wahl- ergebnisse	Ursachen	Umstände	Folgen/ Prognosen	Forderung	Bewertung	Gesamt
Tageszeitung	1138	67	198	158	13	12	1574
Portal/Blog	1	0	2	0	0	0	3
Anzeigenblatt	29	9	27	20	2	10	87

# Wichtigste Befunde aus der Inhaltsanalyse

**Lokalzeitungen liefern nach wie vor den mit Abstand größten Teil der lokalen/regionalen Berichterstattung.**

**Dieser Effekt wird noch dadurch bestärkt, dass politische oder in anderer Hinsicht meinungsrelevante Information in den peripheren Angeboten eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielt.**

**Mit Informationen über die Lokalwahlen sind alle untersuchten lokalen/regionalen Öffentlichkeiten von den peripheren Angeboten nicht näherungsweise angemessen versorgt worden.**

Gruppen oder Profile auf den Plattformen des Social Web haben so gut wie keinen Anteil an den lokalen/regionalen Öffentlichkeiten. Das liegt vermutlich auch daran, dass nur öffentliche Angebote untersucht wurden.

Portale im WWW können durchaus eine erhebliche Reichweite in der lokalen/regionalen Öffentlichkeit erzielen. Doch hängt dies stark vom Gebiet ab. In manchen Gebieten gibt es einzelne produktive Portale, in anderen nicht.

**Lokalfernsehen und Bürgerradios liefern zwar durchaus qualitativ beachtliche Beiträge zur Lokal- und Regionalberichterstattung, sind aber nur in einzelnen Gebieten präsent. Publizistische Angebote privater Hörfunkprogramme sind auf größere regionale Einheiten bzw. ganz Thüringen ausgerichtet.**

**Nachdem die Reichweite der Lokalzeitungen mit dem Aussterben Ihrer Leser:innen weiter kontinuierlich absinkt und sich die Vielfalt und lokale Relevanz ihrer Lokalausgaben weiter verringern wird, ist es medienpolitisch dringend geboten, die Entwicklung von Alternativen zu fördern.**

# 3. Wirtschaftliche Situation und Perspektiven der Anbieter

# Anbieterbefragung

## Grundgesamtheit

- Alle Anbieter von Medien mit lokaler/regionaler Ausrichtung für Thüringen
- 77 wie in der Bestandsaufnahme per Recherche und Experteninterviews ermittelt

## Befragung

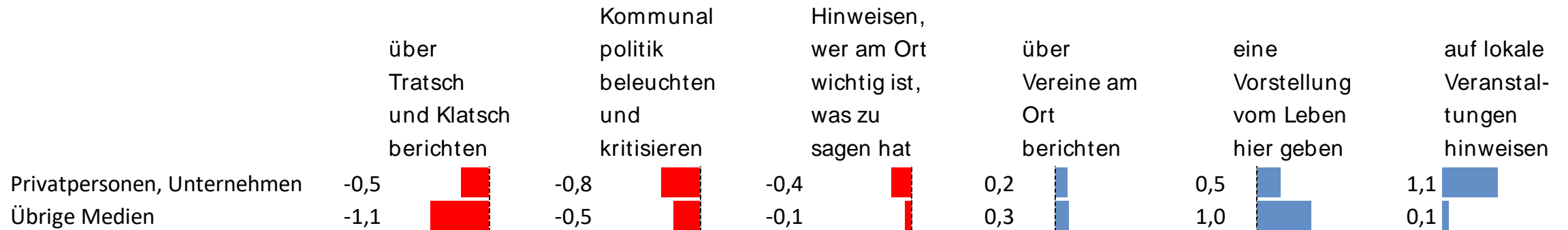
- Modus: schriftlich online
- Feldzeit: 10. bis 30. September 2024

