

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2002

→ Zeitungsmarkt 2002: Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration

Von Horst Röper*

„Größte Zeitungskrise seit dem II. Weltkrieg“

Die aktuelle Lage im Zeitungsmarkt ist schlecht. Der Springer-Verlag bezeichnet sie als die größte Zeitungskrise seit dem II. Weltkrieg. Dieser Wertung haben sich andere Verlage angeschlossen. Differenzen bestehen freilich in der Einschätzung der Krise als einer strukturellen bzw. konjunkturellen. Im Kern geht es um erhebliche Umsatzverluste, die die Zeitungsverlage im Jahr 2001 gegenüber dem Vorjahr erlitten haben und über eine auch in diesem Jahr anhaltende Tendenz zum Umsatzrückgang. (1) Der Grund hierfür ist ein Rückgang der Werbeeinnahmen (vgl. Tabelle 1). Da die Werbeeinnahmen mit rund zwei Dritteln des Gesamtvolumens die wichtigste Einnahmequelle der Zeitungsverlage sind, trifft die nachlassende Nachfrage die Verlage hart (vgl. Tabelle 2). Den Einbrüchen beim Umsatz sind inzwischen fast überall Sparmaßnahmen gefolgt. Die wohl wichtigsten Maßnahmen unter dem Aspekt des betriebswirtschaftlichen Effektes sind Personalkürzungen in allen Bereichen einschließlich der Redaktion sowie Leistungsreduktionen, von der Kürzung des Seitenumfanges bis zur Einstellung spezieller Teile des Angebots. Bundesweit beachtet wurden insbesondere die Kürzungen bei den überregionalen Zeitungen und den großen Verlagen. Die mittleren und kleinen Verlage sind dem Beispiel der großen überwiegend gefolgt. Einige Beispiele verdeutlichen den Umfang der Maßnahmen:

Personalabbau bei Springer und anderen Verlagen

– Personalreduktionen: Der Springer-Konzern hat eine Stellenreduktion um 10 Prozent angekündigt. Rund 1 400 Stellen sollen wegfallen. Ein erheblicher Teil dieses Programms ist inzwischen bereits umgesetzt worden. Bei der Verlagsgruppe Handelsblatt wurden Stellenstreichungen in gleicher Höhe durchgesetzt. Beim Süddeutschen Verlag sollen gar

„mehr als 10 Prozent der rund 5 000 Stellen im Konzern“ (2) gestrichen werden. Der WAZ-Konzern hat ähnlich wie viele andere Verlage einen Einstellungsstopp beschlossen. Sogar Volontäre werden nicht mehr eingestellt.

– Leistungskürzungen: Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat sowohl die Beilage Bilder und Zeiten als auch ihre Berlin-Seiten eingestellt. Auch die Süddeutsche Zeitung und der General-Anzeiger, Bonn, haben diesen besonderen Berlin-Service inzwischen wieder aufgegeben. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hatte zudem bereits Ende letzten Jahres angekündigt, in diesem Jahr den Gesamtumfang der Zeitung um 2000 Seiten zu reduzieren. (3) Die Süddeutsche Zeitung hat die Beilage Jetzt eingestellt.

– Aufgabe von Redaktionen: Spektakulär war die Zusammenlegung der Hauptredaktionen der überregionalen Zeitung Die Welt mit der regionalen Zeitung Berliner Morgenpost. Eine solche Fusion über die Grenzen von Zeitungssparten hinweg ist in Deutschland bisher einzigartig. Schon zuvor hatte Die Welt für ihre Berichterstattung über Berlin das Material der Morgenpost benutzt. Zudem waren im Vorfeld einzelne Redaktionen von der Welt und der Welt am Sonntag fusioniert worden. Andere Verlage verzichten auf eine eigene Hauptredaktion oder reduzieren den redaktionellen Aufwand durch Kooperationen mit Partnerverlagen. Der Hellweger Anzeiger im westfälischen Unna hat zum Jahreswechsel die eigene Hauptredaktion aufgelöst und bezieht den Mantel nun vom Westfälischen Anzeiger in Hamm. Der Schwarzwälder Bote in Oberndorf greift auf die Berichte der Stuttgarter Nachrichten zurück. Einsparungen werden auch bei Lokalredaktionen verfolgt. Beispielsweise verzichtet der WAZ-Konzern bei der WAZ-Ausgabe in Dortmund auf die zuvor eigene lokale Sportberichterstattung und übernimmt stattdessen jene der Westfälischen Rundschau. Die Zahl der Übernahmen von Lokalseiten zwischen benachbarten Lokalredaktionen innerhalb eines Verlages oder auch zwischen Verlagen wächst. Insbesondere in Ostdeutschland werden konkurrierende Lokalausgaben zusammengelegt (z.B. in Torgau oder Meiningen).

– Redaktionsschließungen: Lokalausgaben in nachrangiger Marktposition werden aufgegeben, die Lokalredaktionen eingestellt. Die Ruhr Nach-

Kürzungen bei der publizistischen Leistung

Zusammenlegung und Verkleinerung von Redaktionen

Schließung von Redaktionen

① Netto-Werbeeinnahmen der Zeitungsverlage in Mio Euro

	1998		1999		2000		2001	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Tageszeitungen	5 868,3	+ 5,6	6 066,4	+ 3,4	6 556,6	+ 8,1	5 642,2	-14,0
Supplements	92,3	- 14,7	73,3	- 20,6	67,6	- 7,8	72,8	+ 7,7
Anzeigenblätter	1 761,9	+ 5,1	1 742,3	- 1,1	1 791,9	+ 2,8	1 742,0	- 2,8
Sonntagszeitungen	249,3	+ 3,2	261,3	+ 4,8	277,6	+ 6,2	286,7	+ 3,3

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft: Werbung in Deutschland 2002. Meckenheim 2002, S. 17.

* Medienwissenschaftler, Geschäftsführer des Formatt-Instituts, Dortmund.

② **Umsatzentwicklung von Zeitungsverlagen**

ausgewählte Beispiele

	Umsatz in Mio Euro			Anzeigenumsatz in Mio Euro		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Springer ¹⁾	1 490	1 570	1 492	857	928	818
Süddeutscher Verlag	739,1	873,5	808,0	445,02	535,9	461,2
DuMont Schauberg	587,7	618,4	583,0	k. A.	k. A.	k. A.
Verlagsg. Madsack	470,4	514,3	475,8	256,0	268,6	236,3
Frankfurter Allgemeine	476,3	535,7	415,7	371,3	423,1	305,2

1) Beim Springer-Konzern gehören zum Zeitungsbereich auch die Anzeigenblätter, die Beteiligungen an Zeitungen im Ausland sowie die Zeitschriften Computer Bild und Computer Bild Spiele.

richten haben zum Beispiel bei ihrem Ableger Münstersche Zeitung gleich vier Lokalredaktionen eingestellt.

Einstellung von Zeitungen

– Die Zahl von Zeitungseinstellungen wächst: Im letzten Jahr ist das Emsdettener Tageblatt eingestellt worden. In diesem Jahr folgte die Honnefer Volkszeitung; die Einstellung der Speyerer Tagespost zum Jahresende ist angekündigt. Hinzu kommt eine seit dem letzten Jahr steigende Zahl von Zeitungübernahmen, zum Beispiel in Ostfriesland, (4) bzw. von Fusionen, zum Beispiel im Münsterland. (5)

Konzentrations-tendenzen deutlich verschärft

Die derzeitige Krise verschärft mithin die seit Jahrzehnten anhaltenden Konzentrationstendenzen deutlich. Bei der publizistischen Konzentration setzt sich vor allem die Tendenz zur Monopolisierung von Zeitungsmärkten fort, da Lokalteile oder Lokalzeitungen in nachrangiger Wettbewerbsposition aufgegeben werden. Immer wieder drängt sich dabei der Eindruck auf, dass bis dahin konkurrierende Verlage Verbreitungsgebiete untereinander aufteilen. Das Bundeskartellamt ist offensichtlich überfordert, derartige Gebietskartelle zu verhindern. Der insbesondere von den Zeitungsverlagen selbst beklagte Rückgang der Gesamtauflage der Tageszeitungen geht zu einem Teil auch auf das Konto der Angebotsreduktion. Es ist nicht so, dass die ehemaligen Leser einer eingestellten Lokalzeitung automatisch zur – meistens letzten – Alternative im lokalen Markt wechseln. Ein Teil dieser Leserschaft bezieht in der Folge der Einstellung keine Zeitung mehr. Ein Beispiel illustriert den Sachverhalt:

Beispiel: Kreis Osterode im Harz

Im Juli 1997 wurden im Kreis Osterode im Harz zwei kleine Zeitungen eingestellt. Der Osteroder Kreis-Anzeiger hatte zuletzt eine Auflage von 7 500 Exemplaren, das Bad Lauterberger Tageblatt 2 900 Exemplare. Als einzige Alternative blieb den Lesern der im gesamten Kreis vertriebene Harz Kurier. Dieser hatte im II. Quartal 1997 eine Auflage von 13 600 Exemplaren. Zusammen verkauften die drei Titel 24 000 Exemplare. Der Harz Kurier hat vom Marktausstieg der Konkurrenten profitiert und seine Auflage erheblich steigern können. Im II. Quartal dieses Jahres lag sie bei 19 600 Exemplaren und damit um 6 000 Exemplare über jener vor der Marktvereinigung. Von den insgesamt 10 400 Käufern der beiden ehemaligen Lokalzeitungen sind

demnach rechnerisch knapp 60 Prozent zum verbliebenen Monopolblatt gewechselt. Über 40 Prozent der nicht mehr versorgten Leser kann der Monopolist aber offensichtlich nicht erreichen. (6)

Auch die ökonomische Konzentration im Pressemarkt steigt. Erstmals seit der Neuordnung des Zeitungsmarktes in Ostdeutschland sind von der Pressekonzentration auch wieder hochauflagige Titel betroffen:

- die Hessische Niedersächsische Allgemeine in Kassel (179 700) gehört jetzt zur Ippen-Gruppe;
- Gruner + Jahr will die Berliner Zeitung (191 300) und den Berliner Kurier (152 400) an den Holtzbrinck-Konzern verkaufen und sich auch von der Sächsischen Zeitung (329 700) und der Morgenpost Sachsen (104 900) trennen.
- In den Jahren zuvor war mit der Kölnischen Rundschau 1999 (damalige Auflage 150 000 Exemplare) nur eine einzige Zeitung mit einer Auflage von mehr als 100 000 Exemplaren verkauft worden. Gegenwärtig wird in der Branche auch über andere hochauflagige Titel verhandelt. Anders als in anderen Branchen werden derartige Verkaufsabsichten in der Regel erst offiziell bestätigt, wenn die Verkaufsverhandlungen abgeschlossen sind.

Geht man davon aus, dass die Übernahme der beiden Berliner Zeitungen von Gruner + Jahr durch die Verlagsgruppe Holtzbrinck vom Bundeskartellamt genehmigt würde und zudem auch die beiden zum Verkauf stehenden sächsischen Zeitungen von Gruner + Jahr von einer der führenden Verlagsgruppen demnächst übernommen würden, erführe die Pressekonzentration einen erheblichen Schub. In der hier vorgelegten Untersuchung über den Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen müsste eine Steigerung um knapp 2 Prozentpunkte berücksichtigt werden. Anstelle von Gruner + Jahr rückte eine weitere Verlagsgruppe unter die ersten zehn auf.

