

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2012

→ Zeitungsmarkt 2012: Konzentration erreicht Höchstwert

Von Horst Röper*

2010/2011 Transaktionen vor allem im Bereich Regionalzeitungen

Die Zeitungsbranche ist weiterhin in Bewegung. Aber anders als im Jahr 2009, als insbesondere die Beteiligungsverkäufe der Springer AG die Fallzahl stark steigen ließen, betrafen die Transaktionen in 2010 und in 2011 jeweils nur einzelne Titel. Dennoch erreicht die Konzentration im Zeitungsmarkt – gemessen als Anteile der Verlage an der verkauften Gesamtauflage – 2012 einen neuen Höchstwert. Wie schon in den letzten Jahren ging es erneut vor allem um Regionalzeitungen mit durchaus stattlichen Auflagen und nicht so sehr um die generell häufig als bestandsgefährdet eingeschätzten klein-auftragigen Lokalzeitungen. Es sind nicht mehr – wie in der Vergangenheit häufig – Erbfolgeprobleme, die zu Verkäufen von Zeitungen und Verlagen führen, sondern Branchenausstiege aus anderen Gründen. Von den jüngsten (Teil-)Verkäufen waren folgende Titel betroffen:

- Westfalen-Blatt, Bielefeld,
- Main Post, Würzburg,
- Abendzeitung, Ausgabe Nürnberg,
- Oranienburger Generalanzeiger,
- Südkurier, Konstanz,
- Remscheider General-Anzeiger,
- Obermain Tagblatt,
- Märkische Allgemeine, Potsdam.

Holtzbrinck-Gruppe wegen Verkäufen nicht mehr unter zehn auflagenstärksten Verlagen

Wie in früheren Jahren wurden die Transaktionen bis auf eine alle branchenintern vollzogen, (1) womit automatisch die horizontale Konzentration steigt. Im Fall der Holtzbrinck-Gruppe, die gleich zwei Zeitungen mehrheitlich veräußerte, ist die Wirkung entgegengesetzt. Die Holtzbrinck-Gruppe in Stuttgart zählte seit Jahrzehnten zu den auflagenstärksten Verlagsgruppen in Deutschland, hat diesen Rang nun aber eingebüßt. Der frühere Verleger Dieter von Holtzbrinck hatte diese Verlagsbeteiligungen über Jahre zum Teil erst nach harten Auseinandersetzungen zusammengetragen. Sein Bruder und Nachfolger als Chef der Gruppe, Stefan von Holtzbrinck, beendet nun diese Ära und verkauft nach und nach die Beteiligungen an Zeitungsunternehmen. (2)

Augsburger Allgemeine erstmals unter Top 10

Käufer bei den letzten beiden Holtzbrinck-Transaktionen war jeweils das Unternehmen rund um die Augsburgers Allgemeine. Die Augsburgers haben zunächst die Main Post in Würzburg vollständig übernommen und später mit 51 Prozent auch die

Mehrheit beim Südkurier in Konstanz gekauft. Die Augsburgers Verlagsgruppe ist damit erstmals unter die zehn auflagenstärksten Unternehmen aufgestiegen, und zwar gleich auf Rang 8 (vgl. dazu weiter unten).

Diese Zukäufe zeigen zugleich auch exemplarisch, welche Gefahren mit Kettenbildungen von Regionalzeitungen verbunden sind, weil die Beziehungen zwischen den großen Marktteilnehmern immer enger werden. Die Augsburgers Verlagsgruppe arbeitet seit Jahrzehnten mit Georg Fürst von Waldburg-Zeil zusammen und teilt sich hälftig den Besitz der Allgäuer Zeitung in Kempten, die eng mit der Augsburgers Allgemeinen kooperiert und von ihr den überregionalen Mantel bezieht. Entlang der Landesgrenze zwischen Bayern und Baden-Württemberg grenzen die beiden Zeitungen aus Oberschwaben an das Verbreitungsgebiet der Schwäbischen Zeitung aus Leutkirch an. Auch an diesem Verlag ist Fürst von Waldburg-Zeil maßgeblich beteiligt. Anders als an der Landesgrenze, wo die Verbreitungsgebiete ohne Überlappungen und ohne Wettbewerbsstellung getrennt sind, steht die Schwäbische Zeitung in ihrem südlichen Verbreitungsgebiet in Konkurrenz mit dem Südkurier, der nun mehrheitlich der Augsburgers Verlagsgruppe gehört und von ihr geführt wird. In der Vergangenheit haben sich die Schwäbische Zeitung und der Südkurier einen oft harten Wettbewerb geliefert und sich beispielsweise um Privatfunklizenzen gestritten. Dass eine solche Konkurrenz nun von der Augsburgers Verlegerfamilie Holland und ihrem Kooperationspartner Fürst von Waldburg-Zeil auch künftig ausgetragen werden sollte, erscheint zweifelhaft.