## Rücklauf

- 43 Interviews
- 5 stichprobenneutrale Ausfälle
- 60 Prozent Rücklaufquote

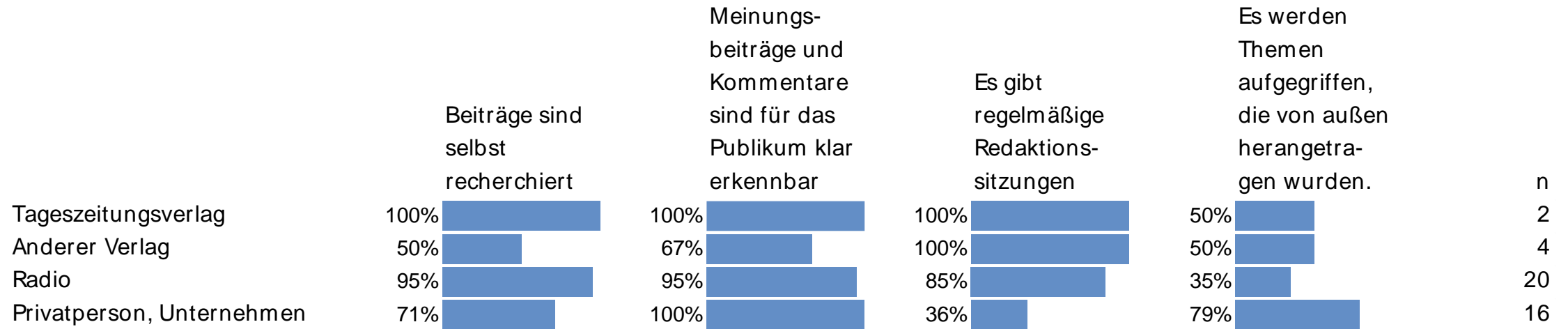
# Wer kann was besser: Die Lokalzeitung oder das eigene Angebot?

Rating von **-2** „Lokalzeitung“ bis **+2** „Eigene Angebote“, Abstufung durch Zwischenwerte