Verlegerische Fehlentscheidungen

Die Zeitungsverlage haben in den letzten Jahrzehnten mehrheitlich außerordentlich gut verdient. Die Branche hat Renditen erzielt, die weit über jenen anderer Wirtschaftsbereiche gelegen haben. Nach-

Auch hochauflagige Titel betroffen

Folgenreiche Konzentration steht in Berlin bevor

In Jahren zuvor hohe Renditen für Presseverlage

dem die Pressestatistik eingestellt worden ist (7), fehlen zwar offizielle Daten zur Gesamtbranche, aus den veröffentlichten Bilanzen einzelner Verlagsunternehmen ist aber die deutlich überproportionale Gewinnsituation gegenüber anderen Branchen erkennbar. Zentrale Gründe für diese Ertragsstärke waren zum einen der in vielen Verbreitungsgebieten fehlende Wettbewerb. Dies gilt nicht nur für Gebiete mit Anbietermonopolen, sondern auch für viele Zweizeitungsgebiete, weil die Position der Zweitzeitung vielerorts zu schwach ist, um intensiven Wettbewerb bestreiten zu können. Zum anderen spielte für die hohen Renditen auch eine wesentliche Rolle, dass Preiskämpfe in der Branche traditionell selten sind.

Diversifizierung mit großem Kapitaleinsatz

Mit den stattlichen Erträgen aus dem Zeitungsgeschäft finanzierten die ehemals monomedialen Zeitungsverlage spätestens seit den 80er Jahren ihre Diversifizierungsstrategien. Anzeigenblätter wurden gekauft oder gegründet, Beteiligungen an in der Regel lokalen oder regionalen Hörfunk- und Fernsehsendern übernommen. (8) Parallel wurde zunächst in den Bildschirmtext und später in Internetangebote, neuerdings auch in Postdienste investiert. (9) Während die Investments in Anzeigenblätter und zumeist auch in den Hörfunk ertragreich waren, haben sich jene in den letztlich gescheiterten Bildschirmtext, in Fernsehsender und auch ins Internet bisher nicht gelohnt. Auch beim jüngsten dieser Medien, dem Internet, wird es so schnell keinen Return des Investments geben. Der Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Helmut Heinen, sieht zumindest kurzfristig keine Besserung. „Es ist richtig, dass wir uns nichts vormachen dürfen: Auch unter Einbeziehung von Bezahlhalten sind kostendeckende Geschäftsmodelle im Internet noch Zukunftsmusik.“ (10)

Überkapazitäten im Druckbereich

Noch schwerwiegender für die wirtschaftliche Entwicklung vieler Verlage waren immense Investitionen in die Drucktechnik. Die überwiegende Zahl der Zeitungsunternehmen besteht traditionell aus den beiden Abteilungen Verlag und Druckerei. Eine Modernisierung der Drucktechnik ist regelmäßig mit hohen Investitionen verbunden. Gerade die Druckindustrie ist aber seit Jahren von stattlichen Überkapazitäten geprägt. Für ein Verlagsunternehmen, das die Druckkapazitäten nicht mit eigenen Medien (Zeitungen und Anzeigenblätter) auslasten kann, ist eine Vermarktung über Lohndruck wegen der bestehenden Überkapazitäten oft nicht rentabel. Manches Verlagsunternehmen hat die durch Investitionen in den Druckbereich entstehenden Defizite nur mit den Gewinnen aus oder sogar über den (Teil-)Verkauf von wirtschaftlich gesunden Verlagsabteilungen decken können. Die Krise im Anzeigengeschäft der Zeitungen – parallel im Übrigen auch bei den Anzeigenblättern – wird mancherorts demnach begleitet von mangelhaften Erträgen aus Diversifizierungsbemühungen und

Fehlinvestitionen im Druckbereich. In Ostdeutschland kommt vielerorts eine anhaltend geringe Verdienstspanne im Zeitungsgeschäft hinzu.

Die derzeitige konjunkturelle Krise ausgehend vom schwachen Werbegeschäft könnte in den nächsten Jahren abgelöst werden durch eine strukturelle. Ausgangspunkt dafür kann erneut der Werbemarkt sein. Zumindest für einen Teil des Werbegeschäftes können sich die Eigenschaften des Internets als Konkurrenz erweisen. Mit Hilfe der computergestützten Suchfunktionen sind beispielsweise Kfz-Anzeigen oder Stellenangebote viel schneller zu identifizieren als in der Zeitung. Bei Immobilienanzeigen sind selbst umfangreiche Zusatzinformationen im Internet relativ kostengünstig zu platzieren. Noch wird das Internet überwiegend komplementär zur Anzeigenschaltung in der Zeitung genutzt. Sollten vom Internet künftig aber substitutive Effekte ausgehen, ist die nächste Krise der Tageszeitungen programmiert. Das so genannte Rubriken-geschäft, gerade mit Stellenanzeigen, aber auch mit Immobilien und Kraftfahrzeugen, ist für die Zeitungen in den letzten Jahren von wachsender Bedeutung gewesen. Nach Berechnungen des BDZV hatten diese Rubriken im Jahr 2000 einen Anteil von 40 Prozent am gesamten Werbeumsatz. (11)

Verschärft werden könnte die Krise durch die Einführung von Gratiszeitungen. (12) Schon mittelfristig ist davon auszugehen, dass dieser neue Zeitungstyp auch in Deutschland etabliert werden wird. Auch wenn insbesondere das Scheitern des Titels 20 Minuten Köln zunächst dafür gesorgt hat, dass entsprechende Initiativen hierzulande nicht mehr gestartet worden sind, (13) ist nicht davon auszugehen, dass im weltweit drittgrößten Werbemarkt (14) dieser ausschließlich werbefinanzierte Zeitungstyp auf Dauer nicht eingeführt werden sollte. Nachdem Gratiszeitungen inzwischen nicht nur in Westeuropa, Australien und Nordamerika, sondern auch schon in Osteuropa etabliert sind, dürften bald auch wieder im deutschen Markt Neugründungen zu erwarten sein – trotz der zunächst abschreckenden Marktzugangsbarrieren und dem zu erwartenden Widerstand der etablierten Verlage. Auch wenn diese Gratiszeitungen mit ihrem spezifischen Leistungsprofil im Lesermarkt keine oder kaum eine Konkurrenz zu den etablierten Zeitungen sein werden, so sind diese von dem neuen Zeitungstyp dennoch betroffen. Die Zeitungsverlage verlören nämlich selbst dort die Preiskontrolle im Anzeigenmarkt, wo sie im Zuge des Verdrängungswettbewerbs Anbietermonopole aufgebaut haben. Zudem drohen Einnahmeverluste bei den Zeitungsunternehmen nicht nur im Zeitungsgeschäft, sondern womöglich noch viel eher bei den Anzeigenblättern, die heute überwiegend zu den (lokalen) Zeitungsunternehmen gehören.

Kartellrecht

Umstritten sind inzwischen die Sonderregelungen im Kartellrecht für den Pressemarkt. In der ersten Hälfte der 70er Jahre war die Pressekonzentration deutlich gestiegen. Selbst hochauflagige Titel hat-

Von der konjunkturellen zur strukturellen Krise?

Potenzielle Bedrohung durch Gratiszeitungen

Sonderregeln für Pressemarkt umstritten

ten ihre Selbständigkeit eingebüßt. Insbesondere die Aufkäufe des WAZ-Konzerns in Nordrhein-Westfalen wirkten wie ein Fanal. In rascher Folge hatte der Konzern Anfang der 70er Jahre die Neue Ruhr/Rhein Zeitung, die Westfälische Rundschau (jeweils ca. 200 000 Auflage) und die Westfalenpost (ca. 150 000) mehrheitlich übernommen. Die Konzentrationswelle im Pressemarkt führte dazu, dass der Bundestag diese Entwicklungen vom Bundeskartellamt prüfen lassen und dadurch einen möglichst großen Wettbewerb im Zeitungsmarkt sichern wollte. Im Rahmen der Fusionskontrolle unterlagen aber nur Fälle der Prüfung durch das Kartellamt, wenn die beteiligten Unternehmen gemeinsam einen Jahresumsatz von 1 Mrd DM erreichten. Noch heute gilt in der Fusionskontrolle allgemein die Schwelle von 500 Mio Euro. Im Pressemarkt wurden damals solche Umsätze regelmäßig nicht erreicht. Mit der so genannten Presseklausel wurde die Erfassungsschwelle daher auf 50 Mio DM gesenkt. Zudem ist die Zuständigkeit des Kartellamts erst ab einem Anteilswerb in Höhe von mindestens 25 Prozent gegeben, also einer qualifizierten Beteiligung. Diese Novelle trat 1976 in Kraft.

**Presseklausel in
letzten Jahren
zunehmend
unwirksam**

Sehr bald konnten die Verlage anhand der Spruchpraxis des Bundeskartellamts erkennen, dass insbesondere Übernahmen oder Beteiligungen an Konkurrenten von den Kartellrichtern wegen der damit verbundenen Verhinderung oder zumindest Behinderung des Wettbewerbs untersagt wurden. In der Folge unterblieben dann Versuche, Nachbarverlage zu übernehmen, wenn ein Veto des Kartellamts zu erwarten war. Die Zahl der Fusionsuntersagungen durch das Kartellamt ist entsprechend nicht sehr hoch. Die Presseklausel zeigte schon bei Vorüberlegungen zu Fusionen Wirkung. Das vom Gesetzgeber verfolgte Ziel war zumindest in Teilen erreicht. Vor allem in den letzten Jahren hat allerdings die für die Zeitungsvielfalt heilsame Wirkung nachgelassen. Fusionswillige Verleger suchen und finden Umgehungslösungen. (15)

Nun verlangen einzelne Konzerne die Presseklausel zu streichen. Die Initiative dazu ging vom Springer-Verlag aus. Der Holtzbrinck-Konzern hat sich der Forderung angeschlossen. „Der deutsche Printmedienmarkt ist überreguliert“, meint der Springer-Vorsitzende Matthias Döpfner. Wenn die Springer-Initiative „jetzt auf wachere Ohren stößt, finde ich das gut.“ (16)

