

Matthias Künzler

Mediensystem Schweiz

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Matthias Künzler
Mediensystem Schweiz
Köln: Halem, 2020

ISBN 978-3-7445-0153-8

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2020 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Unveränderter Nachdruck der Erstausgabe

erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2013 (978-3-86764-151-7)

EINBAND: Susanne Fuellhaas, Konstanz
TITELILLUSTRATION: Anja Kissendorfer, Konstanz
FACT-CHECKING: Ueli Custer, Zürich

Printed in Germany

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Abbildungen.....	9
Abkürzungen.....	15
1 Einleitung.....	17
Teil I: Allgemeine Grundlagen	
2 Mediensystem Schweiz: ein Überblick.....	23
2.1 Allgemeine Merkmale der Schweiz.....	23
2.2 Kleinstaatlichkeit: die Folgen der geringen Marktgrösse	24
2.3 Das Verhältnis von Medien und Politik	35
3 Die Systemperspektive als Grundlage zur Analyse der Medienlandschaft	43
3.1 Vom praktischen Nutzen der Theorie.....	43
3.2 Was sind Systeme? Lehren aus der Systemtheorie.....	44
3.3 Mediengeschichtliche Analysen.....	50
3.4 Fazit: ein theoriegeleitetes Analyseraster zur Untersuchung des schweizerischen Mediensystems.....	50
4 Medien: Definitionen und Kategorisierungen	53
4.1 Definitionen des Begriffs «Medium»	53
4.2 Die besondere gesellschaftliche Bedeutung von Kommunikationsmedien	55
4.3 Presse, Rundfunk und Nachrichtenportale: spezifische Merkmale publizistischer Kommunikationsmedien.....	61

Teil II: Struktur und Entwicklung

5	Die Presselandschaft.....	67
5.1	Überblick über das schweizerische Presseangebot	67
5.2	Angebot an Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen	72
5.3	Tageszeitungsunternehmen: Beteiligungen und Formen der Zusammenarbeit.....	91
5.4	Nachrichten-, Bildagenturen und Datenbanken.....	104
6	Der öffentliche Rundfunk SRG SSR.....	109
6.1	Allgemeine Merkmale öffentlicher Rundfunkorganisationen	110
6.2	Die Organisationsstruktur der SRG SSR.....	113
6.3	Einbezug der Gesellschaft: die Trägerschaft (Gesellschaftsstruktur)	115
6.4	Das Unternehmen (Konzern).....	129
6.5	Das Programmangebot und seine Finanzierung	136
7	Privatradio, Privatfernsehen und Online-Nachrichtenportale	143
7.1	Typologie der privaten Radio- und Fernsehanbieter	143
7.2	Kommerzielle Privatradios	146
7.3	Alternative Privatradios.....	151
7.4	Kommerzielles Privatfernsehen	153
7.5	Online-Nachrichtenportale.....	157
8	Medienangebot und Mediennutzung.....	163
8.1	Inhaltsstruktur	164
8.2	Journalistische Formen	166
8.3	Themen der Informationsangebote	167
8.4	Politische Tendenz.....	168
8.5	Geografischer Bezug	172
8.6	Nutzung von Presse, Fernsehen und Radio	175
8.7	Nutzung von Onlinemedien	185

9	Strukturwandel der Presse	191
9.1	Pressezensur im Ancien Régime (bis 1798/1830)	192
9.2	Die Entstehung der Gesinnungspresse (bürgerliche Öffentlichkeit).....	196
9.3	Politisch neutrale, kommerzielle Zeitungen (vermachtete Öffentlichkeit)	206
10	Strukturwandel von Radio und Fernsehen	227
10.1	Die Entwicklung des öffentlichen Rundfunks SRG bis zum Zweiten Weltkrieg.....	227
10.2	Die Einführung des Fernsehens und die Entwicklung der SRG 1945-1980	233
10.3	Anpassung an ein liberalisiertes Marktumfeld und an neue Medientechnologien ab 1980.....	237
10.4	Wunsch nach Privatrundfunk in den 1970er-Jahren	240
10.5	Liberalisierung von Radio- und Fernsehen ab 1982.....	243