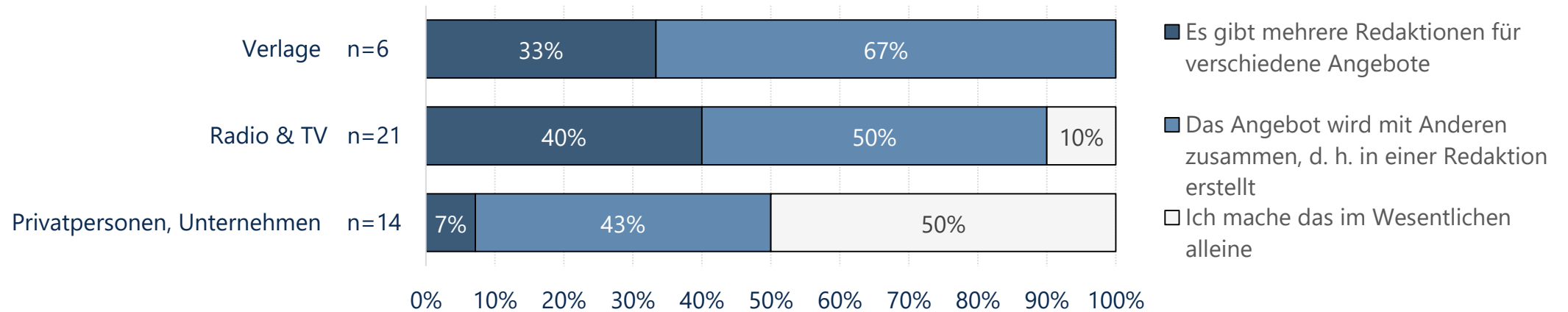


# Redaktionelle Qualitäten, die immer oder meistens zutreffen

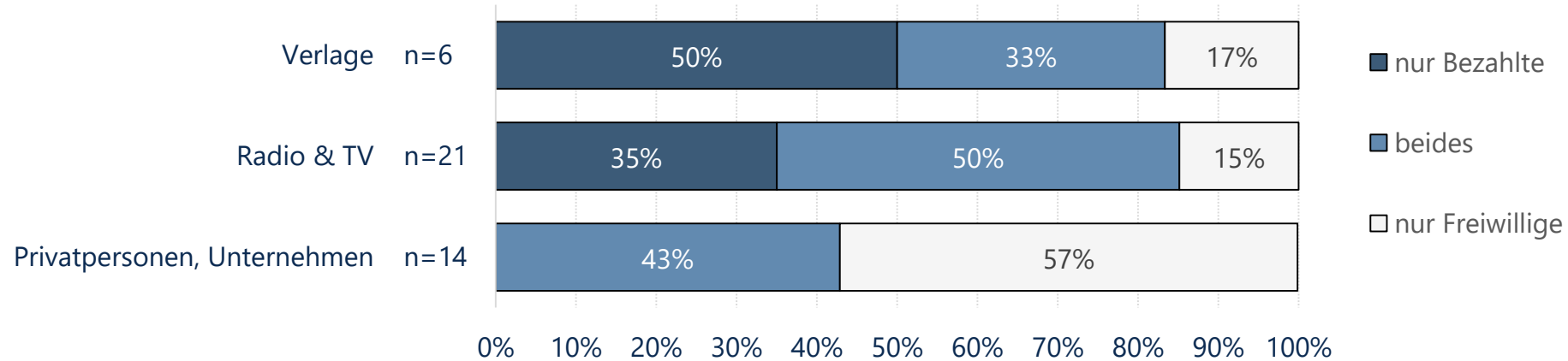


# Redaktionsstruktur

## Einpersonenbetrieb oder Redaktion(en)?



## Bezahlte oder freiwillige Mitarbeitende?



# Wichtigste Befunde aus der Anbieterbefragung

**Die weitaus meisten Angebote sind auf eines oder mehrere Gebiete zugeschnitten.**

**Alle Arten von Anbietern halten ihre Angebote mit großer Mehrheit für zumindest „eher wichtig“.**

Bereits heute versorgt ein Drittel der Anbieter Gebiete, in denen es keine weiteren Angebote gibt.

**Allerdings streut die Qualität der Leistungen der verschiedenen Anbietertypen stark.**

**Die Tageszeitungen sind nach wie vor führend im Hinblick auf meinungsbildende Funktionen, Themenabdeckung und Aktualität**

**Den anderen Extrempol bilden die peripheren Angebote im Netz.**

Kein anderer Anbietertyp gibt seltener an, über politische Themen zu berichten und meinungsbildende Funktionen zu erfüllen. Ihr Anteil von Wirtschafts-, Verbraucher- und Bildungsthemen ist noch geringer.

**Das spiegelt sich auch in den redaktionellen Strukturen, die die Befragten angeben.**

**Den privaten Anbietern von Blogs, Portalen und Gruppen im Netz gelingt es nicht, im nennenswerten Umfang Einnahmen zu erzielen.**