**Springer dringt auf
Änderung des
Kartellrechts**

Auf ein entsprechendes Schreiben von Springer an Bundeskanzler Gerhard Schröder hin wurde ein Prüfauftrag an das zuständige Wirtschaftsministerium gegeben. Das Bundeskartellamt hatte die Initiative zurückgewiesen und die Presseklausel als sachgemäß beurteilt. Dennoch übte auch Wirtschaftsminister Werner Müller öffentlich Kritik. (17) Für die abschließende Beantwortung des Prüfauftrags fehlen allerdings noch die externen Gutachten, die das Wirtschaftsministerium in Auftrag gegeben hat. Selbst der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger hat Schwierigkeiten, der Initiative einiger Großverlage zu folgen. Die Mitgliedschaft des BDZV ist heterogen. Insbesondere

die Kleinverlage, die im Wettbewerb mit größeren Verlagen stehen, schätzen den Schutz des Kartellrechts. Ohne diesen Schutz wären viele von ihnen schnell einem Verdrängungswettbewerb mit dem Ziel der Übernahme ausgesetzt. Bei ungleich verteilten Ressourcen und auch Managementfähigkeiten wäre das Schicksal von Kleinverlagen wohl schnell besiegelt. Für den Bestand der Reste einstiger Pressevielfalt ist der Schutz der Kleinverlage durch das Kartellrecht eine *conditio sine qua non*. Und diese Kleinverlage tragen maßgeblich zur Zeitungsvielfalt bei. Nach der letzten Pressestatistik des Statistischen Bundesamtes hatten 114 der insgesamt 362 Zeitungsverlage eine Auflage von unter 10 000 Exemplaren. (18)

Die führenden Verlagsgruppen stehen jedenfalls bereit, ihre Aktivitäten im Zeitungsmarkt auszuweiten. Springer-Chef Döpfner hat die Zeitungen zu den Kernaktivitäten des Konzerns erklärt, die ausgebaut werden sollen. Auch die Verlagsgesellschaft Madsack zeigt deutliches Interesse. „Das Wachstum des Unternehmens soll durch Marktanteils-Zukäufe gesichert werden“, meint der Vorsitzende der Geschäftsführung, Friedhelm Haak. „Die Medienlandschaft in Deutschland befindet sich in einem Umbruch. Die Verlagsgesellschaft Madsack ist bereit, an der wahrscheinlichen Veränderung dieser Strukturen ... auch außerhalb Niedersachsens mitzuwirken.“ (19)

Konzentrationsentwicklung

Die im Folgenden vorgelegten Daten über den Konzentrationsgrad im Zeitungsmarkt basieren wie in den Vorjahren (20) erneut auf den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen im Tageszeitungsmarkt. Die dabei berücksichtigten Auflagenzahlen entsprechen dem Stand des I. Quartals 2002. (21) Der wichtigste Befund der Untersuchung ist, dass der Marktanteil der führenden Verlagsgruppen in den beiden letzten Jahren erneut gestiegen ist und mit 56,2 Prozent einen neuen Höchststand erreicht hat. Der Wert ist gegenüber der letzten Untersuchung für das Jahr 2000 zwar nur um 0,3 Prozentpunkte höher, es zeigt sich aber, dass nach der jüngsten Konsolidierungsphase die Konzentrations-tendenzen zuletzt wieder zugenommen haben. Dies haben auch die aktuellen Entwicklungen im Zeitungsmarkt im zweiten und dritten Quartal dieses Jahres bestätigt.

Der Befund muss auch unter dem Aspekt gesehen werden, dass die Systematik der Statistik zum ersten Mal seit vielen Jahren modifiziert worden ist und dadurch bei mehreren Verlagsgruppen erstmals einzelne Titel nicht mehr berücksichtigt wurden. Insofern war also eher ein geringerer Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen zu erwarten. Die Veränderung bezieht sich auf die Bildung der Verlagsgruppen. Bislang wurden auch Verlage einer Verlagsgruppe zugerechnet, die an

**Führende Verlage
wollen expandieren**

**Marktanteil der
großen Verlage
erneut gestiegen**

**Veränderte Systematik
der Statistik**

einem Mutterverlag einen Anteil von mindestens 5 Prozent hielten und über die Beteiligung hinaus einen ökonomischen Zusammenhang mit dem Mutterverlag aufwiesen. Nach diesem Kriterium sind in den Untersuchungen der letzten Jahre immer nur einzelne Verlage den führenden Verlagsgruppen zugeordnet worden. Dies galt insbesondere für die Zuordnung der Hildesheimer Allgemeinen Zeitung zur Verlagsgruppe Madsack und für die Zuordnung der Kaufzeitung Die Abendzeitung zur Verlagsgruppe um die Süddeutsche Zeitung und ist jetzt geändert. Insbesondere das Kriterium der wirtschaftlichen Kooperation über die Kapitalverflechtung hinaus ist aber durch die Entwicklungen in der Zeitungsbranche wenig aussagekräftig geworden. Kooperationen unter Zeitungsverlagen sind inzwischen allgegenwärtig. Sie beziehen sich auf die Anzeigenakquisition (Anzeigenringe), auf die Übernahme der regionalen und überregionalen Berichterstattung (Mantelbezug) sowie auf den Austausch von Lokalberichten bzw. ganzen Seiten des Lokalteils, auf den Druck der Zeitungen und in wachsendem Maße auf Kooperationen außerhalb des einst oft einzigen Geschäftsfeldes der Tageszeitung, zum Beispiel auf Anzeigenblätter, Internetangebote, Hörfunk- und Fernsehprogramme, auf Zustellungs- und Postdienste. (22) Hinzu kommt, dass von anderen Medien die Zuordnung von Zeitungen nach diesem Kriterium insbesondere in jüngerer Zeit immer wieder als Beteiligung des Mutterverlages an diesen Zeitungen missverstanden worden ist, obwohl die jeweiligen Beteiligungsverhältnisse jeweils dargestellt worden waren.

Kriterien der Konzentrationsmessung

Die übrigen Kriterien der Systematik sind unverändert geblieben:

1. Verlage, die an anderen Verlagen mit mindestens 25 Prozent beteiligt sind, bilden mit diesen Verlagen eine Verlagsgruppe. Liegt die Beteiligung nur geringfügig unter dieser Marke und lässt sie sich auf 25 Prozent aufrunden, so wird auch diese Beteiligung in die Verlagsgruppe einbezogen. Die 25-Prozent-Marke richtet sich nach der gleich hohen Schwelle für die Fusionskontrolle beim Bundeskartellamt. Auch das Kartellamt überprüft Beteiligungen und meldepflichtige Fusionen, wenn sie knapp unter dieser Marke liegen und offensichtlich gewählt werden, um die Aufsichtsbehörde zu umgehen.
2. Jede Verlagsgruppe hat in ihrem Zentrum einen Verlag, der als so genannter Mutterverlag gilt. Die Bestimmung dieses Mutterverlages ist der erste Schritt bei der Definition einer Verlagsgruppe. Beteiligungen des Mutterverlages an anderen Verlagen ab gerundet 25 Prozent verleihen diesen den Status eines Tochterverlages. Sind mehrere Verlage an einem Verlag mit gerundet mindestens 25 Prozent beteiligt, so wird dieser Verlag mehrfach als Tochterverlag ausgewiesen. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.

3. Bei den Marktanteilsberechnungen werden von den Tochterverlagen Auflagenanteile in analoger Höhe zur Kapitalbeteiligung berücksichtigt. Bei einer Kapitalbeteiligung von 76 Prozent und mehr wird die Auflage des Tochterverlages in voller Höhe der Verlagsgruppe zugeordnet. Beteiligungen in dieser Höhe machen eine Herrschaftsbeziehung zum Tochterverlag mehr als deutlich.

4. Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien 1 und 2. Bei Marktanteilsberechnungen werden beide Beteiligungshöhen berücksichtigt. Ein Beispiel: Die 50-Prozent-Beteiligung an einem Verlag mit 10 000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2 500 Exemplare.

Erstmals berücksichtigt wird in der diesjährigen Untersuchung auch der Titel Handelsblatt. Fachtageszeitungen, im deutschen Zeitungsmarkt ohnehin nur sehr schwach vertreten, bleiben auch künftig bei dieser Untersuchung ausgespart, wenn sie das Kriterium der inhaltlichen Universalität nicht erfüllen. Das Handelsblatt hat aber in den letzten Jahren den einst ausschließlich auf Wirtschaftsthemen beschränkten Inhalt immer stärker auch um die politische Berichterstattung erweitert und zuletzt auch die Ressorts Kultur und Sport aufgenommen. Insofern wird das Handelsblatt nun erstmals den anderen Tageszeitungen gleichgestellt. Ähnliches gilt auch für den noch jungen Titel Financial Times Deutschland, der erst vor zwei Jahren gegründet worden ist und damit in der letzten Untersuchung noch nicht berücksichtigt werden konnte. Die von der IVW ausgewiesene Gesamtauflage der Tageszeitungen musste daher im Wesentlichen nur noch um die Sonntagszeitungen bereinigt werden (vgl. Tabelle 3). Die Gesamtauflage der Tageszeitungen im Sinne dieser Statistik ist erneut gesunken. Damit setzt sich der bereits seit Jahren anhaltende Auflagenverlust fort. Insbesondere in Ostdeutschland verlieren fast alle Zeitungen immer noch erheblich an Auflage (vgl. Tabelle 4).

Unter den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen ist es zu deutlichen Verschiebungen gekommen, die Zusammensetzung der Gruppe ist allerdings einmal mehr gleich geblieben (vgl. Tabelle 5). Bis zum Rang vier entspricht die Reihenfolge derjenigen für das Jahr 2000. Vom siebten auf den fünften Rang vorgeschoben hat sich die Verlagsgruppe Ippen. Die Steigerung des Marktanteils von 2,9 auf 3,8 Prozent – die mit Abstand deutlichste Veränderung – resultiert aus Zukäufen der Verlagsgruppe. Die Verlagsgruppe von Holtzbrinck stieg von Rang neun auf Rang sechs. Neben diversen Anteilserhöhungen ist dabei die erstmalige Einbeziehung des Titels Handelsblatt zu berücksichtigen. Zurückgefallen ist insbesondere die Verlagsgruppe um die Süddeutsche Zeitung, von Rang fünf auf Rang neun. Dabei wirkte sich insbesondere die erstmalige Nicht-Berücksichtigung des Titels Die Abendzeitung aus. Die Gruppe um die Frankfurter Allgemeine Zeitung fiel von Rang sechs auf Rang

Handelsblatt und FTD erstmals berücksichtigt

Verschiebungen unter den zehn größten Verlagen

sieben. Unter Umständen letztmalig wird die Verlagsgruppe Gruner + Jahr unter den auflagenstärksten Anbietern vermerkt (Rang 8). Der Hamburger Großverlag hat angekündigt, seine Anteile an Zeitungen im nationalen Markt bis auf die Financial Times Deutschland zu verkaufen.

1. Axel Springer-Verlag AG, Hamburg/Berlin

Sinkende Auflage der Bild-Zeitung

Der Springer-Verlag bleibt im deutschen Tageszeitungsmarkt das Maß aller Dinge. Mit einer Auflage von 5,4 Millionen Exemplaren ist der Konzern der mit Abstand größte Anbieter im nationalen Markt und sogar in Europa. Drei Viertel dieser Gesamtauflage gehen allein auf das Konto der Bild-Zeitung. Deren seit Jahren sinkende Auflage ist allerdings auch für einen guten Teil der erneuten Auflagenverluste des Konzerns von rund 250 000 Exemplaren verantwortlich.