Teil III: Interdependenzen

11	Die Finanzierung der Medien.....	251
11.1	Marktfinanzierung.....	251
11.2	Öffentliche Finanzierung.....	261
11.3	Stiftungs- und Spendenfinanzierung	266
12	Regulierung von Radio und Fernsehen.....	271
12.1	Regulierung von Radio und TV: Rechtsgrundlagen	271
12.2	Grundzüge des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) und der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)	273
12.3	Behördenzuständigkeit.....	283
12.4	Verfahren zur Konzessionierung, Qualitätssicherung und für Zuschauerbeschwerden.....	287
12.5	Bedeutung internationaler Organisationen für die schweizerische Rundfunkordnung.....	292

13	Medienrecht und Medienethik: Rechte und Pflichten von Journalisten und Medien.....	301
13.1	Rechte des Publikums und der Medien: Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit.....	302
13.2	Grenzen der Informations- und Medienfreiheit.....	303
13.3	Medienethische Branchenstandards	309
14	Einbezug der Gesellschaft.....	319
14.1	Institutionalisierte Verbindung zwischen Medien und Publikum	320
14.2	Medienjournalismus und Medienkritik in Massenmedien, Fachzeitschriften und Onlineportalen	322
14.3	Journalistenausbildung.....	323
14.4	Branchen- und Berufsverbände	326
15	Fazit	333
	Bibliografie.....	341

Abbildungen

Abb. 1:	Einwohner (in Mio.) und Fläche (in 1 000 km ²) europäischer Staaten	26
Abb. 2:	Einwohner und Grösse des Werbemarkts in verschiedenen europäischen Gross- und Kleinstaaten (2010/2011).....	29
Abb. 3:	Anzahl Journalisten im Ländervergleich.....	29
Abb. 4:	Medienmärkte der Sprachregionen und angrenzende, gleichsprachige, grosse Nachbarländer im Vergleich.....	30
Abb. 5:	Art des Fernsehempfangs (Haushalte in %, 2011)	31
Abb. 6:	Anteil Haushalte mit digitalem TV-Empfang (in %, 2011)	32
Abb. 7:	Marktanteile ausländischer Fernsehsender in westeuropäischen Ländern (in %).....	33
Abb. 8:	Marktanteil ausländischer Pressetitel am Kioskangebot (2008)	33
Abb. 9:	Auflage kostenpflichtiger Tageszeitungen im Verhältnis zur Bevölkerung (in Tausend)	37
Abb. 10:	Tagesreichweiten Mediengattungen (in % Mo-Fr, 2011) ...	38
Abb. 11:	TV-Nutzung in Minuten pro Tag im Ländervergleich (2011)	39
Abb. 12:	Bruttowerbemarktanteile von Presse, Rundfunk und Internet im internationalen Vergleich (in %).....	40
Abb. 13:	Funktionen bzw. Leistungen des Mediensystems für andere gesellschaftliche Teilsysteme.....	47
Abb. 14:	Zwiebelmodell.....	49
Abb. 15:	Kommunikationsmedien vs. Übertragungs-/Speichermedien	56
Abb. 16:	Idealtypische Kategorisierung von Kommunikationsmedien nach technischen Eigenschaften und sozialen Funktionen.....	60
Abb. 17:	Pressetitel nach Presstypen (Anzahl und %, 2011)	68
Abb. 18:	Typologie der Schweizer Presse.....	69
Abb. 19:	Anzahl Titel (inkl. Regionalausgaben) nach Sprachen innerhalb des Sektors 1000 (2011)	73
Abb. 20:	Zeitungsmäntel und Nebenausgaben von Tageszeitungen in der Deutschschweiz in Reihenfolge der Auflage (2012)...	74
Abb. 21:	Zeitungsmäntel und Nebenausgaben von Tageszeitungen in der West- und Südschweiz (2012)	77