**Alle Anbietertypen haben sinkende Einnahmen und erwarten dies weiter auch für die Folgejahre.**

# 4. Nutzung und Qualitätseinschätzungen durch das Publikum

# Repräsentative Befragung

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung Thüringens ab 14 Jahre

## Befragung

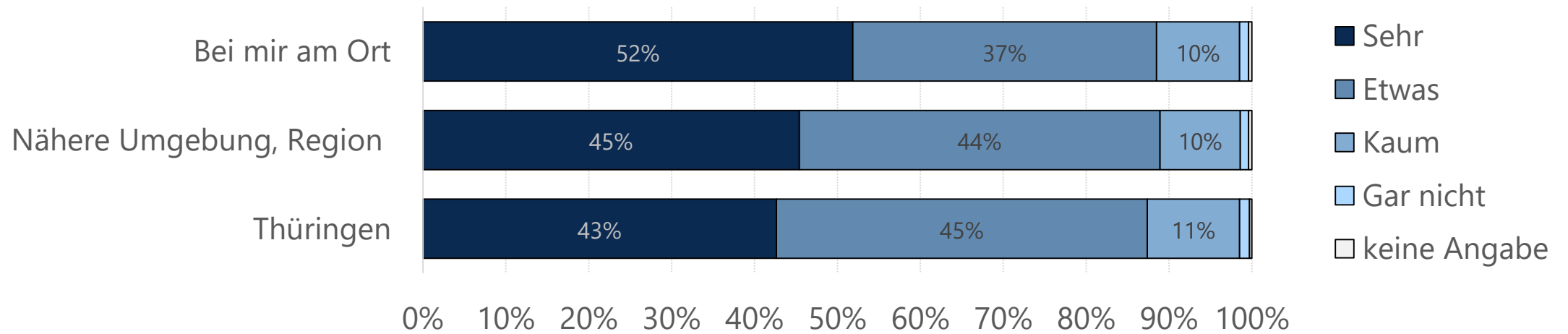
- Modus: jeweils hälftig telefonisch und online
- Feldzeit: 29. Februar bis 10. April 2024
- Durchführung: Institut für Demoskopie Allensbach

## Stichprobe

- Auswahl: Zufall aus ADM-Telefonstichprobe (Telefon), Quota aus Access-Panel (Online)
- Umfang: 1.036 Personen
- Unschärfe: etwa drei Prozentpunkte

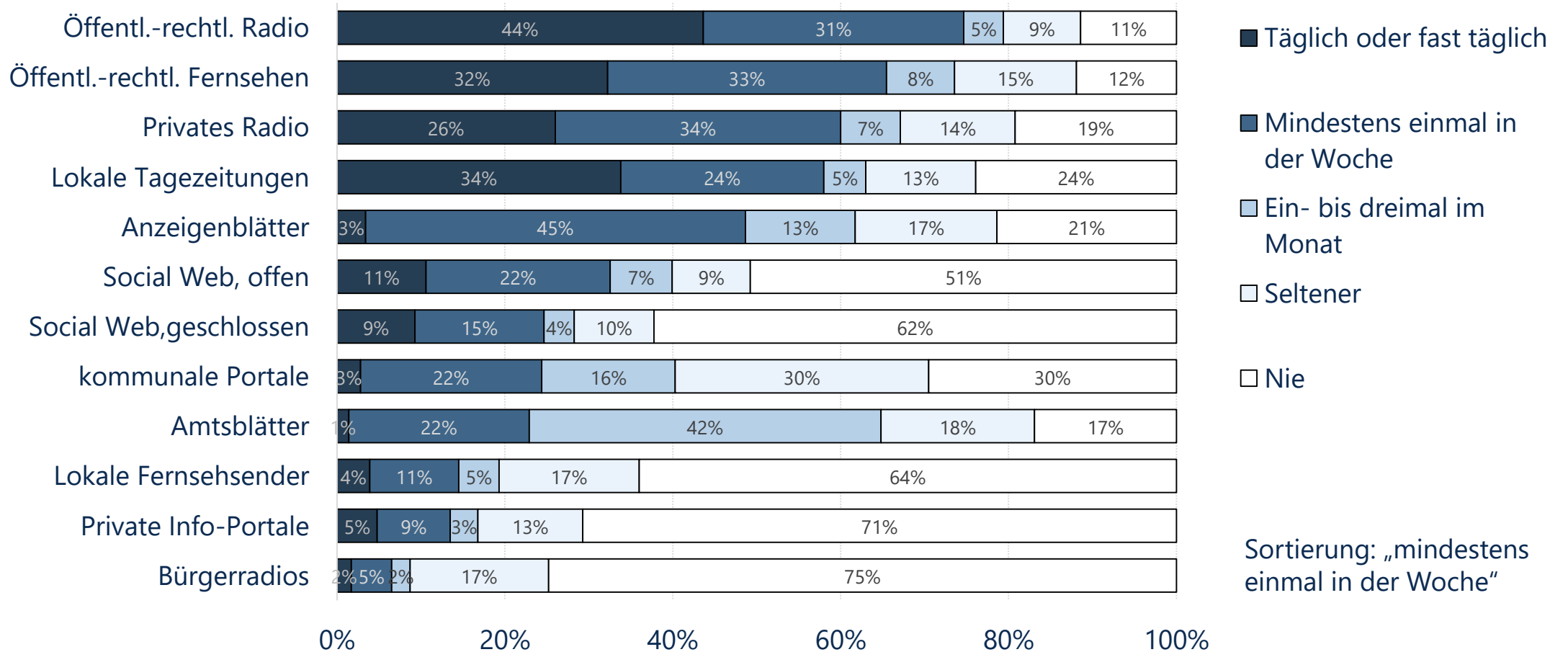
Gewichtung: Alter, Geschlecht, Schulbildung, Haushaltsgröße, Planungsregion, BIK-Ortsgröße