Auch der Anteil am Gesamtmarkt ist gesunken, erneut aber nur leicht. Springer kommt auf 23,4 Prozent (2000: 23,6 %). Bei den Kaufzeitungen liegt der Anteil bei 81,5 Prozent (2000: 81,0 %), bei den Abozeitungen erreicht Springer 6,0 Prozent (6,3 %). Der neue Vorstand des Konzerns hat angekündigt, das von ihm als Kernkompetenz verstandene Zeitungsgeschäft auszubauen. Der Konzern interessiert sich dabei nicht nur für hochauflagige Titel. Gerade wegen der nicht zuletzt kartellrechtlich gescheiterten Übernahmeveruche kleiner Zeitungen in Schleswig-Holstein hatte bereits der alte Vorstand einen Vorstoß zur Änderung des Kartellrechts beim Bundeskanzler gemacht (siehe oben). Andererseits hat es auch der Springer-Konzern seit Jahren verstanden, durch kartellrechtskonforme Konstruktionen seinen Einfluss in Beteiligungsunternehmen abzusichern. So ist Springer an der Hanseatischen Verlags-Beteiligungs AG beteiligt, die ihrerseits wiederum Kapitalanteile an norddeutschen Zeitungs- und Anzeigenblattverlagen hält. Darunter sind auch Verlage, an denen Springer direkt beteiligt ist, wie jener der Harburger Anzeigen und Nachrichten, der Kieler Nachrichten und Lübecker Nachrichten. Die indirekten Anteile über die Beteiligungs AG sind bei den Berechnungen zur anteiligen Auflage von Springer nicht berücksichtigt worden (vgl. Tabelle 6).

③ Auflagen der deutschen Tagespresse

nach IVW, jeweils I. Quartal

	2002	2000
Tageszeitungen gesamt nach IVW	27 558 789	28 538 292
davon Sonntagszeitungen	4 338 003	4 354 324
Bild am Sonntag, Hamburg	2 221 566	2 436 768
Welt am Sonntag, Hamburg	406 568	434 311
Sonntag aktuell, Stuttgart	1 052 672	960 085
HNA-Sonntagszeit, Kassel	187 298	190 329
B.Z. am Sonntag, Berlin	139 340	149 650
Frankf. Allg. Sonntagszeitung	255 401	100 146
Morgenpost am Sonntag, Dresden	75 158	83 035
weitere nicht berücksichtigte Titel	47 526	247 749
Handelsblatt (bis 2000 einschl.)	0	167 410
Hürriyet, Frankfurt	47 526	80 339
Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	23 173 260	23 936 219
davon Abo-Zeitungen	17 839 186	18 364 009
davon Kaufzeitungen	5 334 074	5 572 210
Bild, Hamburg	4 083 302	4 248 406
B.Z., Berlin	262 512	266 553
Express, Köln	209 309	231 291
Düsseldorf Express	63 215	73 274
Abendzeitung, München	180 133	184 578
Hamburger Morgenpost	113 404	119 971
Morgenpost für Sachsen	104 916	116 912
tz, München	164 863	154 190
Berliner Kurier	152 420	177 035

2. Verlagsgruppe WAZ, Essen

Der WAZ-Konzern verfolgt nachdrücklich eine Expansionsstrategie. In den letzten Jahren sind insbesondere Zeitungen in Südosteuropa zugekauft worden. Neben dem traditionellen Markt in Nordrhein-Westfalen und der mit der Wende in Ostdeutschland aufgebauten Marktdominanz in Thüringen sind nun erste Zukäufe in Bayern realisiert worden. Der Konzern hat sich zunächst bei zwei

Expansionsstrategie der WAZ

④ Entwicklung der Tagespresse zwischen 1991 und 2002

Auflage in Exemplaren

	2002	2000	1997	1995	1993	1991
Tageszeitungen						
gesamt nach IVW	27 558 789	28 538 292	29 661 074	30 088 032	30 544 428	27 438 700
davon Sonntagszeitungen	4 338 003	4 354 324	4 603 096	4 487 265	4 553 564	4 222 172
nicht berücksichtigte Titel	47 526	247 749	218 537	226 693	209 744	245 708
Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	23 173 260	23 936 219	24 839 441	25 460 947	25 855 320	22 970 820
davon Abonnementzeitungen	17 839 186	18 364 009	18 970 793	19 445 447	19 854 626	16 106 242
davon Kaufzeitungen	5 334 074	5 572 210	5 868 648	6 015 500	6 000 694	6 864 578

⑤ **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**

anteilige Auflage, in %

Rang	Verlagsgruppe	2002	2000	1997	1995	1993	1991	1989
Tageszeitungen gesamt								
1.	Axel Springer-Verlag AG	23,4	23,6	23,7	23,3	22,8	23,9	26,7
2.	Verlagsgruppe WAZ, Essen	6,1	6,0	5,9	5,5	5,6	5,0	6,0
3.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	4,9	5,0	5,0	5,0	5,2	5,0	3,2
4.	Verlagsgr. DuMont-Schauberg, Köln	4,2	4,4	4,0	4,4	4,5	4,5	3,3
5.	Ippen-Gruppe	3,8	2,9	2,7	2,7	2,7	2,4	3,0
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	42,3	42,3	42	41,8	41,9	41,6	42,8
6.	Holtzbrinck, Stuttgart	3,4	2,5	2,5	2,5	2,5	-	-
7.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	2,9	3,0	3,0	2,9	3,1	3,2	2,4
8.	Gruner + Jahr, Hamburg	2,8	2,8	3,4	3,6	3,8	3,2	-
9.	Süddeutsche Zeitung, München	2,6	3,3	3,2	3,2	3,3	3,2	3,6
10.	Madsack, Hannover	2,2	2,4	2,3	2,5	2,1	2,2	1,9
	Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen*	56,3	55,9	55,7	55,7	55,6	54,4	54,8
Abonnementzeitungen								
1.	Verlagsgruppe WAZ, Essen	7,9	7,9	7,8	7,2	7,2	6,6	8,3
2.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	6,4	6,5	6,6	6,6	6,7	6,7	4,4
3.	Axel Springer-Verlag AG	6,0	6,3	6,2	6,3	6,3	6,6	5,7
4.	Holtzbrinck, Stuttgart	4,4	4,2	3,6	3,6	3,7	3,9	1,9
5.	Verlagsgr. DuMont-Schauberg, Köln	4,1	3,9	3,9	3,8	4,1	4,2	3,4
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	28,8	28,8	27,8	27,5	28,0	28,0	24,9
Kaufzeitungen								
1.	Axel Springer-Verlag AG	81,5	81,0	80,5	78,2	77,3	74,7	81,9
2.	Verlagsgr. DuMont-Schauberg, Köln	4,5	4,8	5,3	6,9	7,2	6,0	6,7
3.	Abendzeitung, München	3,4	3,3	3,3	3,4	3,7	3,5	4,6
4.	Ippen-Gruppe, München	3,1	3,2	6,8	7,1	7,4	6,5	2,6
5.	Hamburger Morgenpost	2,1	2,8	2,6	2,5	2,8	2,5	3,1
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	94,6	95,1	98,5	98,1	98,4	93,2	98,9

* Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Die Rangfolge basiert allein auf den Werten im Jahr 2002. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

kleineren Zeitungsverlagen im Nordosten Bayerns eingekauft. Diese Übernahmen werden von der Konzernzentrale als erster Schritt einer größeren Expansion gesehen. Entsprechend ist der WAZ-Konzern auch an den beiden Zeitungen von Gruner + Jahr im angrenzenden Sachsen interessiert. Zudem verfügt der Konzern über liquide Mittel, um weitere Zukäufe jederzeit realisieren zu können.

Rang eins bei den Abonnementzeitungen Mit einem Anteil von 6,1 Prozent (6,0 %) am Gesamtmarkt hat die Verlagsgruppe WAZ ihre führende Anbieterposition nach dem Springer-Konzern behauptet. Bei den Abonnementzeitungen hält sie mit 7,9 Prozent (7,9 %) Rang eins (vgl. Tabelle 7).

3. Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz, Ludwigshafen/Südwest Presse, Ulm

Komplexe Struktur der Verlagsgruppe Stuttgart Die in ihrer Binnenstruktur sehr komplexe Verlagsgruppe in Stuttgart, Ulm und Ludwigshafen weist mit einem Gesamtmarktanteil in Höhe von 4,9 Prozent (5,0 %) einen leichten Verlust auf. In

Baden-Württemberg hat sie dennoch ihre Marktposition ausgebaut. Der scheinbare Widerspruch beruht auf einer Geschäftspolitik, die auch jenseits von qualifizierten Beteiligungen Einflüsse auf den Markt ausübt. So hält die Gruppe beispielsweise auch Beteiligungen unterhalb von 25 Prozent, die in dieser Statistik nicht berücksichtigt werden. Dazu zählt eine Beteiligung in Höhe von 10 Prozent am Schwarzwälder Boten in Oberndorf, der zudem bei der überregionalen Berichterstattung mit den Stuttgarter Nachrichten kooperiert, indem er in Teilen auf deren Berichterstattung zurückgreift. Eine ähnliche Kooperation besteht inzwischen auch mit dem Offenburger Tageblatt. Der mit rund 65 000 Exemplaren relativ kleinauflagige Titel beliefert über ein Dutzend Zeitungen in Baden-Württemberg mit dem Mantel und kommt damit als Zeitungsgruppe – auch ohne die genannten Kooperationen – auf eine Gesamtauflage von rund einer Viertel Million Exemplaren.

Noch größer ist der publizistische Einfluss der im Markt ähnlich agierenden Südwest Presse in Ulm. Die Zeitung selbst hat eine Auflage von 100 000

Publizistischer Einfluss der Südwest Presse

⑥ **Axel Springer-Verlag AG, Hamburg/Berlin¹⁾**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV	4 083 300	4 083 300
Hamburger Abendblatt	MV	288 200	288 200
B.Z. (7 x wö)	MV	262 500	262 500
Die Welt	MV	233 700	233 700
Elmshorner Nachrichten ²⁾	MV	11 400	11 400
Berliner Morgenpost (7 x wö)	100	157 700	157 700
Bergedorfer Zeitung ²⁾	100	20 800	20 800
Ostsee-Zeitung ³⁾	74,5	182 100	135 665
Leipziger Volkszeitung ⁴⁾	50	220 200	110 100
LVZ/Muldentalzeitung ⁵⁾	50	11 800	5 900
Dresdner Neueste Nachrichten ⁶⁾	50	35 300	17 650
Lübecker Nachrichten ⁷⁾	49	109 500	53 655
Naumburger Tageblatt ⁸⁾	37,5	18 300	6 862
Pinneberger Tageblatt ⁹⁾	28,7	22 700	6 515
Harburger Anzeigen und Nachrichten ¹⁰⁾	24,8	22 200	5 506
Kieler Nachrichten ¹¹⁾	24,5	106 300	26 044
Gesamtauflage		5 786 000	5 425 497

