

Die Entwicklung der Auflagedichte lokaler  
Abonnementzeitungen 1996 bis 2006

## → Lokale Tagespresse: Publizistischer Wettbewerb stärkt Zeitungen

Von Wiebke Möhring\*  
und Dieter Stürzebecher\*

**Konzentrations-  
prozesse und  
Auflagenrückgänge  
in der Tagespresse**

Der Zeitungsmarkt befindet sich in einer Krise. Diese Feststellung zieht sich bereits seit etlichen Jahren wie ein roter Faden durch nahezu alle Analysen und Betrachtungen zum Zustand und zu den Perspektiven der Tagespresse in Deutschland. Nachgezeichnet wird die Entwicklung in der Regel anhand verschiedener Kennzahlen und Indikatoren. Neben pressestatistischen Daten wie etwa der Zahl der Publizistischen Einheiten oder der redaktionellen Ausgaben von Zeitungen, die – zusammen mit Analysen der wirtschaftlichen Verflechtungen im Verlagswesen – insbesondere zur Begutachtung des Ausmaßes von Pressekonzentration herangezogen werden (1), spielen vor allem auch die zurückgehenden Reichweiten und Auflagen der Tagespresse sowie die problematische Situation bei den Werbeeinnahmen und die damit einhergehenden Verschiebungen in den Erlösstrukturen der Zeitungsverlage eine wesentliche Rolle. Zweierlei fällt in den aktuellen Diskussionen und Betrachtungen zur Entwicklung der Tagespresse allerdings besonders auf:

**Auflagenrückgang:  
„Naturgesetz“  
oder abhängig vom  
publizistischen  
Wettbewerb?**

1. Der seit geraumer Zeit stetige Auflagen- und Reichweitenrückgang der Zeitungen wird – Quartal für Quartal, Jahr für Jahr – in der Regel allenfalls konstatiert und registriert, nicht jedoch ergründet. Auf diese Weise entsteht der Eindruck, als handele es sich dabei quasi um ein Naturgesetz, das unabhängig von der publizistischen Qualität und den redaktionellen Leistungen einzelner Zeitungen wirke – von dem also alle Zeitungen in mehr oder weniger gleicher Weise betroffen seien und dem sich folglich auch kein Verlag entziehen könne.

2. Die Erörterungen zur problematischen Reichweiten- und Auflagenentwicklung der Tagespresse in Deutschland werden weitgehend losgelöst von Analysen geführt, die sich auf Aspekte der Pressekonzentration und publizistischen Vielfalt – insbesondere auf lokalen Märkten – beziehen. Die Frage also, ob die Zeitung als das Medium der Nahwelt in Regionen mit intensivem publizistischen Wettbewerb womöglich einen höheren Stellenwert genießt als in Landkreisen und Kommunen, in denen die jeweilige örtliche Zeitung ein Monopol besitzt, wird in der Regel nicht thematisiert.

Genau solchen Zusammenhängen zwischen dem Ausmaß an publizistischer Vielfalt und deren Einschränkungen durch Pressekonzentrationsvorgänge einerseits und dem – gemessen an der Auflagenentwicklung – offenkundig schleichenden Bedeutungsverlust der Tagespresse soll in diesem Beitrag nachgegangen werden. (2) Es geht also um die Frage, ob sich Tageszeitungen im Rahmen des allgemein rückläufigen Trends womöglich überall dort besser behaupten können, wo zwei oder mehrere Titel gegeneinander konkurrieren und sich folglich intensiv um die Gunst und Zuwendung der Leser bemühen (müssen). Der Umstand, dass die Zeitungen in den neuen Ländern Jahr für Jahr weit mehr an Auflage einbüßen als jene im alten Bundesgebiet, legt es nahe, dieser Frage nachzugehen. Denn es muss Gründe dafür geben, dass die Tagespresse ausgerechnet dort einen besonders schweren Stand hat, wo die Angebotsstrukturen durch „monopolisierte Einfalt“ (3) gekennzeichnet sind – Strukturen also, die sich als Folge der vielfach problematisierten Neuordnung des ostdeutschen Pressemarktes nach dem Fall der Mauer ganz grundlegend von denen der alten Länder unterscheiden. (4)

### **Auflagenentwicklung in Ost- und Westdeutschland**

Die ersten beiden Jahre nach dem Mauerfall bescherten der Tagespresse – so scheint es auf dem ersten Blick – zunächst kräftige Auflagenzuwächse. Doch es war vor allem Folge der Konstituierung eines gesamtdeutschen Pressemarktes und der sukzessiven Einbeziehung der ostdeutschen Zeitungen in die IVW-Auflagenkontrolle, dass die Gesamtauflage der Tagespresse mit über 27 Millionen Exemplaren im vierten Quartal 1991 ihren Höhepunkt erreichte. Seitdem jedoch sinkt sie beständig: Sie lag im Jahr 2006 nur noch bei gut 21 Millionen Exemplaren und hat damit fast das Niveau erreicht, das die Verlage unmittelbar vor dem Fall der Mauer nur im Gebiet der alten Länder erzielt hatten. (5)

In Westdeutschland verlief der Rückgang bei den Verkaufszahlen zunächst sehr moderat, ab 1998 beschleunigte sich die Entwicklung allerdings und kann als ein stetiger, sich verstärkender Abwärtstrend beschrieben werden: Das Auflagenminus in den alten Ländern beläuft sich für den Zeitraum von 1996 bis 2006 auf insgesamt etwa 14 Prozent. Verluste in ganz anderen Dimensionen hatte hingegen die Tagespresse in Ostdeutschland zu verkraften. Bereits zwischen Herbst 1989 und dem ersten Quartal 1993 hatte sich die Gesamtauflage um annähernd 40 Prozent verringert. (6) Und auch in den Folgejahren lag das Auflagenminus jeweils zwischen 3 und 4 Prozent pro Jahr; 2002 waren es sogar fast 5 Prozent. Bezogen auf den Zeitraum 1996 bis 2006 beziffert sich der Auflagenrückgang auf rund 30 Prozent – also auf mehr als das Doppelte dessen, was die Verlage im alten Bundesgebiet im gleichen Zeitraum hinnehmen mussten.

**Können sich Zeitungen  
in Gebieten mit  
mehreren Titeln  
besser behaupten?**

**Auflagenverluste  
in Ostdeutschland  
mehr als doppelt so  
hoch wie im Westen**

\* Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater, Hannover.

**Angenommene Ursachen für die Situation der Zeitungen in den neuen Ländern**

Worauf sind diese extremen und zudem lang andauernden Entwicklungsunterschiede zurückzuführen? Zunächst wurde der höhere Auflagenrückgang in den neuen Ländern als eine Art Anpassungsprozess beschrieben: Die zu DDR-Zeiten künstlich hochgehaltenen Auflagen vor allem der damaligen SED-Zeitungen, von der Staats- und Parteiführung aus politisch-ideologischen Gründen so beabsichtigt und durch umfassende Subventionen und damit extrem niedrige Bezugspreise der Zeitungen ermöglicht, hätten sich zwangsläufig in den Jahren nach dem Fall der Mauer sukzessive abbauen müssen. (7) Zudem wurden die ungleich größeren wirtschaftlichen und sozialen Probleme in den neuen Ländern als Ursache der weit überdurchschnittlichen Auflagenverluste der ostdeutschen Tagespresse angeführt. (8) Schließlich seien demografische Faktoren zu beachten: Die Abwanderung aus dem Gebiet der ehemaligen DDR, die vor allem in den ersten Jahren nach der Wende in erheblichem Umfang zu registrieren war und die zum Teil nach wie vor andauert, tangiere zwangsläufig auch die Auflagenentwicklung der Zeitungen in den neuen Ländern. (9)

**Wirken historische und strukturelle Gründe bis heute fort?**

Die Relevanz dieser drei genannten Faktoren für die starken Auflageneinbußen der ostdeutschen Tagespresse soll keineswegs völlig in Abrede gestellt werden. Es drängt sich allerdings die Frage auf, ob sie allein dazu geeignet sind, die problematische Entwicklung in den neuen Ländern erschöpfend und überzeugend zu erklären – auch angesichts der Tatsache, dass die Dynamik dieses Erosionsprozesses bis heute, also auch fast 20 Jahre nach dem Fall der Mauer, noch weitgehend ungebrochen fortwirkt.