# Interesse an regionalem Geschehen



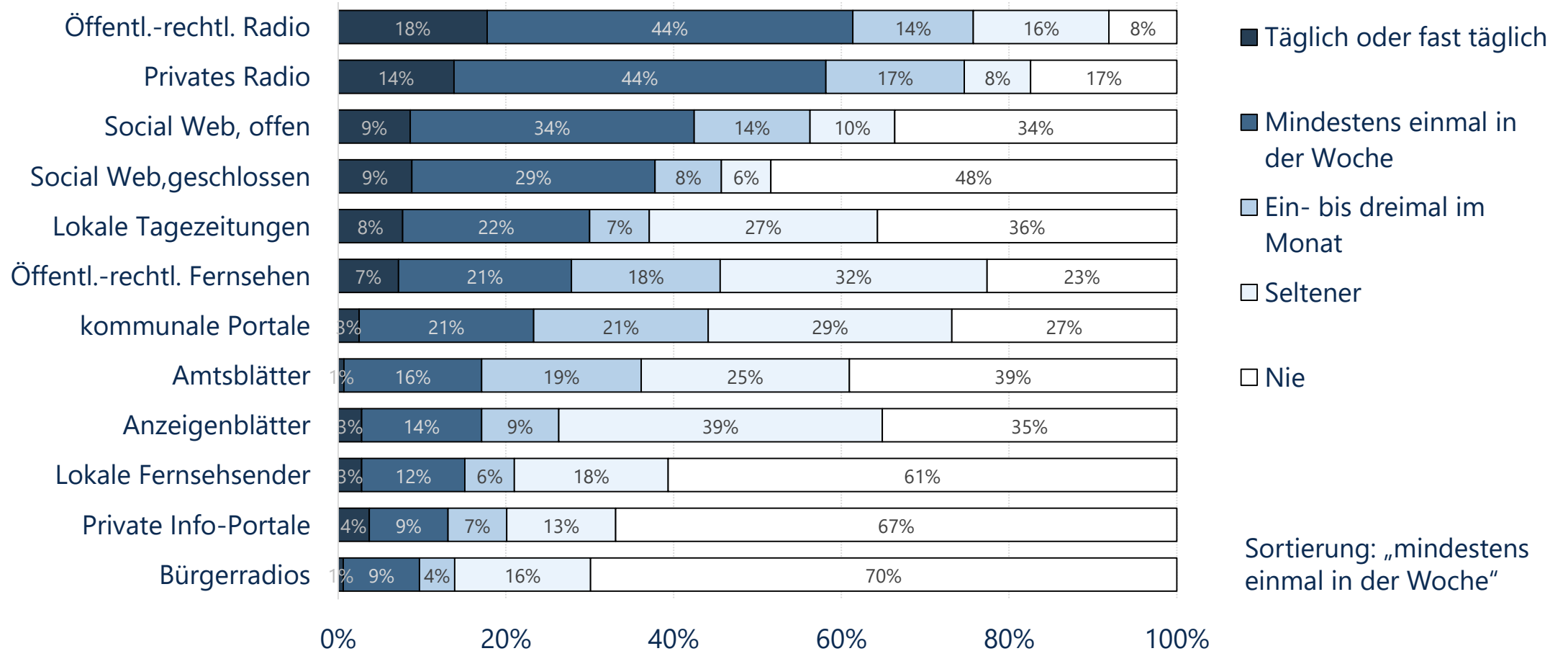
# Regelmäßigkeit der Nutzung lokaler und regionaler Angebote