- Größte Aktionärsgruppe ist die Familie Springer mit 50 % plus einer Aktie. Der Kirch-Konzern hält noch 40 % plus eine Aktie. Der Rest ist verteilt auf kleinere Anteile. Nicht aufgeführt werden kleinere, indirekte Beteiligungen des Konzerns, z.B. am nordkurier in Neubrandenburg oder der Segeberger Zeitung.
- Die Bergedorfer Zeitung, die Elmshorner Nachrichten und die Harburger Anzeigen und Nachrichten gehören zur Redaktionsgemeinschaft Norddeutsche Nachrichten mit der Hauptredaktion in Hamburg.
- Ostsee-Zeitung: Das Blatt gehört je zur Hälfte den Lübecker Nachrichten und dem Springer-Konzern. Der Konzern ist also direkt und indirekt beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich ein Kapitalanteil von 74,5 %.
- Leipziger Volkszeitung: Der Konzern ist direkt mit 50 % beteiligt. Die andere Hälfte der Anteile gehört zur Verlagsgruppe Madsack (vgl. weiter unten).
- LVZ/Muldentalzeitung: Das einst eigenständige Blatt in Wurzen gehört inzwischen vollständig zum Verlag der Leipziger Volkszeitung.
- Dresdner Neueste Nachrichten: Der Springer-Konzern hält die Beteiligung über den Verlag der Leipziger Volkszeitung.
- Lübecker Nachrichten: 49 % gehören der Axel Springer-Verlag AG. Eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlagsbeteiligungs AG bleibt unberücksichtigt.
- Am Tageblatt in Naumburg ist der Verlag der Leipziger Volkszeitung mit 75,1 % beteiligt.
- Pinneberger Tageblatt: Der Springer-Konzern hält direkt 23,4 % und indirekt über die Beteiligung in Kiel weitere 21,6 %. Insgesamt wird der Verlagsgruppe eine Beteiligung von 28,7 % angerechnet. Die übrigen Anteile am Pinneberger Verlag hält der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag in Flensburg. Die jüngsten Auflagensteigerungen gehen auf das Konto von Übernahmen kleinerer Zeitungen.
- Harburger Anzeigen und Nachrichten: Der Konzern hält direkt einen Anteil von 24,8 %. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.
- Kieler Nachrichten: Der Konzern hält direkt knapp 25 % der Anteile. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.

⑦ **Verlagsgruppe WAZ, Essen¹⁾**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	MV	1 049 700	1 049 700
Westfälische Rundschau ²⁾	100		
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung ³⁾	100		
Westfalenpost ⁴⁾	100		
Ostthüringer Zeitung ^{5), 6)}	100	147 000	147 000
Thüringische Landeszeitung ⁷⁾	100	52 000	52 000
Thüringer Allgemeine ⁵⁾	50	237 000	118 500
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung ⁸⁾	24,8	29 100	7 217
Die Kitzinger ⁹⁾	100	6 300	6 300
Saale-Zeitung ¹⁰⁾	100	15 900	15 900
Meininger Tageblatt ¹¹⁾	50	16 570	8 285
Gesamtauflage		1 553 570	1 404 902

- Der Konzern meldet der IVW keine Einzelaufgaben der Zeitungen, wohl aber die Summe aller Titel in Nordrhein-Westfalen sowie die Summe der Titel in Thüringen inkl. der kooperierenden Thüringischen Landeszeitung. Für Iserlohn wird eine Teilaufgabe benannt, die im Wesentlichen identisch sein dürfte mit der Auflage des Iserlohner Kreisanzeigers und hier für den kleinen sauerländischen Titel genutzt wird. Die übrige Auflage in Nordrhein-Westfalen dürfte sich auf die vier Titel in etwa wie folgt verteilen: WAZ 595 000, WR 160 000, NRZ 155 000, WP 140 000 Exemplare.
- Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau. Dem Konzern gehören am Verlag 86,9 %.
- Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4 % des Verlages.
- Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
- Der Konzern meldet für Thüringen eine Auflage von 469 900 Exemplaren. Darin enthalten ist auch die Auflage der Thüringischen Landeszeitung. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- Die Beteiligung des Konzerns an der Ostthüringer Zeitung in Gera in Höhe von 100 % ist kartellrechtlich immer noch umstritten. Das Bundeskartellamt verlangt eine deutliche Reduktion, die aber bislang nicht vollzogen worden ist.
- Die Auflage der Thüringischen Landeszeitung (TLZ) wird in dieser Statistik dem Konzern analog zur Zurechnung des Bundeskartellamts angerechnet, obwohl keine Kapitalverflechtungen bestehen. Der Konzern nimmt über ein Tochterunternehmen alle Verlagstätigkeiten der TLZ bis auf die Redaktion wahr.
- Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8 %. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.
- Mitte 2001 hat der WAZ-Konzern Die Kitzinger vollständig übernommen.
- Der WAZ-Konzern hat Anfang 2002 95 % am bayerischen Verlag in Bad Kissingen übernommen. Entsprechend wird die Auflage vollständig zugerechnet.
- Zum Verlag der Saale-Zeitung gehört auch ein Anteil von 50 % an der Meininger Mediengesellschaft. Der Verlag gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meinigen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört über den Verlag des Freien Worts überwiegend zur Verlagsgruppe der Süddeutschen Zeitung.

Auch die Übernahme der Pirmasenser Zeitung durch die Unternehmensgruppe um Die Rheinpfalz ist vom Bundeskartellamt untersagt worden. Gesellschaftsrechtliche Veränderungen bei der übernehmenden Firma entsprachen dann formalrechtlich dem Kartellgesetz. Wegen der bestehenden Verflechtungen wird die Pirmasenser Zeitung in dieser Statistik gleichwohl der Verlagsgruppe zugerechnet. Erhöht worden ist im Berichtszeitraum auch die Beteiligung der Südwest Presse in Ulm am Hohenloher Tagblatt von einer Minderheit auf eine Mehrheit.

Die stetig wachsenden Verflechtungen innerhalb der Verlagsgruppe und außerhalb sind inzwischen vor allem in Baden-Württemberg so zahlreich, dass dort kaum noch ein Verlag keine Beziehungen über Kapitalverflechtungen oder Kooperationen zur Verlagsgruppe hat. Die Verlagsgruppe gibt

Wachsende Verflechtungen zwischen Verlagen in BaWü

Exemplaren, die von ihr mit dem Mantel belieferte Zeitungsgruppe kommt auf über 350 000 Exemplare. Gerade der Ulmer Verlag war in den letzten Jahren sehr expansiv und hat sich nach und nach an zahlreichen Verlagen der Region beteiligt oder sie vollständig übernommen. Zuletzt hat der Verlag die Tauber-Zeitung aufgekauft. Auch das gleichfalls im Kreis Schwäbisch Hall erscheinende Haller Tagblatt hatte die Südwest Presse übernehmen wollen, war aber an einer Untersagung des Bundeskartellamts gescheitert. Die Kartellbehörde hatte dagegen keine Einwände gegen die Übernahme durch die gleichfalls interessierte Heilbronner Stimme. Bevor sich die Heilbronner mit dem Nachbarverlag einigen konnte, hatten die Altbesitzer des Haller Tagblatts die Zeitung an einen ehemaligen Manager der Südwest Presse verkauft.

8. Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz, Ludwigshafen/Südwest Presse, Ulm

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung ¹⁾ , ²⁾ , Stuttgarter Nachrichten ¹⁾ ³⁾ und Fellbacher Zeitung ¹⁾ ³⁾	MV	209 400	209 400
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV	247 300	247 300
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV	106 500	106 500
freie presse ⁴⁾	100	377 200	377 200
Märkische Oderzeitung ⁶⁾	100	118 100	118 100
Südwest Presse, Metzingen ⁷⁾ und Reutlinger Nachrichten	100	13 900	13 900
Alb Bote ⁸⁾	100	5 200	5 200
Rundschau für den Schwäbischen Wald ⁹⁾	100	5 100	5 100
Tauber-Zeitung ¹⁰⁾	100	6 100	6 100
Pirmasenser Zeitung ¹¹⁾	100	14 300	14 300
Leonberger Kreiszeitung ¹²⁾	50	16 400	8 200
Geislinger Zeitung ¹³⁾	50	14 900	7 450
Waiblinger Kreiszeitung ¹⁴⁾	36	47 500	17 100
Hohenloher Tagblatt ¹⁵⁾	69,2	15 600	10 795
Gesamtauflage		1 197 500	1 146 645

- 1) Die beiden Stuttgarter Zeitungen melden der IVW nur eine Gesamtauflage, in der auch der Titel Fellbacher Zeitung enthalten ist.
- 2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Verlagsgesellschaft Eberle GmbH & Co KG, an der mit 75 % die Stuttgarter Zeitung Verlag GmbH und mit zusammen 25 % zahlreiche baden-württembergische Verlage beteiligt sind. An der Stuttgarter Zeitung GmbH wiederum sind Die Rheinpfalz mit 44,4 % und die Ebner Pressegesellschaft KG (Südwest Presse) mit 9,1 % beteiligt. Die Stuttgarter Zeitung GmbH besitzt die Württemberger Zeitung GmbH.
- 3) Die Württemberger Zeitung GmbH hält 80 % der Anteile an der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Der Ebner Pressegesellschaft KG gehören 6,7 %. Der Rest ist auf kleine Anteile verteilt. Die Fellbacher Zeitung gehört zu 100 % zu den Stuttgarter Nachrichten.
- 4) Die Rheinpfalz: Die Zeitung gehört zum Konzern Medien Union GmbH, der wiederum zur Hälfte im Besitz der Verlegerfamilie Schaub ist. Eine der bedeutendsten Beteiligungen des Medienkonzerns ist der Anteil von 44,4 % an der Stuttgarter Zeitung GmbH. Die Medien Union besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 5) Südwest Presse: Die Südwest Presse, Ulm, erscheint im Verlag Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG. Eine Hälfte davon gehört der Ebner Pressegesellschaft KG, die andere Hälfte der Zeitungsverlags- und Druckhaus GmbH in Göppingen. 50 % davon wiederum gehören der Württemberger Zeitung GmbH und damit letztlich zur Stuttgarter Zeitung. In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Der Ulmer Verlag der Südwest Presse und die Stuttgarter Verlagsgesellschaft Eberle besitzen je zur Hälfte die Märkische Oderzeitung in Frankfurt/Oder.
- 7) Die Südwest Presse in Metzingen gehört der Neuen Pressegesellschaft in Ulm. Die Reutlinger Nachrichten erscheinen in einem Tochterbetrieb des Verlags in Metzingen.
- 8) Alb-Bote: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält alle Anteile an der Verlag Baader GmbH in Münsingen.
- 9) Rundschau: Der Verlag Neue Kreis-Rundschau GmbH gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Dieser liefert der Rundschau auch den Hauptteil.
- 10) Die Tauber-Zeitung ist im letzten Jahr vom Verlag der Südwest Presse vollständig übernommen worden, die bereits zuvor schon den Mantel geliefert hatte.
- 11) Die Übernahme der Pirmasenser Zeitung durch ein mit der Medien Union verflochtenes Unternehmen ist zunächst vom Bundeskartellamt untersagt worden. Nach einer Neugestaltung der komplizierten vertraglichen Beziehungen musste das Bundeskartellamt dem Kauf schließlich zustimmen, da Verbindungen zur Medien Union für eine kartellrechtliche Untersagung nicht mehr in ausreichendem Maß bestanden. In dieser Statistik wird der Titel dennoch der Verlagsgruppe zugeordnet.
- 12) Leonberger Kreiszeitung: Sie gehört zu 50 % der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft Eberle und übernimmt den Hauptteil der Stuttgarter Nachrichten.
- 13) Geislinger Zeitung: Die Neue Pressegesellschaft, Ulm, hält 50 % der Anteile und liefert den Hauptteil.
- 14) Waiblinger Kreiszeitung: 36 % der Anteile hält die Zeitungsverlag- und Druckhaus GmbH, Göppingen. Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 15) Die Neue Pressegesellschaft in Ulm hat ihren Anteil am Hohenloher Tagblatt von zunächst einem Drittel auf knapp 70 % erhöht. Das Tagblatt übernimmt auch den Mantel aus Ulm.

keine Kaufzeitungen heraus. Bei den Abonnementzeitungen hält sie einen Anteil von 6,4 Prozent (6,5 %) (vgl. Tabelle 8).

4. Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Sämtliche Titel der Verlagsgruppe DuMont weisen Auflagenverluste auf. Die anteilige Gesamtauflage ist auf unter 1 Million Exemplare abgerutscht und der Anteil im Gesamtmarkt ging auf 4,2 Prozent (4,4 %) zurück. Da auch die wirtschaftliche Situation der Verlagsgruppe in Zeiten nachlassender Werbeschaltungen gegenüber den Vorjahren deutlich schlechter geworden ist, sind Zukäufe derzeit nicht zu erwarten. Die Ausgaben der Boulevardzeitung Express haben erneut Auflage eingebüßt und kommen im Markt der Kaufzeitungen nur noch auf einen Anteil von 4,5 Prozent (4,8 %). Die Verluste bei den Abonnementzeitungen waren geringer. Der Marktanteil ist von 4,2 Prozent in 2000 auf 4,1 Prozent leicht zurückgegangen. Eingestellt hat die Verlagsgruppe eine Gratiszeitung, die zeitweilig in Köln als so genanntes Abwehrblatt gegen den Titel 20 Minuten Köln von der Verlagsgruppe Schibsted verlegt worden war. Nachdem sich Schibsted wieder vom deutschen Markt zurückgezogen hatte, war für DuMont – ähnlich wie für den Springer-Konzern – die Funktion des eigenen Blattes erfüllt (vgl. Tabelle 9).

Auflagenverluste bei der DuMont-Gruppe

5. Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger/Ippen

Bei der Ippen-Gruppe haben sich in diesem Jahr sehr weitreichende Veränderungen ergeben. Die Übernahme der Hessisch/Niedersächsischen Allgemeinen (HNA) in Kassel ist über einen Anteilstausch mit den ehemaligen Eignern finanziert worden. Die Familie Dierichs hat eine qualifizierte Beteiligung an der Ippen-Gruppe übernommen. Bislang ist freilich nicht veröffentlicht worden, welche Zeitungen zu dem neuen Gemeinschaftsunternehmen von Dierichs und Ippen gehören. Bei der Übernahme der HNA handelte es sich um einen der größten Fusionsfälle im Zeitungsmarkt der letzten Jahre, denn der nordhessische Titel hat eine Auflage von rund 180 000 Exemplaren. Im Wesentlichen geht die deutliche Steigerung des Anteils am Gesamtmarkt von 2,9 Prozent in 2000 auf 3,8 Prozent auf diese Fusion zurück. Bei den Abonnementzeitungen hält die Gruppe inzwischen sogar 4,0 Prozent (2,9 %), bei den Kaufzeitungen mit dem Münchner Titel tz einen Anteil von 3,1 Prozent (2,8 %).

Ippen-Gruppe expandiert weiter

Mit der Rotenburger Kreiszeitung in Niedersachsen ist eine weitere kleine Lokalzeitung in die Gruppe integriert worden. Erstmals nicht mehr eigenständig ausgewiesen wird das Lokalblatt Mendener Zeitung, das inzwischen im Verlag des Soester Anzeigers erscheint (vgl. Tabelle 10).

6. Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Die Verlagsgruppe Holtzbrinck hat die strategische Entscheidung getroffen, im Zeitungsmarkt weiter zu expandieren. Unter der neuen Unternehmensführung durch Stefan von Holtzbrinck ist sie sogar bereit, sich zugunsten der Finanzierung dieser Expansion von anderen Geschäftsfeldern zu trennen. So wurden Mitte dieses Jahres diverse Beteiligungen an Hörfunkunternehmen und ein Anteil von knapp 50 Prozent am Nachrichtensender n-tv an

Holtzbrinck setzt auf den Zeitungsmarkt

9 Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau ¹⁾	MV	405 100	405 100
Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	100	315 300	315 300
Express ¹⁾	MV	209 300	209 300
Düsseldorf-Express ³⁾	50	63 200	31 600
Naumburger Tageblatt ⁴⁾	24,9	18 300	4 557
Gesamtauflage		1 011 200	965 857

- 1) Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und der Express erscheinen im Mutterverlag der Verlagsgruppe, der M. DuMont-Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co KG. Für die beiden Abonnementzeitungen liegen nur Angaben zur gemeinsamen Auflage vor.
- 2) Die Mitteldeutsche Zeitung in Halle gehört vollständig zum Kölner Verlag.
- 3) Der Kölner Verlag ist am Düsseldorf-Express mit 50 % beteiligt. Die übrigen 50 % liegen beim Verlag W. Girardet, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).
- 4) Am Tageblatt in Naumburg ist die Verlagsgruppe über das Tochterunternehmen in Halle mit 24,9 % beteiligt.

den Bertelsmann-Konzern verkauft. Parallel dazu übernahm Holtzbrinck von Gruner + Jahr dessen Zeitungen in Berlin, die Berliner Zeitung und den Berliner Kurier. Dieser Kauf steht allerdings noch unter kartellrechtlichem Vorbehalt. Da der Holtzbrinck-Konzern als Mehrheitseigner am Tagesspiegel bereits im Berliner Markt engagiert ist, ist eine Genehmigung des Kaufs fraglich. Würde der Kauf vollzogen, handelte es sich zugleich um den größten Konzentrationsfall im Zeitungsmarkt seit der Neuordnung der Zeitungsbranche in Ostdeutschland. Die beiden Berliner Titel weisen eine Gesamtauflage von knapp 350 000 Exemplaren auf. Der Marktanteil der Verlagsgruppe Holtzbrinck würde um 1,5 Prozentpunkte auf rund 5 Prozent wachsen.

Die Steigerung des Marktanteils von 2,5 Prozent im Jahr 2000 auf aktuell 3,4 Prozent im Gesamtmarkt beruht im Wesentlichen auf der erstmaligen Berücksichtigung des Titels Handelsblatt. (23) Der Anteil an der Saarbrücker Zeitung und den mit ihr verflochtenen Titeln ist gegenüber 2000 durch Einbeziehung von eigenen Anteilen des Verlags leicht erhöht. Bei den Abonnementzeitungen wird ein Anteil von 4,4 Prozent (3,3 %) erreicht (vgl. Tabelle 11).

7. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die Verlagsgruppe um die Frankfurter Allgemeine Zeitung ist fast unverändert geblieben. Ähnlich wie die Süddeutsche Zeitung hat die FAZ den Einbruch im Werbemarkt in den letzten beiden Jahren deutlich zu spüren bekommen. Beide Titel hatten im Werbeboomjahr 2000 eine Sonderkonjunktur bei den Stellenanzeigen erlebt, die für kräftige Umsatz- und Gewinnsprünge sorgte. Der Einbruch traf beide Verlage daher besonders hart. Hinzu kamen bei der FAZ leichtere Auflagenverluste. Die Gesamtauflage der Verlagsgruppe liegt nur noch bei knapp 700 000 Exemplaren. Ihr Marktanteil beträgt 2,9 Prozent (3,0 %). Bei den Abonnementzeitungen sind es 3,8 Prozent (3,9 %). Nicht mehr berücksichtigt ist die Werra Rundschau in Eschwege, die über

FAZ mit Auflagen- und Werbeverlusten

10 Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungverlag tz/

Westfälischer Anzeiger/lppen			
Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur ¹⁾	MV	201 300	201 300
tz ¹⁾	MV	164 900	164 900
Oberbayerisches Volksblatt ²⁾	MV	75 300	75 300
Westfälischer Anzeiger ³⁾	MV	48 700	48 700
Oranienburger Generalanzeiger ⁴⁾	100	30 200	30 200
Vlothoer Anzeiger (2 x wö) ⁵⁾	100	5 200	5 200
Leine Deister Zeitung ⁶⁾	100	5 200	5 200
Fehmarnsches Tageblatt ⁷⁾	100	2 300	2 300
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁷⁾	100	2 100	2 100
Hessisch/Niedersächsische Allgemeine ⁸⁾	100	179 700	179 700
Rotenburger Kreiszeitung ⁹⁾	75	11 800	8 850
Schongauer Nachrichten ¹⁰⁾	70,4	9 800	6 899
Allgemeine Zeitung + Isenahagener Kreisblatt ¹¹⁾	70	26 800	18 760
Altmark-Zeitung ¹²⁾	70	29 700	20 790
Lüdenscheider Nachrichten ¹³⁾	60,8	36 100	21 949
Kreiszeitung, Syke ¹⁴⁾	50,9	80 400	40 924
Wildeshauser Zeitung ¹⁵⁾	50,9	3 100	1 578
Offenbach Post ¹⁶⁾	50	49 600	24 800
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ¹⁶⁾	50	4 300	2 150
Soester Anzeiger ¹⁷⁾	40	38 800	15 520
Gesamtauflage		1 005 300	877 120