Ähnliche Marktstellungen ergeben sich durch die disloziert expandierenden Verlagsgruppen auch andernorts. Damit werden neue Formen eines Wettbewerbs in die Branche integriert, bei denen sich Partnerschaften in dem einen Teilmarkt mit Wettbewerbsstellungen in einem benachbarten Markt abwechseln.

Bei manchen Zeitungskäufen in letzter Zeit hat das Bundeskartellamt auch dann keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken geltend gemacht, wenn es um die Fusionen von Nachbarverlagen ging. So konnte die Märkische Oderzeitung in Brandenburg den Oranienburger Generalanzeiger von der Ippen-Gruppe übernehmen. Im Normalfall geht das Bundeskartellamt bei der Fusionsprüfung davon aus, dass Nachbarverlage potenzielle Wettbewerber sind, da Expansionen das Eindringen in das Verbreitungsgebiet von Nachbarzeitungen bedeuten würden. Fusionieren Nachbarverlage, entfällt dieser potenzielle Wettbewerb. Mit dieser Begründung sind stringent in der Vergangenheit etliche Fusionen nicht genehmigt worden bzw. wurden schon im Vorfeld einer förmlichen Fusionsanmeldung nach entsprechenden Hinweisen des Amtes aufgegeben. Die bundesweite Entwicklung des Zeitungsmarktes hat in der Praxis nur sehr wenige Belege für die These über den potenziellen Wettbewerb von Nachbarverlagen gezeitigt. Für die publizisti-

Kettenbildungen und Kooperationen können Wettbewerb schwächen

Kartellamt genehmigte auch Fusionen von Nachbarverlagen

* FORMATT-Institut, Dortmund.

sche Vielfalt waren die Untersagungen des Bundeskartellamts gleichwohl ganz wesentlich, da Angebotskürzungen oder redaktionelle Einschnitte bei Nachbarschaftsfusionen viel stärker drohen als bei dislozierten Aufkäufen. Wegen dieser betriebswirtschaftlichen Lukrativität werden solche Nachbarschaftsfusionen dennoch angestrebt.

Annahme, Nachbarschaftsfusionen verhindern potenziellen Wettbewerb, soll laut BDZV-Forderung nicht mehr gelten

Die Verlegerverbände, der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und der Verband Deutscher Lokalzeitungen (VDL), hatten 2011 mit einem Eckwertepapier zur Reform des Kartellrechts entsprechend eine Änderung angemahnt. (3) Aus Sicht der Zeitungsverleger soll künftig die generelle Annahme einer Verhinderung potenziellen Wettbewerbs bei Nachbarschaftsfusionen nicht mehr ausreichen. Vielmehr müsse es in jedem Einzelfall Belege für einen solchen Wettbewerb in den letzten Jahren geben. Das zuständige Bundeswirtschaftsministerium ist dieser Auffassung aber bislang nicht gefolgt. Im vorliegenden Referentenentwurf zur Novellierung der Presseklause im Kartellrecht ist das Thema ausgespart. Um den potenziellen Wettbewerb zwischen Nachbarschaftsverlagen wird auch gerichtlich gestritten. Derzeit ist ein Verfahren beim Bundesgerichtshof anhängig. (4)

Das Bundeskartellamt hat bei seinen Einzelfallentscheidungen aber auch bislang schon flexibel agiert. Neben der Nachbarschaftsfusion in Brandenburg hat das Amt auch die Fusion der Verlage des Remscheider General-Anzeigers und des Solinger Tageblatts genehmigt, obwohl auch deren Verbreitungsgebiete im Bergischen Land direkt benachbart sind. Die Übernahme durch die Solinger hatte aber auch Merkmale einer Sanierungsfusion.