... um sich „über das aktuelle Geschehen bei Ihnen vor Ort bzw. in der Region zu informieren“



# Regelmäßigkeit der Nutzung lokaler und regionaler Angebote, 14- bis 25-Jährige

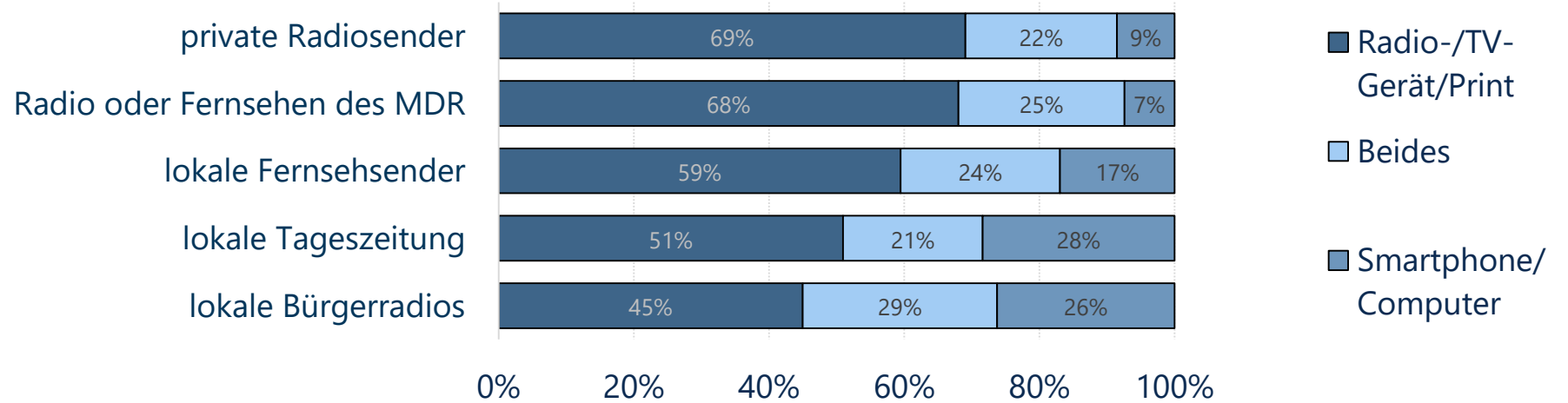
... um sich „über das aktuelle Geschehen bei Ihnen vor Ort bzw. in der Region zu informieren“