- 1) Bei den Verlagen des Münchener Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Dirk Ippen hält 24,99 %, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 26,4 %, die Oberbayerische Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 29,2 %, der Verleger Alfons Döser 6,9 % und die Süddeutsche Verlag GmbH 12,5 %. Der Süddeutsche Verlag wurde trotz dieses Anteils aber nicht dieser Verlagsgruppe zugerechnet, da er mit dieser konkurriert und eine eigene Verlagsgruppe bildet.
- 2) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 3) Westfälischer Anzeiger: Ippen hält über den Verlag der Leine-Deister-Zeitung eine Beteiligung.
- 4) Oranienburger Generalanzeiger: Die Zeitung gehört über den Westfälischen Anzeiger vollständig zur Verlagsgruppe.
- 5) Der Vlothoer Anzeiger gehört dem Verleger Dirk Ippen.
- 6) Leine-Deister-Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört der Familie Ippen. Über diesen Verlag wird eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen der Gruppe gehalten.
- 7) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, 80 % der Anteile. Die Auflage wird entsprechend der Verlagsgruppe vollständig zugeordnet.
- 8) Die Übernahme der Hessisch/Niedersächsischen Allgemeine (HNA) in Kassel in diesem Jahr durch die Ippen-Gruppe stellt nicht zuletzt wegen der hohen Auflage der Zeitung einen der größten Konzentrationsfälle der letzten Jahre dar. Die Ippen-Gruppe hat die bis dahin von der Verlegerfamilie Dierichs gehaltenen Anteile in Höhe von 90 % übernommen. Der Verlag der HNA ist auch an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt. Da beide Beteiligungen unterhalb der Erfassungsschwelle von 25 % liegen, werden sie für diese Statistik nicht berücksichtigt.
- 9) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke hat 75 % der Anteile an dem bis dahin unabhängigen Kleinverlag übernommen und beliefert das Blatt inzwischen auch mit dem überregionalen Mantel.
- 10) Schongauer Nachrichten: Die Lokalzeitung gehört überwiegend zur Verlagsgruppe. Der Anteil der Verlagsgruppe wird gehalten vom Verleger Ippen in Höhe von 45,5 % und vom Mutterverlag des Oberbayerischen Volksblatts (24,9 %). Insgesamt ergibt sich ein Anteil von 70,4 %. Die übrigen Anteile halten Geschäftsfreunde von Dirk Ippen.
- 11) Der Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide gibt auch das Isenahagener Kreisblatt heraus, dessen Auflage in den Daten für die Allgemeine Zeitung enthalten ist.
- 12) Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide, an dem Dirk Ippen einen Anteil von 70 % hält.
- 13) Lüdenscheider Nachrichten: Neben dem Lüdenscheider Titel erscheinen auch die Meinerzhagener Zeitung, das Altenaer Kreisblatt, der Allgemeine Anzeiger (Halver) und der Süderländer Volksfreund in der Märkischen Zeitungsverlag GmbH & Co KG. Die Anteile halten im Wesentlichen die drei früheren Verlage der Zeitungen und der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich auf 60,8 %.
- 14) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7 % hält die Leine-Deister-Zeitung. Hinzu kommen gut 10 % durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- 15) Wildeshauser Zeitung: Die Kreiszeitung in Syke besitzt den kleinen Verlag vollständig. Sie liefert dem Kleinverlag auch den Hauptteil und bildet mit ihm eine Anzeigenkooperation.
- 16) Offenbach Post: An der Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG hält der Westfälische Anzeiger 60 % und die Leine-Deister-Zeitung 40 %. An der persönlich haftenden GmbH ist der Westfälische Anzeiger mit 30 % beteiligt, die Leine-Deister-Zeitung mit 20 %. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 17) Soester Anzeiger: Der 40-Prozent-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten. Der Verlag in Soest verlegt auch die Mendener Zeitung.

⑪ **Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Main Post und Fränkisches			
Volksblatt ¹⁾	100	149 600	149 600
Südkurier ²⁾	100	146 700	146 700
Handelsblatt (78 % ³⁾)	100	141 300	141 300
Saarbrücker Zeitung ⁴⁾	54,1	170 700	92 349
Lausitzer Rundschau ⁵⁾	54,1	142 700	77 201
Trierischer Volksfreund ⁶⁾	54,1	99 600	53 884
Pfälzischer Merkur ⁶⁾	54,1	10 200	5 518
Der Tagesspiegel ⁷⁾	74,9	138 500	103 737
Potsdamer Neueste Nachrichten ⁸⁾	100	10 700	10 700
Gesamtauflage		1 010 000	780 989

- Der Verlag der Main Post gehört fast vollständig zum Konzern, 1 % der Anteile hält die KirchBeteiligung. Zum Verlag gehört auch das Fränkische Volksblatt. Im Jahr 2000 hat der Verlag die Lokalzeitung Steigerwald Bote übernommen. In der Auflagenzahl für die Main Post sind das Fränkische Volksblatt, der Bote vom Haßgau und der Steigerwald Bote enthalten.
- Die drei Gesellschafter der Holtzbrinck-Zentrale halten jeder ein Drittel der Anteile an der Südkurier GmbH. Der Konstanzer Verlag besitzt den Alb-Boten in Waldshut, dessen Auflage in jener des Südkuriers berücksichtigt ist.
- Der Anteil der Verlagsgruppe am Handelsblatt umfasst 78 %. Den Rest hält die Dow Jones & Company. Da der Kapitalanteil über der Schwelle von 75 % liegt, wird die Auflage des Handelsblatts vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- An der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH sind die drei Gesellschafter der Holtzbrinck-Zentrale mit zusammen 54,1 % beteiligt.
- Die Lausitzer Rundschau erscheint in einem Tochterunternehmen des Saarbrücker Verlags.
- Der Trierische Volksfreund und der Pfälzische Merkur in Zweibrücken gehören zum Verlag der Saarbrücker Zeitung.
- Am Tagesspiegel in Berlin hält die Familie von Holtzbrinck nach einer Anteilerhöhung 74,9 %.
- Die Potsdamer Neuesten Nachrichten gehören vollständig zum Konzern.

⑫ **Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV	390 700	390 700
Frankfurter Neue Presse ¹⁾	100	98 300	98 300
Märkische Allgemeine ²⁾	100	193 500	193 500
Gesamtauflage		682 500	682 500

- Die beiden wichtigsten Gesellschafter der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH sind die Fazit-Stiftung mit 56,4 % und die Frankfurter Societäts-Druckerei, der Verlag der Frankfurter Neuen Presse, mit 27,6 %. 11,3 % hält die GmbH an eigenen Anteilen. Der Rest verteilt sich auf kleine Beteiligungen der FAZ-Herausgeber. Die Frankfurter Societäts-Druckerei gehört zu 51 % der Fazit-Stiftung. Den Rest teilen sich die Verleger Peter Kluthe 9,9 % (Werra Rundschau) und Werner Wirthle (2 %) sowie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (37,1 %).
- Die Märkische Allgemeine gehört vollständig der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH.

den Verleger Kluthe mit der FAZ verflochten ist. Die Auflage der Rundschau in Höhe von 13 100 Exemplaren hat allerdings auch kein hohes Gewicht (vgl. Tabelle 12).

8. Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg

G+J: Rückzug aus Zeitungsgeschäft
Der Großverlag Gruner + Jahr, der seinen Umsatz im Wesentlichen im nationalen und internationalen Zeitschriftenmarkt erzielt, hat sich jüngst zum

Rückzug aus dem Zeitungsgeschäft entschlossen. Inzwischen sind sich die Hamburger mit dem Holtzbrinck-Konzern über einen Verkauf der beiden Titel Berliner Zeitung und Berliner Kurier einig geworden. Der Verkauf steht allerdings noch unter kartellrechtlichem Zustimmungsvorbehalt. Auch die beiden Mehrheitsbeteiligungen an den Zeitungen Sächsische Zeitung und Morgenpost Sachsen in Dresden sollen verkauft werden. Allein die Fachzeitung Financial Times Deutschland will der Verlag wegen der Nähe zu seinen Wirtschaftszeitschriften weiterführen. Der im Februar 2000 gestartete Wirtschaftstitel wird erstmals in diesem Jahr in der Gesamtsumme der Verlagsgruppe berücksichtigt. Seine anteilige Auflage liegt in etwa auf der Höhe der Verluste der anderen Titel, so dass die Verlagsgruppe mit rund 650 000 Exemplaren das Niveau der letzten Erhebung erreicht. Der Marktanteil im Gesamtmarkt ist mit 2,8 Prozent gleich geblieben. Bei den Abonnementzeitungen halten die Hamburger einen Anteil von 3,6 Prozent. Ohne die Zeitungen in Berlin käme der Großverlag nur noch auf einen Gesamtmarktanteil von 1,3 Prozent und verlöre damit seinen Rang unter den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen (vgl. Tabelle 13).

9. Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag, München

Der erhebliche Rückgang des Marktanteils von 3,3 Prozent in 2000 auf 2,6 Prozent beruht auf den methodischen Veränderungen für die Systematik der Statistik. Erstmals wird der Boulevardtitel Abendzeitung nicht mehr zur Verlagsgruppe gerechnet, die damit im Markt der Kaufzeitungen nicht mehr engagiert ist. Bei den Abonnementzeitungen hat die Gruppe gegen den Trend zum Teil sogar Auflagenzuwächse zu verzeichnen. Die Süddeutsche Zeitung hat erneut zugelegt und weist inzwischen eine deutlich höhere Auflage auf als ihr wichtigster Konkurrent im nationalen Markt, die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Die Auflagensteigerung beim Donau Kurier in Ingolstadt geht auf die vollständige Übernahme und Integration von Lokalausgaben in den Haupttitel zurück, die bis dahin nur über Kooperationen mit dem Donau Kurier verbunden waren. So erscheint der Pfaffenhofer Kurier inzwischen als Lokalteil des Donau Kurier. Erstmals verzeichnet ist das Meininger Tageblatt in Thüringen, das von einem Gemeinschaftsunternehmen des Freien Worts zusammen mit einem früheren Konkurrenten verlegt wird. Der Marktanteil der Verlagsgruppe ist bei den Abonnementzeitungen von 3,2 Prozent in 2000 auf 3,3 Prozent gestiegen (Tabelle 14).

10. Verlagsgruppe Madsack, Hannover

Die Verlagsgruppe Madsack hat gegenüber der letzten Erhebung stark an Auflage eingebüßt und liegt mit ihrer Gesamtauflage knapp unter 500 000 Exemplaren. Diese Verluste sind allerdings im Wesentlichen auf die methodischen Veränderungen der Statistik zurückzuführen. Erstmals wird die Hildesheimer Allgemeine Zeitung mit einer Auflage von 50 000 Exemplaren nicht mehr zur Verlagsgruppe gerechnet. Da der Hildesheimer Verlag

Süddeutscher Zeitung gelingt wieder Auflagenzuwachs

⑬ **Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Berliner Zeitung ¹⁾	100	191 300	191 300
Berliner Kurier (7 x wö) ¹⁾	100	152 400	152 400
Sächsische Zeitung ²⁾	60	329 700	197 820
Morgenpost für Sachsen (7 x wö) ³⁾	60	104 900	62 940
Financial Times Deutschland ⁴⁾	50	80 400	40 200
Gesamtauflage		858 700	644 660

- 1) Die Verlage der Berliner Zeitung und des Berliner Kurier gehören vollständig dem Konzern.
- 2) Sächsische Zeitung: Gruner + Jahr hält 60 % der Anteile, die SPD 40 %.
- 3) Die beiden sächsischen Ausgaben der Morgenpost (Dresden und Chemnitz) erscheinen in einem Tochter-Verlag der Sächsischen Zeitung.
- 4) Die Financial Times Deutschland wird von einem Gemeinschaftsunternehmen der Verlage Gruner + Jahr und Pearson verlegt, an dem die Partner zu je 50 % beteiligt sind.

⑭ **Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag, München**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Süddeutsche Zeitung	MV	434 700	434 700
Frankenpost ¹⁾	70	57 600	40 320
Neue Presse, Coburg ¹⁾	70	29 800	20 860
Freies Wort ¹⁾ und stz			
Südthüringer Zeitung ²⁾	70	93 200	65 240
Vogtland-Anzeiger/Vogtlandpost ³⁾	70	11 500	8 050
Meininger Tageblatt ⁴⁾	35	16 570	5 800
Donau Kurier ⁵⁾	25	87 500	21 875
Gesamtauflage		730 870	596 845

- 1) Am Verlag des Freien Wort in Suhl, der Frankenpost in Hof und der Neuen Presse in Coburg halten der Süddeutsche Verlag je 70 %, die SPD je 30 %.
- 2) Dem Verlag in Suhl gehört die stz Südthüringer Zeitung.
- 3) Der Vogtland-Anzeiger/Vogtlandpost gehört vollständig dem Verlag der Frankenpost und wird anteilig in der Höhe der Frankenpost berücksichtigt.
- 4) Zum Verlag des Freien Worts gehört auch ein Anteil von 50 % an der Meininger Mediengesellschaft. Der Verlag gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meiningen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört mittelbar zur Verlagsgruppe der WAZ.
- 5) Am Donau Kurier in Ingolstadt ist der Süddeutsche Verlag mit 25 % beteiligt. Die Auflage ist zuletzt wegen der Übernahme des Pfaffenhofer Kuriers deutlich gestiegen.