**Konzentration – ein Interpretationsrahmen für Auflagenverluste?**

**Pressekonzentration führte zu zahlreichen Zeitungsmonopolgebieten**

Die Diskussion um die Zukunft der Tageszeitung wird seit langem von medienpolitischen Debatten um die Frage begleitet, welche gesellschaftlichen Konsequenzen es hat, wenn sich zum Beispiel Verlage aufgrund wirtschaftlicher Überlegungen zusammenschließen oder sich dazu entschließen, Redaktionen aufzulösen, sich durch die Einstellung einzelner Zeitungsausgaben aus Teilen ihres Verbreitungsgebietes zurückzuziehen oder Zeitungen ganz vom Markt zu nehmen. Aufgrund der spezifischen Pressestrukturen in Deutschland stehen dabei in erster Linie die Folgen für den lokalen Raum im Mittelpunkt der Pressekonzentrationsforschung. Denn gerade hier verweisen die statistischen Befunde auf gravierende Veränderungen. So hat sich der Anteil der Ein-Zeitungs-Kreise seit 1954 von 15 Prozent auf 60 Prozent aller Kreise und kreisfreien Städte erhöht und damit vervierfacht. (10)

**Wie wirkt sich Zeitungswettbewerb auf die Auflagenentwicklung aus?**

Seit den 1970er Jahren werden die publizistischen Konsequenzen dieser Zunahme von Monopolgebieten analysiert. Gemäß marktwirtschaftlichen Wettbewerbstheorien befürchtete man, dass die Monopolstellung einer Zeitung zu einer Verschlech-

terung des Produkts führe – die Zeitung also aufgrund fehlender (örtlicher) Konkurrenz geringere publizistische Leistungen erbringe. Die bisherigen empirischen Ergebnisse hierzu sind allerdings alles andere als eindeutig. (11) Trotz der widersprüchlichen Befunde sind sich die meisten Experten jedoch darin einig, dass starre Monopolstrukturen die Qualität einer Zeitung nicht fördern. Und eine der wenigen nahezu einhelligen Schlussfolgerungen aller bisherigen Analysen ist, dass sich der Faktor Wettbewerb in der Regel weniger unmittelbar in den Inhalten und publizistischen Profilen der Zeitungen, wohl aber in einem erhöhten Umfang der Lokalberichterstattung niederschlägt. (12) Bisher wenig beachtet ist hingegen die Frage, ob und wie sich Wettbewerb möglicherweise auch auf die Auflage von Zeitungen und deren Entwicklung auswirkt. Wenn Redaktionen, die sich täglich an ihrer örtlichen Konkurrenz messen lassen müssen, den Lesern zumindest quantitativ mehr bieten als Redaktionen, die sich einem solchen Wettbewerbsdruck nicht stellen müssen, führt dies insgesamt dann auch zu einer höheren Akzeptanz und damit zu einer höheren Auflage der Zeitungen in Gebieten mit lokaler Zeitungskonkurrenz? Oder anders herum: Wenden sich die Leser von einer Monopolzeitung verstärkt ab, möglicherweise aus Gründen der Unzufriedenheit mit der als zu dürrig oder einseitig empfundenen lokalen Berichterstattung? Die Beantwortung dieser Fragen erfordert eine differenziertere Betrachtung, bei der die Zeitungsauflagen in den jeweiligen lokalen Verbreitungsgebieten der einzelnen redaktionellen Ausgaben im Mittelpunkt stehen.

**Auflagendichte: Kennzahl und Untersuchungsanlage**

Um die Auflagenentwicklung der Zeitungen in lokalen Kommunikationsräumen nachzeichnen zu können, werden die jeweiligen Verbreitungsgebiete zugrunde gelegt, festgemacht an Gebietskörperschaften, also den Landkreisen und kreisfreien Städten. Auf diese Weise lassen sich die jeweils relevanten Märkte zumindest räumlich definieren; innerhalb derselben Gebietskörperschaft können Zeitungen dann miteinander verglichen werden. Um wiederum unterschiedliche Gebietskörperschaften miteinander vergleichen zu können, muss notwendigerweise die jeweilige Bevölkerungszahl berücksichtigt werden, sie dient als Korrekturgröße. Das Verhältnis zwischen der verkauften Auflage und der Bevölkerungszahl kann als Auflagendichte bezeichnet werden (= verkaufte Exemplare pro 1 000 Einwohner ab 14 Jahren). Ein wesentlicher Vorteil dieser Kennziffer ist, dass sie Vergleiche unterschiedlich dicht besiedelter, insbesondere auch sehr kleinräumiger, also lokaler Verbreitungsgebiete ermöglicht. Ein weiterer Vorteil liegt in der Bereinigung von Zu- und Wegzügen innerhalb desselben Gebiets, so dass auch die Vergleichbarkeit in ein- und demselben Verbreitungsgebiet zu unterschiedlichen Zeitpunkten möglich ist.

Bislang allerdings liegen Arbeiten, die die Auflagendichte als pressestatistische Kennzahl einsetzen, kaum vor. Ein von Walter J. Schütz vorgelegter,

**Auflagenentwicklung in lokalen Kommunikationsräumen**

**Auflagendichte als pressestatistische Kennzahl**

nach Abonnement- und Straßenverkaufszeitungen differenzierender Vergleich für die Jahre 1954 bis 1999 (13) zeigt jedoch zum einen, dass sich die Auflagedichte der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland bis Mitte der 1980er Jahre nahezu kontinuierlich erhöht, dann jedoch erstmals eine (allerdings nur leicht) rückläufige Tendenz eingesetzt hat. Diese ist zudem ausschließlich auf die Entwicklung bei den Straßenverkaufszeitungen zurückzuführen. Für die Tagespresse der DDR dokumentiert die Analyse eine ungleich höhere Auflagedichte, die im Jahr 1989 mit 580 Exemplaren je 1 000 Einwohner um fast 80 Prozent über dem Wert in der früheren Bundesrepublik (327) lag. Für die Zeit nach der Wiedervereinigung wird deutlich, dass sich der Abwärtstrend nicht nur fortgesetzt, sondern auch beschleunigt hat: Er beziffert sich bis 1999 bundesweit auf minus 14 Prozent. Eine nach Ländern aufgeschlüsselte Analyse weist für das Jahr 1999 schließlich aus, dass es zwischen Ost- und Westdeutschland in Bezug auf die Auflagedichte bereits keine wesentlichen Unterschiede mehr gab, wohl jedoch unterschiedliche Traditionen hinsichtlich der verschiedenen Zeitungstypen: Der Wert für die Abonnementzeitungen mit Bezug auf ein örtliches Verbreitungsgebiet war in den neuen Ländern höher, der für die Straßenverkaufszeitungen und für Abonnementzeitungen ohne örtlichen Bezug dagegen niedriger als in den alten Ländern.

#### **Auflagedichte für alle Kreise und kreisfreien Städte im Vergleich 1996 und 2006**

Anknüpfend an die Untersuchung von Schütz wird in der vorliegenden Studie die Entwicklung der Auflagedichte der gesamten deutschen Tagespresse erstmals auf lokaler Ebene, also für jeden Landkreis bzw. jede kreisfreie Stadt ermittelt – und zwar angelegt als Zehn-Jahres-Vergleich. Grundlage für die Berechnungen waren die IVW-Verbreitungsanalysen 1996 und 2006. (14) Für beide Jahre wurde die Auflagedichte bezogen auf die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren berechnet. Um eine unmittelbare zeitliche Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurde der Gebietsstand der kreisfreien Städte und Landkreise des (Ausgangs-)Jahres 1996 auch der Berechnung der Auflagedichte für 2006 zugrunde gelegt. Für jeden dieser 327 west- und 111 ostdeutschen Landkreise und kreisfreien Städte sowie – gesondert – für Berlin wurden für beide Erhebungszeitpunkte jeweils vier Werte für die Auflagedichte ermittelt (15):

#### **Auflagedichte auch nach Zeitungstypen differenziert**

1. die Auflagedichte für alle Abonnementzeitungen, die regelmäßig lokale Informationen für die jeweilige Gebietskörperschaft anbieten, also im redaktionellen Teil einen Bezug auf das örtliche Verbreitungsgebiet herstellen (16); sie werden in den nachfolgenden tabellarischen Übersichten als Lokalzeitungen gekennzeichnet;

2. die Auflagedichte aller in der jeweiligen Gebietskörperschaft verbreiteten Straßenverkaufszeitungen, und zwar unabhängig davon, ob sie durch eine entsprechende örtliche Ausrichtung (auch) einen Beitrag zur lokalen Kommunikation liefern; sie werden in den Übersichten als Boulevardzeitungen ausgewiesen;

3. die Auflagedichte aller sonstigen, in der jeweiligen Gebietskörperschaft nicht örtlich informierenden Abonnementzeitungen; sie werden als Sonstige Zeitungen kenntlich gemacht;

4. ein Gesamtwert für alle Zeitungen (1 bis 3).

Um etwaige Zusammenhänge zwischen Höhe und Entwicklung der Auflagedichte der Zeitungen und den jeweiligen Wettbewerbsverhältnissen in den einzelnen lokalen Gebietskörperschaften erfassen zu können, wurde für beide Erhebungszeitpunkte zudem ermittelt, ob es sich um einen Mehr- oder aber um einen Ein-Zeitungs-Kreis handelt.