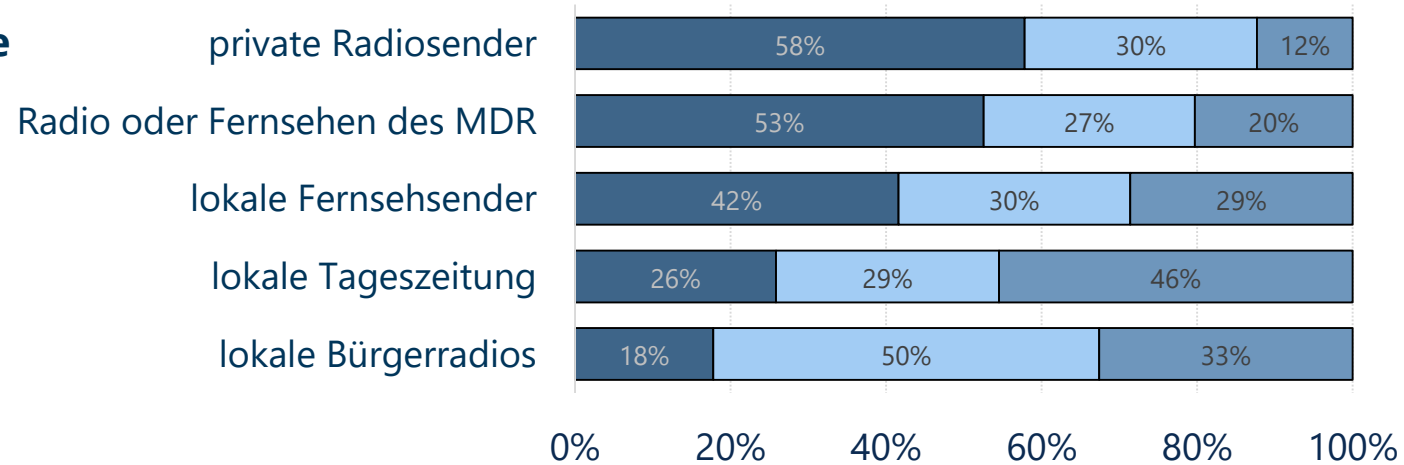


# Traditionelle und digitale Zugangswege zur Nutzung

## Alle Befragten



## 14- bis 25-Jährige



# Fünf Cluster von Nutzern lokaler/regionaler Medien in Thüringen

Durchschnittliche Faktorwerte in Standardabweichungen

	<b>1 Traditionelle</b>	<b>2 Wenignutzer, speziell lokal</b>	<b>3 Radio und Web- Affine</b>	<b>4 Vielnutzer, lokal/regional</b>	<b>5 Social-Web- Fokussierte</b>
<b>Regionales Radio</b>	0,06	-0,15	0,49	0,06	-1,03
<b>Print und TV</b>	0,55	-0,80	0,03	0,84	-1,06
<b>Social Web</b>	-0,48	-0,29	1,32	1,29	1,52
<b>Neue Lokalmedien</b>	-0,16	-0,17	-0,04	3,05	-0,39
<b>Anteil</b>	43%	32%	16%	4%	3%

# Reichweite von Medien in Clustern: mindestens mehrmals pro Woche

	1 Traditionelle	2 Wenignutzer, speziell lokal	3 Radio und Web-Affine	4 Vielnutzer, lokal/regional	5 Social-Web- Fokussierte	Gesamt
Öffentl.-rechtl. Radio	75%	52%	79%	70%	5%	65%
Öffentl.-rechtl. Fernseh	69%	36%	52%	75%	25%	55%
Privates Radio	53%	41%	67%	78%	21%	50%
Lokale Tageszeitung	76%	0%	53%	72%	25%	46%
Social Web, offene Grup	10%	5%	72%	70%	84%	23%
Social Web, geschlossen	0%	5%	75%	72%	74%	19%
Anzeigenblätter	15%	3%	20%	74%	0%	14%
Kommunale Portale	8%	5%	23%	74%	7%	12%
Private Portale	6%	5%	14%	61%	5%	10%
Lokales Fernsehen	7%	3%	3%	77%	0%	9%
Amtsblätter	4%	1%	5%	61%	0%	6%
Bürgerradios	2%	0%	3%	54%	0%	4%

Vor allem die Social-Web-Fokussierten aber auch die Vielnutzer sowie die Radio-/Web-Affinen greifen durchweg auf alle Medien weit häufiger als die Anderen über Online-Geräte zu - statt linearen Rundfunk oder gedruckte Ausgaben zu nutzen.