Abb. 22: Zeitungstitel in der italienisch- und rätoromanischsprachigen Schweiz (2012)	78
Abb. 23: Standort der Redaktionen schweizerischer Tageszeitungen (Haupt- und Nebenausgaben)	79
Abb. 24: Zeitungsdichte: Anzahl kostenpflichtiger Hauptausgaben von Tageszeitungen pro Kanton	80
Abb. 25: Zeitungsdichte: Anzahl kostenloser und kostenpflichtiger Tageszeitungen (Haupt- und Nebenausgaben) pro Kanton	82
Abb. 26: Zeitungstypen nach geografischer Ebene	90
Abb. 27: Grossregionen und grösste Zeitungsmäntel/Einzelausgaben.....	91
Abb. 28: Sieben grösste Medienunternehmen (nach Umsatz) mit Beteiligungen an schweizerischen Tageszeitungen (2011) ...	93
Abb. 29: Marktanteil von Medienunternehmen an der Tageszeitungsaufgabe D-CH	94
Abb. 30: Marktanteil von Medienunternehmen an der Tageszeitungsaufgabe W-CH.....	94
Abb. 31: Gebiete, in denen die grössten schweizerischen Medienunternehmen Tageszeitungen herausgeben	95
Abb. 32: Die Beteiligungen von Tamedia an Tageszeitungen.....	96
Abb. 33: Die Beteiligungen der NZZ-Medien- gruppe an Tageszeitungen	97
Abb. 34: Die Beteiligungen der AZ Medien an Tageszeitungen	97
Abb. 35: Das Kopfblattsystem der Neuen Luzerner Zeitung	99
Abb. 36: Splittausgaben der Zürichsee-Zeitung.....	100
Abb. 37: Anteil öffentlicher Finanzierung an den Gesamteinnahmen öffentlicher Rundfunksender (in %, 2009).....	113
Abb. 38: Organisationsaufbau der SRG SSR.....	114
Abb. 39: Struktur und Organe der Trägerschaft auf nationaler Ebene.....	118
Abb. 40: Struktur der Trägerschaft auf regionaler Ebene.....	123
Abb. 41: Regionalgesellschaften: Zusammensetzung der Organe	124
Abb. 42: Vergleich der Organisationsstrukturen der Mitgliedgesellschaften von SRG Deutschschweiz.....	128
Abb. 43: Organisationsstruktur des Unternehmens.....	131
Abb. 44: Produktionsstandorte der SRG-Unternehmenseinheiten ..	134
Abb. 45: Das Programmangebot der vier sprachregionalen SRG-Unternehmenseinheiten.....	138

I Einleitung

Der erfolgreiche Markteintritt von neuen journalistischen Online-Portalen (z. B. «TagesWoche»), die Entwicklung von TAMEDIA zu einem sprachregionen-übergreifenden Medienunternehmen, die Reorganisation der SRG im Rahmen des Konvergenzprojekts oder die Diskussionen um die Radio- und Fernsehgebühren machen eins deutlich: Die schweizerische Medienlandschaft verändert sich. Diese Veränderungen haben gesamtgesellschaftliche Konsequenzen, da wir politische, soziale und wirtschaftliche Probleme und Entwicklungen in hohem Mass durch die Medien wahrnehmen. Indem sich die Medien und ihr Verhältnis zur Politik, Wirtschaft und Kultur verändern, verändern sich die Produktionsbedingungen, die Qualität und die Möglichkeiten zur Finanzierung der Medien.

Um jedoch die Relevanz von Aktualitäten aus dem Medienbereich für den langfristigen Medienwandel beurteilen zu können und die Folgen dieses Wandels abzuschätzen, bedarf es an Grundlagenwissen über die Medienstruktur. Dieser Aufgabe nimmt sich das vorliegende Sachbuch an. Es arbeitet den Forschungsstand in einer integralen Darstellung umfassend auf. Zielsetzung ist es,

- Wissen über das Angebot und die Produzenten von Presse, Radio, Fernsehen und Onlineportalen zu vermitteln
- mediengeschichtliche Entwicklungen und aktuellen Trends zu analysieren, welche die Struktur der heutigen Medienlandschaft beeinflusst haben (u.a. das Verschwinden der parteinahen Presse, die Gründe für die Entstehung der SRG und der Privatsender)
- aufzuzeigen, wie die Beziehungen der Medienunternehmen zur Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit ausgestaltet sind (insbesondere Regulierung der Medien durch RTVG und Konzessionsvergaben)
- zu thematisieren, welche Auswirkungen internationale Organisationen wie der Europarat, die EU und die WTO auf die schweizerischen Medienunternehmen haben
- das Verständnis für Besonderheiten des schweizerischen Mediensystems aber auch Gemeinsamkeiten mit ausländischen Mediensystemen zu schärfen.