#### **Auflagedichte im Ost-West-Vergleich**

Der durchschnittliche Rückgang der Auflagedichte zwischen 1996 und 2006 ist, bezogen zunächst auf alle Zeitungen, in den neuen Ländern mit 27,5 Prozent fast doppelt so hoch wie im westlichen Bundesgebiet (15,4%) – aufgrund der anhaltend unterschiedlichen Aufgabenerwicklung ost- und westdeutscher Zeitungen sicherlich kein überraschendes Ergebnis (vgl. Tabellen 1 und 2). Eine differenziertere Betrachtung macht jedoch – neben der unterschiedlichen Abwärtsdynamik – zum Teil ganz gegensätzliche Entwicklungsmuster deutlich: So sind die Verluste in den neuen Ländern in erster Linie auf hohe Einbußen der örtlichen Abonnementzeitungen zurückzuführen. Sie haben 2006 im Durchschnitt ein Drittel weniger Exemplare pro 1 000 Einwohner ab 14 Jahren verkauft als zehn Jahre zuvor. Der Rückgang der Auflagedichte bei den Kaufzeitungen liegt mit 8 Prozent dagegen deutlich darunter. Und entgegen dem allgemeinen Abwärtstrend haben die in den jeweiligen Gebietskörperschaften nicht örtlich berichtenden Abonnementzeitungen in den neuen Ländern mit einem Plus von 12,5 Prozent sogar an Bedeutung hinzugewonnen. Ganz anders dagegen die Trends in Westdeutschland: Hier haben zwar alle Zeitungsegmente verloren, jedoch reicht vor allem das Minus bei den lokalen Abonnementzeitungen mit knapp 13 Prozent nicht annähernd an den Substanzverlust solcher Zeitungen in Ostdeutschland heran. Stattdessen zählen im alten Bundesgebiet die Straßenverkaufstitel mit einem Rückgang von über einem Viertel der früheren Auflagedichte zu den eigentlichen Verlierern der vergangenen zehn Jahre.

Um zu prüfen, ob sich die seit der Wiedervereinigung zu verzeichnenden, weitaus stärkeren Auflagenrückgänge der ostdeutschen Tagespresse – und mithin auch die deutlicheren Verluste bei der Auflagedichte – als Anpassungsprozess interpretieren lassen, ist neben den errechneten Differenzen auch die reale Auflagedichte heranzuziehen, relevant ist hier vor allem die Gruppe der lokalen Abonnementzeitungen. 1996 lag die durchschnittliche Auflagedichte dieser Zeitungen in den neuen Ländern tatsächlich deutlich – fast 17 Prozent – über

#### **Nach Zeitungstypen unterschiedliche Entwicklung in alten und neuen Ländern**

#### **Stärkere Auflagenverluste im Osten kaum noch als Anpassungsprozess interpretierbar**

① **Auflagedichte der Tageszeitungen in den alten Ländern 1996 und 2006, differenziert nach Mehr- und Ein-Zeitungs-Kreisen**  
*verkaufte Zeitungsexemplare pro 1 000 Einwohner ab 14 Jahre*

Land	nach Zeitungstypen 1996				nach Zeitungstypen 2006				Differenz 1996 zu 2006 in %			
	Lokalz.	Boulevardz.	Sonstige Z.	Gesamt	Lokalz.	Boulevardz.	Sonstige Z.	Gesamt	Lokalz.	Boulevardz.	Sonstige Z.	Gesamt
Baden-Württemberg	299	60	18	377	256	45	17	318	-14,4	-25,0	-5,6	-15,6
mit Wettbewerb	315	58	16	390	270	45	15	330	-14,3	-22,4	-6,2	-15,4
ohne Wettbewerb	268	62	23	353	235	44	21	300	-12,3	-29,0	-8,7	-15,0
Bayern	278	71	17	367	246	58	16	320	-11,5	-18,3	-5,9	-12,8
mit Wettbewerb	277	78	12	367	245	66	12	323	-11,6	-15,4	0,0	-12,0
ohne Wettbewerb	280	65	21	366	248	52	18	317	-11,4	-20,0	-14,3	-13,4
Bremen	344	105	19	468	271	77	19	366	-21,2	-26,7	0,0	-21,8
mit Wettbewerb	336	101	23	460	278	75	25	378	-17,3	-25,7	8,7	-17,8
ohne Wettbewerb	352	109	14	475	264	78	12	354	-25,0	-28,4	-14,3	-25,5
Hamburg	202	236	26	463	167	169	28	364	-17,3	-28,4	7,7	-21,4
mit Wettbewerb	202	236	26	463	167	169	28	364	-17,3	-28,4	7,7	-21,4
ohne Wettbewerb	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hessen	264	90	15	370	229	64	15	308	-13,3	-28,9	0,0	-16,8
mit Wettbewerb	275	104	15	394	232	70	17	320	-15,6	-32,7	13,3	-18,8
ohne Wettbewerb	249	72	16	337	225	53	12	290	-9,6	-26,4	-25,0	-13,9
Niedersachsen	298	91	14	404	264	64	13	340	-11,4	-29,7	-7,1	-15,8
mit Wettbewerb	311	95	11	418	277	67	11	353	-10,9	-29,5	0,0	-15,6
ohne Wettbewerb	290	89	16	395	257	62	14	333	-11,4	-30,3	-12,5	-15,7
Nordrhein-Westfalen	282	86	17	385	238	61	15	314	-15,6	-29,1	-11,8	-18,4
mit Wettbewerb	282	86	18	385	239	60	16	315	-15,2	-30,2	-11,1	-18,2
ohne Wettbewerb	281	90	13	384	232	61	10	303	-17,4	-32,2	-23,1	-21,1
Rheinland-Pfalz	249	91	15	355	221	67	13	301	-11,2	-26,4	-13,3	-15,2
mit Wettbewerb	283	100	16	400	247	74	16	337	-12,7	-26,0	0,0	-15,7
ohne Wettbewerb	234	87	14	335	211	64	12	287	-9,8	-26,4	-14,3	-14,3
Saarland	212	88	11	311	177	74	11	262	-16,5	-15,9	0,0	-15,8
mit Wettbewerb	225	92	12	329	191	70	9	270	-15,1	-23,9	-25,0	-17,9
ohne Wettbewerb	209	87	11	308	174	74	12	260	-16,7	-14,9	9,1	-15,6
Schleswig-Holstein	266	120	23	409	239	87	21	347	-10,2	-27,5	-8,7	-15,2
mit Wettbewerb	265	124	22	411	234	93	20	347	-11,7	-25,0	-9,1	-15,6
ohne Wettbewerb	267	118	24	408	241	84	22	347	-9,7	-28,8	-8,3	-15,0
Deutschland West gesamt	279	82	17	377	243	61	15	319	-12,9	-25,6	-11,8	-15,4
mit Wettbewerb	287	85	15	387	248	64	15	326	-13,6	-24,7	0,0	-15,8
ohne Wettbewerb	268	79	18	365	237	58	16	311	-11,6	-26,6	-11,1	-14,8

Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen (1996 und 2006).

dem Mittelwert für das westliche Bundesgebiet (326 zu 279). Inzwischen jedoch hat sich das Verhältnis umgekehrt: Mit einem Wert von 221 liegt die Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen in Ostdeutschland nunmehr um fast 10 Prozent unter dem durchschnittlichen Westniveau (243). Mit Anpassung kann diese Entwicklung somit kaum noch (erschöpfend) erklärt werden.