# Auffälligkeiten der Cluster

	<b>Traditionelle</b>	<b>Wenignutzer, speziell lokal</b>	<b>Radio und Web- Affine</b>	<b>Vielnutzer, lokal/regional</b>	<b>Social-Web- Fokussierte</b>
<b>Politische Ausrichtung</b>		Keine Wahlabsicht, politisch Uninteressierte	Hoher Anteil AfD	Hoher Anteil AfD	Hoher Anteil AfD oder politisch Uninteressierte
<b>Alter</b>	Ältere stark überrepräsentiert		Jüngere etwas überrepräsentiert	Jüngere überrepräsentiert	Jüngere stark überrepräsentiert
<b>Interesse am Lokalen/Regionalen</b>	Deutlich erhöhtes Interesse am Lokalen/Regionalen	Geringes Interesse am Lokalen/Regionalen		Moderat erhöhtes Interesse am Lokalen/Regionalen	
<b>soziale Schicht</b>	besser gebildet, wohlhabender	schlechter gebildet, weniger wohlhabend		besser gebildet, wohlhabender	schlechter gebildet, weniger wohlhabend

Dies ist das Ergebnis von multinomialen Regressionen, die Effektstärken der verschiedenen Einflüsse auf die Zugehörigkeit zu den verschiedenen Clustern ermitteln und wechselseitig gegeneinander kontrollieren

# Qualität, beurteilt nach verschiedenen Kriterien

... des wichtigsten und zweitwichtigsten genutzten Mediums

Anteil „trifft zu“

	Qualität gesamt	Relevanz	Glaubwürdigkeit	Professionalität	Vielfalt	n
Öffentl.-rechtl. Radio	85%	90%	82%	90%	77%	326
Amtsblätter	82%	90%	94%	84%	62%	173
Lokale Tageszeitung	82%	90%	80%	83%	75%	400
Öffentl.-rechtl. Fernsehen	81%	88%	78%	89%	71%	376
Privates Radio	81%	81%	85%	87%	72%	135
Social Web, offen	77%	86%	77%	63%	83%	129
Lokales Fernsehen	76%	77%	77%	75%	75%	39
Kommunale Portale	75%	82%	87%	76%	57%	65
Private Portale	75%	77%	79%	74%	72%	22
Social Web, geschlossen	73%	87%	71%	48%	84%	55
Anzeigenblätter	72%	77%	75%	76%	59%	68
Bürgerradios	67%	70%	61%	61%	77%	8
Insgesamt	80%	86%	80%	80%	71%	1956

# Wichtigste Befunde aus der Publikumsbefragung

**Die Mehrheit der Thüringer Bevölkerung ist stark an lokalen und regionalen Informationen interessiert.**

**Um dieses Bedürfnis zu befriedigen, nutzt sie eine breite Vielfalt an Medien.**

**Dabei rangieren die klassischen Medien noch klar vor den neueren Rundfunk- und Web-basierten.**

**Allerdings erfolgt auch der Zugang zu den klassischen Medien zunehmend nicht nur über lineare Geräte.**

**Die Lokalzeitungen werden noch von den meisten Leuten als wichtigste Quellen benannt.**

Allerdings rangieren sie, von der Frequenz der Nutzung her, noch hinter dem öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen und hinter den privaten Radios, obgleich alle drei dezidiert nicht lokal ausgerichtet sind.

**Die Mediennutzung unterscheidet sich zwischen sehr heterogenen Segmenten der Bevölkerung.**

Diese Gruppen werden vor allem durch die politische Ausrichtung, Alter, soziale Schicht und Interesse am Lokalen/Regionalen.

**Medien und Kanäle mit eingeschränkten journalistischen Qualitäten gewinnen an Bedeutung.**

Periphere Angebote aus dem offenen bzw. geschlossenen Social Web rangieren in der Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen bereits auf dem dritten bzw. vierten Platz.

Auch Amtsblätter und kommunale Portale sowie Anzeigenblätter erzielen erhebliche Reichweiten.

Die Bevölkerung beurteilt die Qualität der Medien insgesamt wenig kritisch.