Madsack: Weiteres Wachstum angestrebt

auch an kleineren Zeitungen in Niedersachsen Beteiligungen hält, die bislang gleichfalls der Verlagsgruppe zugeordnet worden sind, haben sich weitere Veränderungen ergeben. So wird die Lokalzeitung Beobachter nicht mehr zur Gruppe gezählt, weil die Verlagsgruppe ohne Gerstenberg die Bagatellgrenze unterschreitet. Bei der AZ Alfelder Zeitung ist die Beteiligungshöhe gesunken.

Die Verlagsgruppe ist auf der Basis hoher Gewinne auch bei nachlassendem Werbeumsatz weiterhin an Expansionen im Zeitungsmarkt interessiert. Beabsichtigte Zukäufe im nördlichen Niedersachsen konnten allerdings bisher nicht realisiert werden. Bei der Kreiszeitung in Rotenburg wurde das Kaufangebot von Madsack durch die Ippen-Gruppe überboten. Insbesondere marktstrategische Bedeutung hatten Absprachen mit der Verlagsgruppe um die Dewezet im Westen von Madsacks Verbreitungs-

⑮ **Verlagsgruppe Madsack, Hannover¹⁾**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgem. Zeitung und MV		229 900	229 900
Neue Presse, Hannover ²⁾			
Göttinger Tageblatt ³⁾	100	48 200	48 200
Aller Zeitung/Wolfsburger Allgem. ⁴⁾	100	35 100	35 100
Schaumburger Nachrichten ⁵⁾	100	16 900	16 900
Leipziger Volkszeitung ⁶⁾	50	220 200	110 100
Dresdner Neueste Nachrichten/ Die Union ⁶⁾	50	35 300	17 650
LVZ/Muldentalzeitung ⁶⁾	50	11 800	5 900
Naumburger Tageblatt ⁷⁾	37,5	18 300	6 863
Cellesche Zeitung ⁸⁾	50	32 800	16 400
Gandersheimer Kreisblatt ⁹⁾	33	5 900	1 947
Täglicher Anzeiger ¹⁰⁾	30	12 300	3 690
AZ Alfelder Zeitung ¹¹⁾	24,5	9 800	2 401
Gesamtauflage		676 500	495 051

- 1) Die Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG hält neben den aufgelisteten Titeln noch weitere Beteiligungen im Zeitungsmarkt, die hier jedoch keine Berücksichtigung finden, weil die Erfassungsschwelle von 25 % am Kapital nicht erreicht wird. Zu diesen Beteiligungstiteln gehören u.a. Beobachter, Seesen; Schaumburger Zeitung, Rinteln; Dewezet, Hameln (alle in Niedersachsen) sowie die Torgauer Zeitung in Sachsen.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse aus einem Tochterverlag der Verlagsgesellschaft Madsack wird der IVW nur eine Gesamtauflage gemeldet. Nach anderen Angaben der Verlagsgruppe haben die Titel in 2001 folgende Verkaufsauflagen gehabt: Hannoversche Allgemeine Zeitung 162 300 Exemplare; Neue Presse 65 700 Exemplare.
- 3) Das Göttinger Tageblatt gehört zu 99 % der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 4) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine: Der Verlag gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Die Schaumburger Nachrichten erscheinen in dem gleichnamigen Verlag. Madsack hält 80 %, die Verlagsgruppe um die „Dewezet“ in Hameln 20 %. Wegen des hohen Anteils von über 75 % wird die Auflage der Verlagsgruppe vollständig zugerechnet.
- 6) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung 50 % der Anteile. Der Leipziger Verlag wiederum hält Anteile am Tageblatt und besitzt die Dresdner Neuesten Nachrichten sowie 60 % der LVZ/Muldentalzeitung in Wurzen. Partner in Leipzig ist der Springer-Konzern.
- 7) 75,1 % des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung.
- 8) Madsack hält einen Anteil von 24,8 % an der Celleschen Zeitung. Ein weiterer Anteil von 25,2 % wird über die Familie eines Eigners von Madsack gehalten und wird hier dem Konzern angerechnet.
- 9) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co KG sind u. a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4 %) und des Täglichen Anzeigers (24,4 %). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30 %.
- 10) Am Täglichen Anzeiger in Holzminden hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30 %.
- 11) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.

gebiet. Im Rahmen dieser Kooperation sind auch wechselseitige Kapitalbeteiligungen an einzelnen Verlagen vorgenommen worden, die allerdings unterhalb der Erfassungsschwelle für diese Statistik liegen. Im Zeichen der derzeitigen Umsatzkrise dürften sich für den Madsack-Verlag bald neue Expansionsmöglichkeiten eröffnen. Derzeit kommt die Verlagsgruppe im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 2,2 Prozent (2,3 %), bei den Abonnementzeitungen auf 2,8 Prozent (3,1 %) (vgl. Tabelle 15).

Anmerkungen:

- 1) Vgl. dazu auch: Abenteuerlich. Presse-Krise, Kirch-Pleite: Ein epd-Interview mit Horst Röper. In: epd medien 55/02, S. 3-7.
- 2) Vgl. SZ v. 3.8.2002.
- 3) Vgl. dazu Focus v. 19.11.2001.

- 4) In Ostfriesland gab es bis vor kurzem eine für den deutschen Zeitungsmarkt ungewöhnliche Zeitungslandschaft, geprägt von einer Reihe unabhängiger Kleinverlage. In den letzten Jahren ist diese Struktur erheblich verändert worden. Nutznießer war insbesondere die Nordwest Zeitung in Oldenburg. Zunächst beteiligte sie sich mit 24 Prozent an der Emder Zeitung, wobei eine höhere Beteiligung am Veto des Bundeskartellamtes scheiterte. Der Anteil der Oldenburger an der Ostfriesen-Zeitung in Leer wurde aufgestockt. Der Verlag in Leer übernahm schließlich das bis dahin unabhängige Lokalblatt General-Anzeiger in Rhaderfehn. Zuletzt wurden wechselseitige Beteiligungen zwischen dem Ostfriesischen Kurier in Norden und der Nordwest-Zeitung bzw. deren Eigner vereinbart.
- 5) Auch im Münsterland ist der einst vielfältige Zeitungsmarkt insbesondere durch Schließungen von Lokalausgaben in weiten Teilen monopolisiert worden. Vorläufig letzter Schritt der Entwicklung ist die für Ende dieses Jahres angekündigte Fusion der kleinen Ibbenbürener Volkszeitung mit der bislang konkurrierenden Lokalausgabe Ibbenbüren der Westfälischen Nachrichten.
- 6) Die tatsächliche Wechselquote zum Harz Kurier kann etwas höher liegen, da im Zeitraum von 1997 bis 2002 die Gesamtauflage der Tageszeitungen rückläufig war. In den saldierten Daten dürfte also ein Auflagenverlust des Harz Kurier durch weitere neue Käufer kaschiert werden.
- 7) Durch Kabinettsbeschluss der Bundesregierung v. 24.1.1996 ist die Pressestatistik eingestellt worden. Zuletzt erschien: Statistisches Bundesamt: Fachserie 11 Bildung und Kultur, Reihe 5 Presse 1994. Stuttgart 1996.
- 8) Vgl. zu den Rundfunkbeteiligungen u.a. Röper, Horst: Formationen deutscher Medienmultis 2002. Entwicklungen und Strategien der größten deutschen Medienunternehmen. In: Media Perspektiven 9/2002, S. 406-432; zu den Internet-engagements u.a. Vogel, Andreas: Onlinestrategien der Pressewirtschaft. Bestandsaufnahme des Onlineengagements der großen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. In: Media Perspektiven 12/2001, S. 590-601.
- 9) Das jüngste Geschäftsfeld einer wachsenden Zahl von Zeitungsunternehmen sind Postdienste. Im Zuge der Deregulierung der Postdienste haben diese Verlage aufbauend auf ihre Vertriebs-erfahrungen in die neue Branche investiert. Vgl. dazu und zur regionalen Streuung der in diesem Geschäftsfeld tätigen Verlage Wolff, Silke: Alternative Postdienstleistung – Ein neuer Markt für Zeitungsverlage. In: BDZV: Zeitungen 2001, Berlin 2001, S. 326-334.
- 10) Vgl. dazu Handelsblatt v. 24.7.2002.
- 11) Vgl. dazu BDZV: Zeitungen 2001, Berlin 2001, hier S. 33.
- 12) Vgl. Vogel, Andreas: Die tägliche Gratispresse. Ein neues Geschäftsmodell für Zeitungen in Europa. In: Media Perspektiven 11/2001, S. 576-584.
- 13) Vgl. dazu auch Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2001. Trotz Bewegung im Markt keine wesentliche Erweiterung des publizistischen Angebotes. In: Media Perspektiven 12/2001, S. 602-632, hier S. 611.
- 14) Vgl. dazu: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft: Werbung in Deutschland 2002. Meckenheim 2002, S. 23.
- 15) Vgl. dazu Anm. 19, hier insbesondere S. 300.
- 16) Vgl. dazu u. a. Financial Times Deutschland v. 2.8.2002.
- 17) Wirtschaftsminister Werner Müller unterschied bei seiner Kritik allerdings deutlich zwischen Klein- und Großverlagen: „Es kann nicht sein, dass kleine Verlage an kartellrechtlichen Überlegungen kaputt gehen.“ Vgl. dazu Süddeutsche Zeitung v. 25.6.2002.
- 18) Vgl. dazu Anm. 7, hier S. 38.
- 19) Verlagsgesellschaft Madsack: Geschäftsbericht 2001. Hannover 2002, hier S. 9.
- 20) Vgl. zuletzt: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet? Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2000. In: Media Perspektiven 7/2000, S. 297-309.
- 21) Wenn nicht anders angegeben, beruhen die Auflagenzahlen auf der Auflagenstatistik der ivw. Vgl. dazu: ivw: Auflagenliste 1/2002. Bonn 2002.
- 22) Wegen derartiger Kooperationen war schon in den letzten Jahren eine scharfe Trennung der Verlagsgruppe Madsack von seinem Anteilseigner, der Deutschen Druck- und Verlags GmbH & Co. KG, und deren weiteren Beteiligungen an Zeitungsverlagen nur bedingt möglich. Eine Zuordnung zur Verlagsgruppe Madsack war aber unterblieben. Das Kriterium der Hinzuziehung von Zeitungen der Anteilseigner von Mutterverlagen zu deren Verlagsgruppen hatte also für Grauzonen mit nicht eindeutigen Befunden gesorgt.
- 23) Im Jahr 2000 lag der Marktanteil bei Einbeziehung des Handelsblatts bei 3,2 Prozent.