Aufgreifschwelle für Fusionen durch Kartellamt soll angehoben werden

Gerade Fusionen von Verlagen dieser Größenordnung könnten künftig allerdings erheblich erleichtert werden. Das Bundeswirtschaftsministerium plant in der 8. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) die Aufgreifschwelle für die Fusionsprüfung durch das Bundeskartellamt deutlich anzuheben. Müssen bislang im Pressebereich alle Fusionen ab einem Gesamtumsatz der Fusionspartner in Höhe von 25 Mio Euro pro Jahr angemeldet und genehmigt werden, soll diese Schwelle künftig bei 62,5 Mio Euro Jahresumsatz liegen. (5) In diesem Punkt ist das Ministerium dem Vorschlag der Verlegerverbände gefolgt. Sollte der Bundestag dem zustimmen, würden kleineren Verlagen Fusionen deutlich erleichtert. Größere Verlage müssten wegen ihres hohen Umsatzes allerdings auch künftig den Kauf von kleinen Verlagen überprüfen lassen. Wie viele Verlage von dieser Neuregelung betroffen wären, lässt sich kaum abschätzen, da zuverlässige Quellen zum Umsatz von Zeitungsverlagen nicht vorliegen. Das Bundeskartellamt geht davon aus, dass bei Anhebung der Erfassungsschwelle im Vergleich zur gegenwärtigen Praxis ein Fünftel der Prüfverfahren entfielen. (6)

Vielfalt: Kein Medium ist mit Redaktionen so präsent wie Zeitungen

Die lokalen und regionalen Abonnementzeitungen haben auch deshalb für die Vielfaltssicherung zentrale Bedeutung, weil sie über die mit Abstand bedeutendste Redaktionsstruktur im gesamten Me-

diensystem verfügen. Kein anderes Medium ist mit Redaktionen in der Fläche so präsent wie diese Zeitungen, auch wenn gerade in den letzten Jahren zahlreiche Lokalredaktionen aufgegeben worden sind. Diese Tendenz spiegelt sich auch in der Gesamtzahl der Zeitungsredakteure wider. Der BDZV veröffentlicht seit einigen Jahren entsprechende Daten für die Bundesebene. Danach ist die Zahl der Redakteure bei Tages- und Wochenzeitungen nach einem Höchststand von 15 300 im Jahr 2000 bis 2011 kontinuierlich auf 13 000 gesunken (vgl. Tabelle 1). Das entspricht einem Verlust von 15 Prozent. (7)

Auflagenverluste und der Einbruch am Werbemarkt nach dem Jahr 2000 haben dazu geführt, dass die wirtschaftliche Basis zur Finanzierung des Zeitungsjournalismus in Teilen weggebrochen ist. Personalreduktionen in den Redaktionen waren und sind Maßnahmen zur Kostendämpfung. Diese Entwicklung prägt nicht nur die Branche in Deutschland. Mit ähnlichen Problemen haben Zeitungsverlage in praktisch allen entwickelten Märkten zu kämpfen. In vielen Ländern werden Modelle praktiziert, die beiden Erlösquellen Vertriebs- und Werbeeinnahmen um eine dritte Quelle zu ergänzen. In den USA wird inzwischen eine Reihe von Redaktionen sowohl von Printprodukten als auch von Internetportalen über Stiftungen (mit-)finanziert. In Europa sind traditionelle Subventionsmodelle mit öffentlichen Geldern von einzelnen Staaten zum Teil erheblich ausgeweitet worden, zum Beispiel in Frankreich. In Deutschland dagegen haben Förderungen durch Stiftungen oder die gezielte Förderung über den Staat abseits von generellen Förderungen wie dem teilweisen Verzicht auf die Mehrwertsteuer (halbiertes Hebesatz) keinerlei Tradition. Bei den Stiftungen hierzulande ist auch derzeit keine Neuorientierung zugunsten von Medien oder des Journalismus allgemein erkennbar. (8) Ähnlich gilt dies im Generellen auch für die Politik. Allein Nordrhein-Westfalen macht mit einem Projekt zur Förderung des Lokaljournalismus eine Ausnahme, dessen Maßnahmenkatalog und Umfang allerdings noch nicht absehbar ist. (9)

Die einst üppig sprudelnden Werbeeinnahmen fehlen den Zeitungsverlagen. Der Werbeumsatz lag 2011 bei knapp 3,6 Mrd Euro netto (vgl. Tabelle 2). Das entspricht dem Niveau von 1988. Einen Teil des Verlustes fangen die Verlage im Vertrieb der Zeitungen über Preiserhöhungen auf. Inzwischen sind die Vertriebsseinnahmen höher als die Werbeeinnahmen, die über Jahrzehnte mindestens zwei Drittel des Umsatzes von Zeitungsverlagen ausgemacht haben. Derzeit liegt diese Relation bei 52,1 Prozent zugunsten der Vertriebs Erlöse. (10) Da Einnahmen fehlen, wird verlegerisches Handeln immer noch von Kostenreduktion bestimmt. Ein wesentlicher Teil dieser Kostenreduktionen betrifft die Redaktionen.