Im vorliegenden Band wird versucht, diese Zielsetzung nicht als «Medienkunde» in Form einer Ansammlung von Einzelfakten umzusetzen. Vielmehr wird im Sinn einer Mediensystemanalyse auf bestimmte Strukturmerkmale fokussiert. Die empirische Grundlage dieser Analyse bildeten veröffentlichte und unveröffentlichte Studien, Medienstatistiken, Rechtsdokumente, medienjournalistische Berichterstattung und offizielle Dokumente von Medienunternehmen und Behörden. Diese Quellen wurden sekundäranalytisch ausgewertet und auf Grundlage bewährter Ansätze aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aufbereitet und interpretiert.

Mit der Form des Sachbuchs soll ein breites Publikum angesprochen werden, das sich für die Ausgestaltung und Entwicklung der schweizerischen Medienlandschaft interessiert (Wissenschaftler, Studierende, Medienschaffende, Medienkonsumenten). Jedes Kapitel wird mit einem Zitat und einer Fragestellung eingeleitet. Dieser Bezug auf eine Diskussion aus Medienpraxis und -Wissenschaft soll die praktische Relevanz der Analyse verdeutlichen. Jedes Kapitel des Buchs ist in sich abgeschlossen und kann einzeln gelesen werden; wiewohl das Buch nach übergreifenden, theoretischen Überlegungen aufgebaut ist. Leserinnen und Leser, die sich eingehender mit einem Thema beschäftigen möchten, finden am Ende jedes Kapitels weiterführende, kommentierte Literaturhinweise als Hilfestellung für die eigenständige Vertiefung. Kapitel 2 bietet einen allgemeinen Überblick über wichtige Strukturmerkmale des schweizerischen Mediensystems im internationalen Vergleich, während Kapitel 3 und 4 theoretische Begründungen für die Auswahl der hier analysierten Medien und für den Aufbau des Buchs liefern. In den Kapiteln 5-8 werden Angebot und Produzenten von Presse-, Rundfunk- und Onlineangeboten und deren Leistung untersucht. Die Kapitel 9 und 10 stellen den langfristigen Presse- und Rundfunkwandel dar. In den Kapiteln 11-14 werden schliesslich die Beziehungen der Medien zu anderen Gesellschaftsbereichen (Wirtschaft, Politik, soziokulturelles System) beleuchtet.

Der Medienwandel hatte auch konkrete Auswirkungen auf die Erstellung dieser Monografie. Obwohl einige Merkmale der Makrostruktur stabil geblieben sind (z. B. starke Stellung der Presse), hat sich auf Ebene der Medienorganisationen (Mesoebene) und der Angebote in den letzten drei Jahren viel verändert. Dies erforderte noch während des Schreibprozesses laufende Anpassungen der Darstellung an neue Organisationsstrukturen der SRG oder veränderte Zusammenarbeitsformen

im Pressebereich. Dadurch hat sich die Arbeit am Manuskript länger als geplant hingezogen.