**Auch wirtschaftliche Situation erklärt Rückgang der Auflagedichte nicht hinreichend**

Als ein weiteres Argument zur Begründung der besonders starken Auflagenverluste der ostdeutschen Tagespresse wird die vielfach problematische wirtschaftliche und soziale Situation in den neuen Ländern angeführt. Auch dies lässt sich mit den vorlie-

genden Daten, die ja zudem auch demografische Veränderungen durch Bevölkerungszu- oder -abgänge berücksichtigen, so nicht nachvollziehen. Die mit jeweils gut 35 Prozent stärksten Einbußen bei den lokal informierenden Abonnementzeitungen sind in Thüringen und Brandenburg zu verzeichnen – also in zwei zumindest wirtschaftlich sehr gegensätzlich aufgestellten Ländern. Bezogen auf den Gesamtwert der Auflagedichte für alle Zeitungen liegt ausgerechnet der Freistaat Thüringen, der gemessen an den gängigen wirtschaftlichen und sozialen Indikatoren sicherlich nicht als das strukturschwächste aller ostdeutschen Länder anzusehen ist, mit einem Minus von knapp 32 Prozent sogar an der Spitze. Und auch in den alten Ländern passt die Entwicklung nicht recht ins Bild, wonach es Tageszeitungen vor allem dort schwerer

② **Auflagedichte der Tageszeitungen in den neuen Ländern und in Berlin 1996 und 2006, differenziert nach Mehr- und Ein-Zeitungs-Kreisen**

verkaufte Zeitungsexemplare pro 1 000 Einwohner ab 14 Jahre

Land	nach Zeitungstypen 1996				nach Zeitungstypen 2006				Differenz 1996 zu 2006 in %			
	Lokalz.	Boule- vardz.	Sonstige Z.	Gesamt	Lokalz.	Boule- vardz.	Sonstige Z.	Gesamt	Lokalz.	Boule- vardz.	Sonstige Z.	Gesamt
Brandenburg	295	56	22	372	191	48	23	313	-35,3	-14,3	4,5	-29,6
mit Wettbewerb	321	53	20	394	227	42	24	293	-29,3	-20,8	20,0	-25,6
ohne Wettbewerb	287	57	22	366	181	50	22	253	-36,9	-12,3	0,0	-30,9
Mecklenburg-Vorpommern	319	58	7	384	222	62	7	291	-30,4	6,9	0,0	-24,2
mit Wettbewerb	351	60	8	418	248	65	7	320	-29,3	8,3	-12,5	-23,4
ohne Wettbewerb	310	57	7	374	215	61	7	283	-30,6	7,0	0,0	-24,3
Sachsen	328	76	6	410	231	68	6	305	-29,6	-10,5	0,0	-25,6
mit Wettbewerb	337	84	7	428	236	76	8	320	-30,0	-9,5	14,3	-25,2
ohne Wettbewerb	321	70	4	395	228	64	4	296	-29,0	-8,6	0,0	-25,1
Sachsen-Anhalt	337	63	4	404	230	59	5	294	-31,8	-6,3	25,0	-27,2
mit Wettbewerb	373	62	6	442	269	61	9	338	-27,9	-1,6	50,0	-23,5
ohne Wettbewerb	325	64	3	392	222	59	4	285	-31,7	-7,8	33,3	-27,3
Thüringen	344	49	6	399	223	43	6	273	-35,2	-12,2	0,0	-31,6
mit Wettbewerb	348	50	7	405	221	44	9	273	-36,5	-12,0	28,6	-32,6
ohne Wettbewerb	328	45	3	376	225	42	4	272	-31,4	-6,7	33,3	-27,7
Deutschland Ost gesamt	326	62	8	396	221	57	9	287	-32,2	-8,1	12,5	-27,5
mit Wettbewerb	346	63	8	417	235	59	10	303	-32,1	-6,3	25,0	-27,3
ohne Wettbewerb	313	61	8	382	215	57	8	280	-31,1	-6,6	0,0	-26,7
Berlin	204	185	13	402	171	119	23	313	-16,2	-35,7	76,9	-22,1

Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen (1996 und 2006).

haben, wo die sozioökonomischen Strukturen und deren Entwicklung problematischer sind. So liegen die Verluste der lokalen Abonnementzeitungen im eher strukturschwachen Schleswig-Holstein deutlich unter denen in Baden-Württemberg – seit Jahren in der Spitzengruppe der westdeutschen Länder mit dem höchsten Wirtschaftswachstum und der niedrigsten Arbeitslosenquote.

#### Extrem unterschiedliche Auflagenentwicklungen auf lokaler Ebene

Deuten bereits diese ersten Befunde darauf hin, dass der substanzielle Bedeutungsverlust besonders der lokalen Abonnementzeitungen in Ostdeutschland weder „nur“ als reiner Anpassungsprozess interpretiert noch allein mit sozialen und wirtschaftlichen Faktoren erklärt werden kann, so wird dies auf der Ebene der lokalen Gebietskörperschaften noch deutlicher. Denn in den einzelnen Landkreisen und kreisfreien Städten ist die Entwicklung zum Teil extrem unterschiedlich verlaufen – und zwar sowohl im östlichen als auch im westlichen Bundesgebiet und auch innerhalb der einzelnen Länder (vgl. Tabelle 3). (17) In Ostdeutschland reicht die Bandbreite beim Rückgang der Auflagedichte der lokalen Abonnementzeitungen von nicht weniger als 47,1 Prozent (Landkreis Barnim/Brandenburg) bis hin zu vergleichsweise moderaten 17,7 Prozent (Landkreis Döbeln/Sachsen). Und während der beste Wert im Land Brandenburg mit minus 22,1 Prozent (Prignitz) weniger als halb so dramatisch ausfällt wie im Landkreis Barnim, beträgt die größte Einbuße im Freistaat Sachsen mit minus 39,6 Prozent (Hoyerswerda) wiederum mehr als doppelt so viel wie im Landkreis Döbeln. Eine

ähnlich große Spreizung, also extrem unterschiedliche Entwicklungen, sind auch in den anderen ostdeutschen Ländern zu verzeichnen.

Auch im westlichen Bundesgebiet kann von einer auch nur annähernd homogenen Entwicklung kaum gesprochen werden – im Gegenteil: Hier klaffen die Veränderungen zum Teil sogar noch weiter auseinander. So liegt der negative Spitzenwert bei der Veränderung der Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen bei einem Minus von gut 33 Prozent (Stadt Offenbach/Hessen); andere Gebietskörperschaften wie die Städte Weiden (Bayern), Pforzheim (Baden-Württemberg) und Speyer (Rheinland-Pfalz) liegen nur knapp unterhalb der 30-Prozent-Marke. Demgegenüber gibt es einige (wenige) Gebietskörperschaften, in denen die Einbußen nicht nur deutlich unterdurchschnittlich ausfallen, sondern – völlig entgegengesetzt zum allgemeinen Trend – die lokal informierende Tageszeitung als das Medium der Nahwelt sogar an Bedeutung hinzugewonnen hat. Das Paradebeispiel hierfür ist die Stadt Wolfsburg (Niedersachsen): Die beiden hier gegeneinander konkurrierenden Titel – Wolfsburg Allgemeine Zeitung und Braunschweiger Zeitung (Ausgabe Wolfsburg) – haben zusammen ihre Auflagedichte seit 1996 um mehr als 15 Prozent gesteigert. Weitere Gebietskörperschaften mit einer höheren oder zumindest unveränderten Auflagedichte lokaler Abonnementzei-

#### Auflagenentwicklung auch in Westdeutschland lokal sehr unterschiedlich

③ **Gebietskörperschaften mit den stärksten und geringsten Verlusten bzw. dem größten Zuwachs bei der Auflagedichte 1996 bis 2006**

*lokal informierende Abonnementzeitungen nach Ländern\**

Land	stärkster Verlust	Auflagedichte			geringster Verlust bzw. größter Zuwachs	Auflagedichte		
		1996	2006	Diff. in %		1996	2006	Diff. in %
<b>Deutschland West</b>								
Baden-Württemberg	Pforzheim	297	215	-27,6	Enzkreis	270	264	-2,2
Bayern	Weiden	377	270	-28,4	Garmisch-Partenkirchen	236	239	1,3
Hessen	Offenbach (Stadt)	288	192	-33,3	Marburg-Biedenkopf	233	227	-2,6
Niedersachsen	Vechta	295	231	-21,7	Wolfsburg	254	293	15,4
Nordrhein-Westfalen	Aachen (Stadt)	252	188	-25,4	Mettmann	242	224	-7,4
Rheinland-Pfalz	Speyer	313	227	-27,5	Südwestpfalz	247	252	2,0
Saarland	Neukirchen	212	170	-19,8	Saarbrücken	221	193	-12,7
Schleswig-Holstein	Segeberg	212	180	-15,1	Schleswig	277	265	-4,3
<b>Deutschland Ost</b>								
Brandenburg	Barnim	255	135	-47,1	Prignitz	312	243	-22,1
Mecklenburg-Vorpommern	Rostock	339	208	-38,6	Ostvorpommern	326	254	-22,1
Sachsen	Hoyerswerda	313	189	-39,6	Döbeln	390	321	-17,7
Sachsen-Anhalt	Halle	296	191	-35,5	Wernigerode	346	255	-26,3
Thüringen	Gera	320	190	-40,6	Altenburg	308	228	-26,0

\* Ohne Berücksichtigung der Stadtstaaten.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen (1996 und 2006).

tungen sind die Kreise Holzminden/Niedersachsen (plus 4,3%), Pirmasens bzw. Südwestpfalz/Rheinland-Pfalz (plus 2%), Garmisch-Partenkirchen (plus 1,3%) und Cham/beide Bayern (keine Veränderung). In weiteren 25 Gebietskörperschaften des westlichen Bundesgebiets bewegen sich die Verluste in einem vergleichsweise moderaten Rahmen von weniger als 5 Prozent.