Umso wichtiger war für mich die Unterstützung von einer Reihe kompetenter und hilfsbereiter Personen. Mein besonderer Dank geht an Prof. Dr. Otfried Jarren, der mir das Vertrauen schenkte, zum Thema des schweizerischen Mediensystems an der Universität Zürich zu lehren und mich ermunterte, meine Vorlesungsunterlagen zu einer Publikation auszubauen. Von meinen Kollegen Dr. Manuel Puppis (IPMZ), Dr. Edzard Schade (HTW Chur), Prof. Dr. Klaus Beck (Universität Berlin) und Dr. Jan Krone (FH St. Pölten) habe ich wertvolle inhaltliche Anregungen erhalten. Nicht zuletzt haben mir die Studierenden meiner Vorlesungen mit ihren Fragen und Diskussionsbeiträgen wichtige Hinweise geliefert, die ins Manuskript eingeflossen sind. Ein besonderer Dank geht dabei an meine Tutoren Rocco Maglio, Linda Dimino, Katja Dähler und Stefanie Ostertag. Für die sehr wohlwollende und kompetente Betreuung vonseiten des Verlags bedanke ich mich bei meinem Lektor Rüdiger Steiner vom UVK-Verlag.

Für Kritik und Anregungen bin ich dankbar:
matthias.kuenzler@gmx.net

Teil I:

Allgemeine Grundlagen

2 Mediensystem Schweiz: ein Überblick

Nirgends – ausser vielleicht in Skandinavien – ist das Interesse an gedruckten Medien so stark und robust wie in der Schweiz.

Karl Lüönd (2009)

Die Schweiz ist noch immer ein Zeitungsländ.

Urs Meier (2007)

Die Vorstellung, die Schweiz sei Zeitungsländ und demnach ein Land von «Fernsehmuffeln» hält sich seit Jahrzehnten. Stimmt dieses Vorurteil jedoch? Auf solche Fragen geht dieses Kapitel ein, indem es darstellt,

- welches die grundlegenden Merkmale des schweizerischen Mediensystems sind
- wie sich das schweizerische Mediensystem von ausländischen Mediensystemen unterscheidet
- zu welchen ausländischen Mediensystemen das schweizerische Ähnlichkeiten aufweist.

2.1 Allgemeine Merkmale der Schweiz

Medien sind stets in die politischen und kulturellen Gegebenheiten eines Landes eingebunden. Deshalb sind zu Beginn dieses Kapitels einige demografische und politische Merkmale der Schweiz zu vergegenwärtigen.

Die Schweiz weist verschiedene Besonderheiten auf: Mit einer Fläche von 41 285 km² und 7.9 Mio. Einwohnern (2011) ist sie eher klein. Rund die Hälfte der Bevölkerung lebt in den fünf bevölkerungsreichsten Kantonen Zürich, Bern, Waadt, Aargau und St. Gallen. Aufgeteilt auf die vier Landessprachen leben rund 71% (5.6 Mio. Einwohner) der Bevölkerung im deutschen, 24% (1.9 Mio. Einwohner) im französischsprachigen, etwas weniger als 5% (0.34 Mio. Einwohner) im italienischen und 0.4% (0.03 Mio. Einwohner) im rätoromanischen Sprachgebiet (Zahlen gerundet, basierend auf BFS 2012a). Rund ein Fünftel der

Bevölkerung sind ausländische Staatsangehörige, wovon Bürger aus den jugoslawischen Nachfolgestaaten, Italien, Portugal und Deutschland die grössten ausländischen Bevölkerungsgruppen stellen.

Politisch ist das Land dreistufig aufgebaut und besteht auf nationaler Ebene aus dem Bundesstaat, auf regionaler Ebene aus 26 Kantonen unterschiedlicher Grösse und auf lokaler Ebene aus 2 495 Gemeinden (im Jahr 2012, vgl. BFS 2012b). Im Rahmen ihrer Zuständigkeiten (z. B. Behördenorganisation, Steuer-, Schulhoheit) kommt den Kantonen echte Autonomie zu, besitzen sie doch eigene Verfassungen, Parlamente (die nach unterschiedlichen Wahlmodi gewählt werden), Regierungen und Gerichte. Die Gemeindeautonomie fällt in den Zuständigkeitsbereich der Kantone und ist ebenfalls unterschiedlich ausgestaltet (vgl. Haller/Kölz 2004: 148-158). Drei weitere Besonderheiten des politischen Systems sind die ausgeprägt direkte Demokratie, die sich auf allen drei Staatsebenen findet; die Ausgestaltung der Bundes- und vieler Kantonsregierungen nach dem Kollegialitätsprinzip – das heisst, wichtige Fragen werden gemeinsam von den einander völlig gleichgestellten Regierungsmitgliedern nach dem Mehrheitsprinzip entschieden – sowie das Konkordanzprinzip, d. h. das Lösen von Konflikten durch Verhandeln und pragmatische Kompromisse (vgl. Lindner 2006: 26; Haller/Kölz 2004: 266).

2.2 Kleinstaatlichkeit: die Folgen der geringen Marktgrösse

Die Frage nach den Besonderheiten des schweizerischen Mediensystems lässt sich nur durch einen Ländervergleich beantworten. Erst im Ländervergleich können Unterschiede zu und Gemeinsamkeiten mit anderen Mediensystemen erkannt, lieb gewonnene Vorurteile infrage gestellt und neue Lösungen für bestehende medienpolitische Probleme gefunden werden (vgl. Esser 2003: 437 f., 455). Wichtig ist auch der Langzeitvergleich: Er hilft uns, langfristige Entwicklungen und zukünftige Trends festzustellen (vgl. Blumler 1997: 181 f.).

Eine Schwierigkeit beim Vergleichen ist die Datenfülle. Eine Beschränkung auf wenige Variablen, deren Ausprägungen in den verschiedenen Ländern verglichen werden, ist notwendig. Vergleiche und Typologien von Mediensystemen basieren zumeist entweder auf einem Vergleich der Variablen Marktgrösse oder des Verhältnisses von Medien und Politik (vgl. Künzler/Jarren 2009: 576 f.).

Definition von Kleinstaatlichkeit

Zunächst wenden wir uns der Unterscheidung von Mediensystemen nach der Marktgrösse zu. In dieser Perspektive werden Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Mediensystemen hauptsächlich als Folge der Grösse des Heimmarkts interpretiert. Grundsätzlich werden dabei Länder mit vielen Einwohnern und folglich grossen Heimmärkten von Ländern mit kleinen Märkten unterschieden (sogenannte Kleinstaa-ten) (vgl. Kleinsteuber et al. 1991: 35). Kleinstaatlichkeit wird auf unterschiedliche Art und Weise definiert (vgl. Puppis 2009b: 8 f.):

- anhand von absoluten Indikatoren wie der Anzahl Einwohner, der geografischen Grösse oder der Grösse des Bruttosozialprodukts («absolute approach»)
- an der subjektiven Empfindung der Kleinheit («attributive approach»)
- relational, im Sinne eines besonders grossen Unterschieds zwischen zwei oder mehreren Nachbarländern. Kanada ist gemessen an der absoluten Anzahl Einwohner mit 34.8 Mio. ein grosses Land, im Vergleich zum Nachbarland USA mit 313.6 Mio. Einwohnern ist es jedoch klein («relational approach»).

Hier wird die in der Publizistikwissenschaft gängige Definition von Kleinstaatlichkeit über absolute Indikatoren übernommen: Ein Kleinstaat ist ein Land mit maximal 18 Millionen Einwohnern, unabhängig von seiner Fläche (vgl. Kirt/Waschkuhn 2001: 31). Manchmal werden Länder mit weniger als 100 000 Einwohnern (z. B. das Fürstentum Liechtenstein, Andorra) von Kleinstaa-ten unter der Bezeichnung «Mikrostaat» zusätzlich abgegrenzt.

Folgt man der Definition von Kleinstaat über die Anzahl Einwohner, sind in Westeuropa lediglich fünf Staaten (Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien und Spanien) zu den grossen Ländern zu zählen, während es sich bei den restlichen Ländern um Kleinstaa-ten handelt (vgl. auch Abb. 2). Einige ostmittel- und osteuropäische Länder können ihrer grossen Bevölkerungszahl wegen ebenfalls als Grossstaaten bezeichnet werden (z. B. Polen, Rumänien, Ukraine, Russland). Wie aus nachfolgender Abbildung ersichtlich ist, gibt es auch Kleinstaa-ten (insbesondere die nordischen) deren Fläche zwar sehr gross ist, die allerdings nur wenige Einwohner zählen.