**Einige Abonnementzeitungen entwickelten sich entgegen dem Trend**

Diese Befunde machen eines deutlich: Die allgemein zurückgehende Akzeptanz der Tagespresse ist – jedenfalls bezogen auf die lokalen Abonnementzeitungen – keineswegs ein „Naturgesetz“, dem alle Verlage ohnmächtig und in weitgehend ähnlicher Weise ausgesetzt wären. Vielmehr gelingt es offenbar einigen Verlagen und Redaktionen, sich erfolgreich gegen diesen Trend zu stemmen oder ihn zumindest in erträglichem Rahmen zu halten, während andere Zeitungshäuser weit überdurchschnittliche, zum Teil geradezu dramatische Abwanderungen ihrer kaufbereiten Leser hinnehmen müssen.

**Verluste der Abonnementzeitungen in Städten größer als in ländlichen Regionen**

Ein weitgehend durchgängiges Entwicklungsmuster gibt es – in Ost- und Westdeutschland ganz ähnlich – nur insoweit, als die Verluste bei der Auflagedichte der lokalen Abonnementzeitungen in Großstädten und städtischen Ballungsräumen in der Regel kräftiger ausfallen als in ländlicheren Regionen. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die Straßenverkaufszeitungen in städtischen Regionen in stärkerem Maße als Konkurrenten der lokalen Abonnementzeitungen auftreten als außerhalb der Ballungsräume: Das Netz an Verkaufsstellen ist dichter, der Pendlerverkehr mit öffentlichen Transportmitteln ist intensiver und bietet somit mehr

Gelegenheiten zur schnellen Lektüre – zusätzliches Marktpotenzial also gerade für die Boulevardpresse. Dies gilt umso mehr in Städten, in denen Straßenverkaufszeitungen mit entsprechenden Lokalangaben auch eine (und sei es wenig ausführliche, wenig hintergründige und nur auf spektakuläre Ereignisse abzielende) örtliche Berichterstattung anbieten.

Dass ein solcher Zusammenhang tatsächlich besteht, zeigt sich daran, dass die Auflagedichte der lokal informierenden Abonnementzeitungen – sowohl 1996 als auch 2006, sowohl im westlichen als auch im östlichen Bundesgebiet – in größeren Städten zumeist unter dem Durchschnittswert des jeweiligen Landes liegt, die der Straßenverkaufszeitungen dagegen darüber. Allerdings: Von den zumeist überproportionalen Rückgängen der Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen in den Großstädten und urbanen Ballungsräumen haben in den weitaus meisten Fällen keineswegs die Straßenverkaufszeitungen profitiert – etwa in Form von unterdurchschnittlichen Verlusten oder gar Zugewinnen dieser Titel. Es gab hier also in der Regel keine Umorientierungen oder Umschichtungen von Teilen der Leserschaft. Vielmehr bedeutete die an Hand der Entwicklung der Auflagedichte erkennbare, teils in drastischen Ausmaßen vollzogene Abwendung von der lokalen Abonnementzeitung zugleich auch eine Abkehr vom Medium Tagespresse an sich.

**Auflagedichte 2006: Heterogene Nutzungsmuster**

Erhebliche Diskrepanzen zwischen den Ländern in Ost- und Westdeutschland, mehr aber noch auf Ebene der einzelnen lokalen Gebietskörperschaften, sind allerdings nicht nur im Hinblick darauf festzustellen, wie sich die Auflagedichte vor allem der örtlich informierenden Abonnementzeitungen

**Oftmals unterschiedliche Zeitungsverbreitung in aneinander angrenzenden Kreisen**

④ **Landkreise mit der geringsten und höchsten Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen 1996 und 2006**  
nach Ländern\*

Land	Auflagedichte (AD) in den Landkreisen 1996					Auflagedichte (AD) in den Landkreisen 2006				
	Landkreis	geringste AD	Landkreis	höchste AD	Diff. in %	Landkreis	geringste AD	Landkreis	höchste AD	Diff. in %
<b>Deutschland West</b>										
Baden-Württemberg	Lk Karlsruhe	233	Rottweil	361	54,9	Lk Karlsruhe	202	Zollernalb	301	49,0
Bayern	Lk München	192	Lichtenfels	336	83,9	Lk München	178	Cham	333	87,1
Hessen	Odenwald	226	Hochtaunus	311	37,6	Lk Offenbach	185	Hochtaunus	273	47,6
Niedersachsen	Holzminde	235	Wesermarsch	381	62,1	Harburg	192	Wesermarsch	335	74,5
Nordrhein-Westfalen	Erftrkreis	197	Märkischer K	352	78,7	Erftrkreis	165	Siegen	304	84,2
Rheinland-Pfalz	Daun	161	Lk Ludwigsh.	291	80,7	Daun	160	LK Ludwigsh.	264	65,0
Saarland	Merzig-W.	198	Saar-Pfalz	225	13,6	Merzig-W.	165	Saar-Pfalz	191	15,8
Schleswig-Holstein	Segeberg	212	Nordfriesland	299	41,0	Segeberg	180	Nordfriesland	285	58,3
Deutschland West gesamt	Daun	161	Wesermarsch	381	136,6	Daun	160	Wesermarsch	335	109,4
<b>Deutschland Ost</b>										
Brandenburg	Dahme-Spr.	244	Ostprignitz	351	43,9	Barnim	135	Ostprignitz	262	94,1
Mecklenburg-Vorpommern	Müritz	282	Nordwestm.	367	30,1	Müritz	193	Nordwestm.	259	34,2
Sachsen	Lk Leipzig	274	Döbeln	390	42,3	Delitzsch	197	Döbeln	321	62,9
Sachsen-Anhalt	Saalkreis	283	Altmark	510	80,2	Saalkreis	191	Altmark	351	83,8
Thüringen	Altenburg	308	Wartburg	375	21,8	Sömmerda	205	Ilm-Kreis	265	29,3
Deutschland Ost gesamt	Dahme-Spr.	244	Altmark	510	109,0	Barnim	135	Altmark	351	160,0

\* Ohne Berücksichtigung der Stadtstaaten sowie aller kreisfreien Städte.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen (1996 und 2006).

seit 1996 verändert hat. Auch das Niveau dieses Indikators für den Stellenwert der Zeitung als lokal informierendes Medium klafft von Kreis zu Kreis weit auseinander. Dabei lassen sich zum Teil für gleich mehrere aneinander angrenzende Landkreise und kreisfreie Städte, also für zusammenhängende Regionen, völlig unterschiedliche Nutzungsmuster und „Lesekulturen“ ausmachen. (18)

#### Beispiele

So kann man zum Beispiel in Nordrhein-Westfalen fast von einer Dreiteilung ausgehen – mit einer durchgängig weit unterdurchschnittlichen Auflagedichte im gesamten südlichen bzw. rheinländischen Teil, mit von Gebietskörperschaft zu Gebietskörperschaft ganz unterschiedlichen Werten im Ruhrgebiet sowie mit einer nahezu überall überdurchschnittlichen Auflagedichte im westfälischen Teil dieses Landes. Und auch im gesamten Saarland sowie in großen Teilen von Rheinland-Pfalz verkaufen die dort verbreiteten lokalen Abonnementzeitungen – übrigens weitestgehend in Alleinstellung – zum Teil weit über 20 Prozent weniger Exemplare pro 1000 Einwohner als im Durchschnitt der westdeutschen Länder. In diesen Fällen lassen sich die Gebiete mit besonders niedrigen Werten für die Auflagedichte so trennscharf von anderen Regionen (etwa den südlichen Teilen von Rheinland-Pfalz) mit insgesamt besseren Werten abgrenzen, dass sie den kompletten Verbreitungsgebieten einzelner regionaler Abonnementzeitungen zugeordnet werden können: Rhein-Zeitung (Koblenz), Volksfreund (Trier) und Saarbrücker Zeitung. Ähnlich ist dies im östlichen Bundesgebiet zum Beispiel bei der Lausitzer Rundschau (Cottbus) und der Märkischen Oderzeitung (Frankfurt/Oder), die in ihren jeweiligen Verbreitungsgebieten, in denen sie durchgängig als Al-

leinanbieter auftreten, auf deutlich schlechtere Werte kommen als etwa die Märkische Allgemeine, ebenfalls im Land Brandenburg.

Als weitgehend gemeinsames Merkmal ist für die alten und neuen Länder festzustellen: In größeren Städten liegt die Auflagedichte der lokalen Abonnementzeitungen überwiegend deutlich unter dem Durchschnittswert; dafür ist hier – wie bereits erwähnt – der Stellenwert von Straßenverkaufszeitungen, aber auch der der sonstigen, nicht örtlich berichtenden Abonnementzeitungen zumeist weit aus größer als in ländlicheren Regionen. Letzteres liegt nicht zuletzt daran, dass Großstädte zumeist auch Sitz von Regierungs- und Verwaltungsbehörden, aber zum Beispiel auch Hochschulstandorte sind – hier gibt es also einen sehr viel größeren Kreis von institutionellen Abonnenten gerade auch der überregionalen Tagespresse. In etlichen Großstädten führt dies dazu, dass der Gesamtwert für die Auflagedichte aller Zeitungen zum Teil weit über dem Durchschnittsniveau liegt.

Doch auch jenseits solcher Stadt-Land-Unterschiede besteht ein zum Teil krasses Gefälle zwischen den Niveaus der Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen in den einzelnen Gebietskörperschaften. So war im Jahr 2006 in Westdeutschland der Spitzenwert (Landkreis Wesermarsch/Niedersachsen) mit 335 mehr als doppelt so hoch wie im Landkreis Daun (Rheinland-Pfalz), der Gebietskörperschaft mit der niedrigsten Auflagedichte (160); zehn Jahre zuvor war der Unterschied sogar noch größer (vgl. Tabelle 4). Und selbst innerhalb ein- und desselben Landes sind die Dis-

**Stadt-Land-Vergleich:**  
**Abozeitungen in Städten unterdurchschnittlich, Boulevard- und sonstige Presse überdurchschnittlich verbreitet**

**Krasses Gefälle zwischen den Niveaus der Auflagedichte**

krepanzen zwischen den einzelnen Landkreisen zum Teil enorm – so in Bayern zwischen Cham (333) und den Landkreisen München (178) und Landsberg (190) oder in Baden-Württemberg zwischen dem Zollernalbkreis (301) und dem Landkreis Karlsruhe (202). Ein sogar noch etwas heterogeneres Bild zeigt sich im östlichen Bundesgebiet. Hier klafft zwischen den beiden Extremwerten – Altmarkkreis Salzwedel/Sachsen-Anhalt (351) und Landkreis Barnim/Brandenburg (135) – eine Diskrepanz von rund 160 Prozent. Und auch hier fallen die entsprechenden Werte selbst innerhalb der einzelnen Länder zum Teil weit auseinander.

**Soziodemografische und ökonomische Faktoren reichen als Erklärung nicht aus**

Wie aber lassen sich solche teils gravierenden Unterschiede im Niveau wie auch in der seit 1996 erfolgten Entwicklung der Auflagedichte erklären? Wie kann es sein, dass in den neuen Ländern rund 30, im westlichen Bundesgebiet sogar fast 50 Prozentpunkte zwischen beiden Veränderungsextremen liegen und beim Niveau der Auflagedichte in Ost und West sogar eine Diskrepanz von weit über 100 Prozent zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Wert besteht? Es soll hier nicht bezweifelt werden, dass eine Fülle von – insbesondere soziodemografischen und ökonomischen – Faktoren als Ursachen solcher Entwicklungs- und Niveauunterschiede in Betracht kommen. Wenn also soziale und wirtschaftliche Indikatoren wie Haushaltseinkommen und Kaufkraft, Arbeitslosenquote etc. auf von Kreis zu Kreis ganz unterschiedliche soziale und wirtschaftliche Strukturen verweisen und sich diese Indikatoren im Untersuchungszeitraum zudem in unterschiedlicher Weise verändert haben, kann dies auch entsprechend unterschiedliche Folgen für die Bereitschaft der Menschen haben, eine Zeitung zu kaufen bzw. zu abonnieren. Solche Indikatoren wurden in der vorliegenden Studie nicht ermittelt; deren Einfluss auf das Niveau und die Veränderungen der Auflagedichte in den einzelnen Gebietskörperschaften ist somit nicht quantifizierbar. Doch ist es überhaupt denkbar, dass sich die soziodemografischen Strukturen etwa in Offenbach und Wolfsburg derart unterschiedlich verändert haben, dass sie für die extrem gegenläufige Entwicklung der Auflagedichte in beiden Städten (allein oder auch nur in erster Linie) verantwortlich wären? Ernsthafte Zweifel seien – nicht nur bei diesem Extrembeispiel, sondern mit Blick auf die Heterogenität der gesamten Entwicklung in Ost- und Westdeutschland – erlaubt. Naheliegender ist es daher, die Marktstrukturen mit ins Blickfeld zu nehmen – also konkret der Frage nachzugehen, ob ein Zusammenhang besteht zwischen der Auflagedichte insbesondere von lokal informierenden Abonnementzeitungen und den jeweiligen Wettbewerbsverhältnissen in den einzelnen Gebietskörperschaften.

**Auflagedichte in Monopol- und Wettbewerbsgebieten**

Theoretisch lässt eines darauf schließen, dass die Auflagedichte von Zeitungen überall dort tendenziell höher ist, wo zwei oder mehr Titel gegeneinander konkurrieren und sich entsprechend intensiv

**Wettbewerb erhöht Attraktivität der Zeitungen**

um die Gunst der Leser bemühen – mit publizistischen Mitteln, aber auch mit Marketingmaßnahmen oder anderen verkaufsfördernden Aktivitäten der Verlage. Wenn nach den weitgehend übereinstimmenden Ergebnissen mehrerer Studien die Lokalteile von Zeitungen mit örtlicher Konkurrenz umfangreicher sind als die von Monopolblättern, so ist dies ein Merkmal dieser Zeitungen, das selbst von gelegentlichen Lesern unmittelbar wahrgenommen werden kann: Der durch sporadisches Lesen oder flüchtiges Durchblättern entstehende Eindruck, eine sehr ausführliche Information über das örtliche Geschehen geboten zu bekommen, kann zum regelmäßigen Bezug dieser Zeitung anregen. Ein solcher Anreiz zum Zeitungskauf wird in Wettbewerbsgebieten zusätzlich dadurch erhöht, dass die Bezugspreise häufig niedriger sind als in Regionen ohne örtliche Konkurrenz, da etliche Verlage gezielt mit gespaltenen Vertriebspreisen arbeiten. (19) Zudem ist davon auszugehen, dass auch „institutionelle“ Abonnenten zum gewissen, allerdings nicht quantifizierbaren Teil zu einer höheren Auflagedichte in Wettbewerbsgebieten beitragen: Die kommunalen Behörden, aber zum Beispiel auch Rechtsanwalts- oder Steuerberaterkanzleien und selbst der Friseursalon werden dort, wo es zwei örtliche Zeitungen gibt, in vielen Fällen auch beide Blätter für eigene Zwecke oder für ihre Mandanten und Kunden beziehen.

Die vorliegenden Daten stützen diese Annahmen – und zwar in einem Ausmaß, das kaum auf solche „institutionellen“ Abonnenten allein zurückzuführen ist (vgl. nochmals Tabellen 1 und 2). So lag die Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen in den neuen Ländern im Jahr 1996 in Wettbewerbsgebieten im Durchschnitt um rund 10,5 Prozent über dem entsprechenden Niveau in Gebietskörperschaften mit nur einer Lokalzeitung; bezogen auf alle Zeitungen lag der Wert um etwa 9 Prozent darüber. Diese Unterschiede haben sich bis 2006 mit dann gut 9 bzw. 8 Prozent geringfügig nivelliert. Im westlichen Bundesgebiet waren die Abweichungen in der Auflagedichte zwischen Mehr- und Ein-Zeitungs-Kreisen mit ca. 7 bzw. 6 Prozent geringer. Sie haben sich zudem etwas stärker abgebaut als in Ostdeutschland (auf jeweils 5% sowohl für die lokal informierenden Abonnementzeitungen als auch bezogen auf den Gesamtwert), weil hier der Rückgang der Auflagedichte in Wettbewerbsgebieten im Durchschnitt sogar etwas höher ausgefallen ist als in Gebietskörperschaften mit einem Zeitungsmonopol. Dass dem so ist, lässt sich auf Anhieb kaum erklären; erst ein näherer Blick auf die Veränderungen in den einzelnen Mehr-Zeitungs-Kreisen offenbart einige „Ausreißer“ nach unten, die den Durchschnittswert drücken – so etwa die bereits erwähnte Stadt Offenbach mit einem Minus von über 33 Prozent.

Doch die bisher präsentierten Vergleichsdaten zur Auflagedichte in Monopol- und Wettbewerbsgebieten vermitteln ein unvollständiges Bild, denn sie berücksichtigen nicht die unterschiedliche Wettbewerbsintensität in den einzelnen Mehr-Zeitungs-

**Befund: Höhere Auflagedichte von Abozeitungen in Wettbewerbsgebieten**

**Unterschiedliche Wettbewerbsintensität in Mehr-Zeitungs-Kreisen**

⑤ **Auflagendichte der Tageszeitungen in West- und Ostdeutschland (ohne Berlin) 1996 bis 2006 nach Wettbewerbsintensität<sup>1)</sup>**

Wettbewerbsintensität	1996/ 2006 <sup>2)</sup> n=	Auflagendichte 1996				Auflagendichte 2006				Diff. 1996 zu 2006 in %			
		Lokalz.	Boule- vardz.	Sonst. Z.	Gesamt	Lokalz.	Boule- vardz.	Sonst. Z.	Gesamt	Lokalz.	Boule- vardz.	Sonst. Z.	Gesamt
<b>Deutschland West gesamt</b>													
Durchschnitt	327 <sup>3)</sup>	279	82	17	377	243	61	15	319	-12,9	-25,6	-11,8	-15,4
ohne Wettbewerb A	149/162	268	79	18	365	237	58	16	311	-11,6	-26,6	-11,1	-14,8
mit Wettbewerb B-F	178/165	287	85	15	387	248	64	15	326	-13,6	-24,7	0,0	-15,8
mit Wettbewerb B	0/1	-	-	-	-	199	88	64	351	-	-	-	-
mit Wettbewerb C	32/35	275	76	15	366	231	58	14	303	-16,0	-23,7	-6,7	-17,2
mit Wettbewerb D	5/6	271	104	24	399	225	94	29	348	-17,0	-9,6	20,8	-12,8
mit Wettbewerb E	131/115	293	79	13	385	257	58	12	327	-12,3	-26,6	-7,7	-15,1
mit Wettbewerb F	10/8	261	183	40	485	221	140	43	403	-15,3	-23,5	7,5	-16,9
mit weniger Wettbewerb	26	297	82	18	397	236	58	15	309	-20,5	-29,3	-16,7	-22,2
<b>Deutschland Ost gesamt</b>													
Durchschnitt	111 <sup>3)</sup>	326	62	8	396	221	57	9	287	-32,2	-8,1	12,5	-27,5
ohne Wettbewerb A	66/78	313	61	8	382	215	57	8	280	-31,3	-6,6	0,0	-26,7
mit Wettbewerb B-F	45/33	346	63	8	417	235	59	10	303	-32,1	-6,3	25,0	-27,3
mit Wettbewerb B	4/4	305	113	14	432	208	90	17	316	-31,8	-20,4	21,4	-26,9
mit Wettbewerb C	8/12	344	59	11	414	224	47	8	280	-34,9	-20,3	-27,3	-32,4
mit Wettbewerb D	0/0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mit Wettbewerb E	32/16	352	54	7	413	251	53	9	314	-28,7	-1,9	28,5	-24,0
mit Wettbewerb F	1/1	317	158	20	495	215	129	21	366	-32,2	-18,4	5,0	-26,1
mit weniger Wettbewerb	17	347	51	4	402	229	47	4	280	-34,0	-7,8	0,0	-30,3

1) Definitionen der Wettbewerbsintensität: Typ A: keinerlei Wettbewerb zwischen lokal informierenden Tageszeitungen; Typ B: Wettbewerb lediglich zwischen einer lokal informierenden Abonnementzeitung und einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en); Typ C: (eingeschränkter) Wettbewerb zwischen lokal informierenden Abonnementzeitungen aus demselben Verlag/derselben Verlagsgruppe; Typ D: wie C, jedoch zusätzlich Wettbewerb mit einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en); Typ E: uneingeschränkter Wettbewerb zwischen lokal informierenden Abonnementzeitungen aus unterschiedlichen Verlagen/Verlagsgruppen; Typ F: wie E, jedoch zusätzlich Wettbewerb mit einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en).

2) Zahl der entsprechenden Gebietskörperschaften in den Jahren 1996 bzw. 2006.

3) Für beide Jahre wurden die Werte der Auflagendichte auf den Gebietsstand von 1996 berechnet.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen (1996 und 2006).

Kreisen. Sie differenzieren lediglich danach, ob es – unter Einschluss der Straßenverkaufspressen – mehr als eine örtlich informierende Zeitung in den einzelnen Gebietskörperschaften gibt oder nicht. Zwar wurde diese Wettbewerbsintensität im Rahmen dieses Beitrags schon aus Gründen der schwierigen Operationalisierung nicht erhoben. Doch lässt sich auf Grundlage der unterschiedlichen Marktstrukturen eine Klassifizierung der Konkurrenzverhältnisse auf Ebene der lokalen Gebietskörperschaften vornehmen, die zumindest Rückschlüsse auf unterschiedliche Intensitäten eines publizistisch wie auch durch Marketingmaßnahmen ausgetragenen örtlichen Wettbewerbs erlaubt:

#### Sechs Typen von Wettbewerbsstrukturen

A: keinerlei Wettbewerb zwischen lokal informierenden Tageszeitungen;

B: Wettbewerb lediglich zwischen einer lokal informierenden Abonnementzeitung und einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en);

C: (eingeschränkter) Wettbewerb zwischen lokal informierenden Abonnementzeitungen aus demselben Verlag/derselben Verlagsgruppe;

D: wie C, jedoch zusätzlich Wettbewerb mit einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en);

E: (uneingeschränkter) Wettbewerb zwischen lokal informierenden Abonnementzeitungen aus unterschiedlichen Verlagen/Verlagsgruppen;

F: wie E, jedoch zusätzlich Wettbewerb mit einer (oder mehreren) lokal ausgerichteten Straßenverkaufszeitung(en).

Im Rahmen der Ermittlung der Auflagendichte der Zeitungen wurde an beiden Untersuchungszeitpunkten für jede Gebietskörperschaft bestimmt, welcher dieser sechs Typen von Wettbewerbsstrukturen sie zuzuordnen ist. Darüber hinaus wurde ermittelt, in welchen Landkreisen und kreisfreien Städten es zwischen den ersten Quartalen der Jahre 1996 und 2006 zu einer Veränderung der Wettbewerbsverhältnisse, namentlich zu einer Verringerung des publizistischen Angebots gekommen ist. In Westdeutschland war dies in 26, im östlichen Bundesgebiet in 17 Gebietskörperschaften der Fall. (20)

Wird der Analyse diese Klassifizierung zugrunde gelegt, zeigt sich ein differenzierteres Bild (vgl. Tabelle 5): In Westdeutschland lag die Auflagendichte lokal informierender Abonnementzeitungen 1996

**Publizistischer Wettbewerb führt zu höherer Auflagendichte**

in Gebieten mit (uneingeschränkter) Konkurrenz mehrerer solcher Zeitungen (Typ E) im Durchschnitt um mehr als 9 Prozent über dem Wert in Monopolgebieten (A); zehn Jahre später waren es rund 8 Prozent. In den neuen Ländern war der entsprechende Wert im Ausgangsjahr mit ca. 12,5 Prozent nicht nur höher, er ist bis 2006 auch weiter auf rund 17 Prozent gestiegen. Sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland war der Rückgang der Auflagedichte zwischen 1996 und 2006 hier zudem geringer als im Durchschnitt. Bemerkenswert sind drei weitere, in Ost- und Westdeutschland ähnlich ausgeprägte Trendmuster:

1. In Gebietskörperschaften mit einer nur eingeschränkten Konkurrenz zwischen lokal informierenden Abonnementzeitungen (Typ C) erreicht deren (gemeinsame) Auflagedichte nur etwa das Durchschnittsniveau; in den alten Ländern war sie 2006 sogar noch niedriger als in Monopolgebieten. Ein solches Wettbewerbsmodell, das in Westdeutschland sehr viel häufiger vorzufinden ist als im östlichen Bundesgebiet und dem im Kontext der von der vormaligen rot-grünen Bundesregierung vorgelegten Pläne zur Lockerung der Pressefusionskontrolle eine noch größere Bedeutung beigemessen wurde, trägt offenbar nicht dazu bei, der lokalen Abonnementzeitung zu einem insgesamt höheren Stellenwert zu verhelfen.

2. In Gebietskörperschaften, in denen neben mehreren örtlich informierenden Abonnementzeitungen aus unterschiedlichen Verlagen zusätzlich lokal ausgerichtete Straßenverkaufszeitungen am Markt sind (Typ F), ist die Auflagedichte der Tagespresse mit Abstand am höchsten: In Ost wie West lag der entsprechende Wert in beiden Jahren jeweils um rund 30 Prozent über dem Niveau in Monopolgebieten.

3. In jenen Gebietskörperschaften schließlich, in denen sich zwischen 1996 und 2006 das publizistische Angebot verringert hat, fällt der Rückgang der Auflagedichte lokal informierender Tageszeitungen mit 20,5 Prozent (Westdeutschland) bzw. 34 Prozent (Ostdeutschland) stärker als im Durchschnitt aus. Diese überproportionalen Verluste werden auch nicht durch eine entsprechend unterdurchschnittliche Veränderung bei den Straßenverkaufs- oder den sonstigen Abonnementzeitungen kompensiert – eher im Gegenteil. Werden also Zeitungen oder einzelne Ausgaben von Zeitungen vom Markt genommen, verstärkt dies offenbar den rückläufigen Trend bei Auflage und Auflagedichte der Tagespresse. Leser von Zeitungen, die ihr Erscheinen einstellen, nehmen dies demnach vielfach zum Anlass, sich ganz von diesem Medium abzuwenden.

#### Fazit

Insgesamt lässt sich aus den vorliegenden Daten schließen: Es besteht durchaus ein Zusammenhang zwischen den Wettbewerbsverhältnissen auf lokalen Märkten und dem Stellenwert, den die Tagespresse in den Augen ihrer Leser genießt. Diese honorieren es offenbar, wenn Verlage und Redaktionen sich – aufgrund des Wettbewerbsdrucks durch einen örtlichen Konkurrenten umso mehr – intensiv um Akzeptanz und Zuwendung der Rezipienten bemühen. Ein umfangreicher Lokalteil und mithin die Ausführlichkeit der örtlichen Berichterstattung mögen – als rein quantitativer Indikator – noch keinen Aufschluss über die Qualität des publizistischen Angebots der Zeitungen erlauben. Sie können jedoch, selbst für sporadische Rezipienten, als unmittelbar sichtbarer Ausdruck des Bemühens der Redaktionen gewertet werden, Leser an die Zeitung zu binden. Gesteigerte Umfänge von Zeitungen und insbesondere ihrer Lokalteile sind somit nicht nur als eine Folge örtlich vorhandener publizistischer Konkurrenz und als ein Wettbewerbsinstrument anzusehen, mit dem die Verlage und Redaktionen vielfach auf solche Konkurrenzverhältnisse reagieren. Sie sind zugleich auch, ganz unabhängig von den konkreten örtlichen Wettbewerbsverhältnissen, ein probates Mittel, um Auflagenverluste zu minimieren und dem schleichenden Bedeutungsverlust der Lokalzeitung entgegenzuwirken.

Wenn allerdings Redaktionen mangels jeglichen Wettbewerbsdrucks – wie in den weitaus meisten Regionen Ostdeutschlands der Fall – offenbar darauf verzichten, den Rezipienten durch eine umfangreiche Berichterstattung zu signalisieren, dass sie sich intensiv um die Nahwelt ihrer Leser kümmern und sich auf diese Weise um publizistische Qualität bemühen, (21) trägt dies offenbar zum Akzeptanzverlust der Zeitungen bei. Zumindest kommt dies als weiterer Erklärungsansatz neben den sozialen und wirtschaftlichen Problemen in Betracht. Die Frage nach den redaktionellen Leistungen und der publizistischen Qualität ihrer Zeitungen müssen sich allerdings auch jene Verlage in Westdeutschland gefallen lassen, die in ihren Verbreitungsgebieten oder Teilen davon weit unterdurchschnittliche Werte für die Auflagedichte erzielen und/oder bei diesem Indikator für den gesellschaftlichen Stellenwert der Zeitung weit überproportionale Einbußen zu verzeichnen haben. Dies gilt umso mehr für solche Verlage und Redaktionen, die in ihren Verbreitungsgebieten bereits seit vielen Jahren als Alleinanbieter und mithin ohne jeglichen Konkurrenzdruck agieren. Oder sollte es nur purer Zufall sein, dass gerade in vielen solcher Gebietskörperschaften, die bereits seit Jahrzehnten zu den Ein-Zeitungs-Kreisen in Westdeutschland gehören, die Auflagedichte lokaler Abonnementzeitungen besonders niedrig ist?

**Zusammenhang zwischen publizistischem Wettbewerb und Stellenwert der Tagespresse**

**Mangelnder Konkurrenzdruck mitverantwortlich für Akzeptanzverlust der Zeitungen**

## Anmerkungen:

- 1) Vgl. hierzu vor allem die von Walter J. Schütz und Horst Röper regelmäßig vorgelegten Analysen zur publizistischen und wirtschaftlichen Konzentration auf dem deutschen Zeitungsmarkt; zuletzt Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2006. Trotz Anzeigen und Auflagenverlusten kaum Zeitungskrise spürbar. In: Media Perspektiven 11/2007, S. 560–588; Röper, Horst: Probleme und Perspektiven des Zeitungsmarktes. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2006. In: Media Perspektiven 5/2006, S. 283–297.
- 2) Gekürzte und überarbeitete Fassung des Beitrags von Möhring, Wiebke/Dieter Stürzebecher: Lokalzeitung – quo vadis? Auflagedichte lokal informierender Abonnementzeitungen 1996–2006. In: Möhring, Wiebke/Walter J. Schütz/Dieter Stürzebecher (Hrsg.): Journalistik und Kommunikationsforschung. Festschrift für Beate Schneider. Berlin 2007, S. 81–110.
- 3) Erstmals verwendet hat diesen Begriff Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1991. In: Media Perspektiven 2/1992, S. 74–107; hier S. 80.
- 4) Vgl. hierzu unter anderen Schneider, Beate/Dieter Stürzebecher: Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Bundesländern. Baden-Baden 1998; Schneider, Beate/Wiebke Möhring/Dieter Stürzebecher: Ortsbestimmung. Lokaljournalismus in den neuen Ländern. Konstanz 2000.
- 5) Vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V.: Zeitungen 2006. Berlin 2006, S. 366.
- 6) Vgl. Schneider/Stürzebecher (Anm. 4), S. 91.
- 7) Vgl. zum Beispiel Keller, Dieter: Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 1995. Bonn 1995, S. 36–105.
- 8) Ebd.; zuletzt erneut in Keller, Dieter: Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 2006, Berlin 2006, S. 19–89, hier: S. 45.
- 9) Vgl. ebd.
- 10) Vgl. Schütz (Anm. 2), S. 580.
- 11) Vgl. Saxer, Ulrich: Lokale Kommunikation – Bilanz der Forschung. In: Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.): Lokalkommunikation. München 1980; vgl. auch den Studienüberblick in Jonscher, Norbert: Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Opladen 1995.
- 12) Vgl. Haller, Michael/Thomas Mirbach: Medienvielfalt und kommunale Öffentlichkeit. München 1995; Schneider/Möhring/Stürzebecher (Anm. 4).
- 13) Vgl. Schütz, Walter J.: Auflagedichte im deutschen Zeitungsmarkt. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 2000. Berlin 2000, S. 252–265.
- 14) Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (Hrsg.): IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen 1996. Kreiskartei Bd. 1 und 2, Bonn 1996. Gebietsstand: 1.1.1996; bevölkerungsstatistische Daten: Stand vom 31.12.1993; verkaufte Auflage für das 1. Quartal 1996; ferner für 2006 Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (Hrsg.): IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen 2006, Berlin 2006 (auf CD-ROM). Gebietsstand: 31.12.2005; bevölkerungsstatistische Daten: Stand vom 31.12.2004; verkaufte Auflage für das 1. Quartal 2006.
- 15) Die detaillierten methodischen Grundlagen sind dem Beitrag von Möhring/Stürzebecher (Anm. 2) zu entnehmen.
- 16) Zur Identifizierung solcher jeweils lokal informierenden Abonnementzeitungen vgl. Schütz, Walter J.: Zeitungen in Deutschland. Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949 – 2004. Berlin 2005.
- 17) Im Beitrag von Möhring/Stürzebecher (Anm. 2) wurden die unterschiedlichen Veränderungen in den einzelnen Gebietskörperschaften auf Basis der Verwaltungsgrenzenkarte des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung visualisiert (S. 90–93).
- 18) Auch diese Daten wurden im Beitrag von Möhring/Stürzebecher (Anm. 2) entsprechend visualisiert (S. 95–98).
- 19) Vgl. Stürzebecher, Dieter: Vertriebspreise als Wettbewerbsfaktor. Bedingungen und Strukturen des Wettbewerbs auf dem deutschen Zeitungsmarkt. In: Media Perspektiven 12/1995, S. 594–609.
- 20) Die Identifizierung solcher Landkreise und kreisfreien Städte erfolgte auf Grundlage der Daten beider IVW-Verbreitungsanalysen und an Hand der Angaben in den pressestatistischen Analysen zur Entwicklung der wirtschaftlichen Konzentration sowie zur redaktionellen und verlegerischen Struktur der Tagespresse, die von Walter J. Schütz bzw. Horst Röper regelmäßig in Media Perspektiven vorgelegt werden. Vgl. zuletzt Schütz (Anm. 1); ders.: Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. Übersicht über den Stand 2006. In: Media Perspektiven 11/2007, S. 589–598; Röper (Anm. 1).
- 21) Vgl. hierzu die Ergebnisse von Inhaltsanalysen einer gerade auch nach Wettbewerbsverhältnissen sowie zusätzlich nach Größe bzw. Bevölkerungsstärke der jeweiligen Verbreitungsgebiete differenzierten Stichprobe ost- und westdeutscher Zeitungen in Schneider/Möhring/Stürzebecher (Anm. 4).