Wirtschaftliche Basis der Zeitungsfiananzierung bröckelt

Stark rückläufige Werbeeinnahmen

① **Redakteure und Volontäre der deutschen Tages- und Wochenzeitungen 1989 bis 2011**
Ergebnisse der Mitarbeitererhebung

Jahr	Redakteure	Volontäre
1989 ¹⁾	10 545	1 412
1993	12 787	1 310
1996	14 402	1 231
2000	15 306	1 378
2004	14 920	1 072
2008	14 469	1 228
2010	13 573	1 263
2011	12 966	1 128

1) Nur Westdeutschland.

Quelle: Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverleger e.V. (ABZV), Bonn.

Maßnahmen zur Kostensenkung in Redaktionen

Nicht alle Maßnahmen führen bei den in Deutschland maßgeblichen lokalen Abonnementzeitungen zu Veränderungen der Angebotsstrukturen im Markt – etwa durch die Aufgabe der eigenen Hauptredaktion – und in der Folge zu Übernahmen der überregionalen Berichterstattung von anderen Verlagen oder der Einstellung von Lokalausgaben. Gerade in der Lokalberichterstattung wird über den Austausch von journalistischem Material massiv gespart. Die zuständige Lokalredaktion produziert vielfach nur noch Teile des Lokalteils selbst. Andere Seiten werden komplett oder in Teilen von Nachbarredaktionen übernommen. Diese Form der Kooperation wird im Zeitungsmarkt schon seit Jahren praktiziert, hat aber augenscheinlich deutlich zugenommen, und zwar auch über Verlagsgrenzen hinweg. Ein Beispiel zur Illustration: Der Hellweger Anzeiger im westfälischen Kreis Unna nutzt für die Lokalteile seiner fünf Ausgaben auch Material der Nachbarredaktion von den Ruhr Nachrichten, dem Westfälischen Anzeiger und dem Soester Anzeiger. In der Regel werden nur einzelne Berichte und Fotos übernommen, zum Teil aber auch ganze Seiten. Andererseits liefert der Hellweger Anzeiger den Kooperationspartnern auch Material seiner Lokalredaktionen. Um solche Übernahmen möglichst bruchlos vollziehen zu können, nähern sich kooperierende Zeitungen auch in ihrem Erscheinungsbild immer mehr einander an.

Originäre Berichterstattung von Redaktionen mehr und mehr reduziert

Mancher Lokalteil ähnelt inzwischen einem Patchwork. Zum Teil wird nur der kleinere Teil der Ausgabe eigenständig produziert. Der größere Teil besteht aus Übernahmen von Fremdmaterial. Damit aber wird gerade die originäre Berichterstattung von Redaktionen mehr und mehr reduziert und damit auch die Vielfalt des Angebots. Journalistisch erstelltes Material wird aus Kostengründen mehrfach genutzt, in unterschiedlichen Zeitungsausgaben und inzwischen selbstverständlich auch bei

unterschiedlichen Onlineportalen. Oberflächlich betrachtet bleibt das Gesamtangebot der lokalen Berichterstattung quantitativ unverändert, inhaltlich bestehen die Angebote der lokalen Medien aber zunehmend aus demselben Material. Dieser Vielfaltsverlust wird öffentlich kaum wahrgenommen, da Studien mit vergleichenden Analysen zum inhaltlichen Angebot rar sind.

Leichter erkennbar sind Angebotsstrukturen, bei denen sich Zeitungen in einer Region nur noch in der überregionalen Berichterstattung – auch da oft nur zum Teil – unterscheiden. Ein identischer Lokalteil erscheint in zwei Zeitungen. Dieses Modell praktiziert die WAZ-Gruppe mit ihren Zeitungstiteln in Nordrhein-Westfalen schon seit Jahren. Inzwischen wird diese Kostenreduktion auch von anderen Verlagen, die zwei Zeitungen mit in Teilen kongruenten Verbreitungsgebieten herausgeben, praktiziert. So etwa beim Weser Kurier bzw. den Bremer Nachrichten, bei der Aachener Zeitung und den Aachener Nachrichten, bei den Nürnberger Nachrichten und der Nürnberger Zeitung oder beim Kölner Stadt-Anzeiger und der Kölnischen Rundschau (nur im Oberbergischen Kreis). In diesen Gebieten gibt es meistens keine Vielfalt der lokalen Berichterstattung mehr, da die in dieser Form kooperierenden Zeitungen in der Regel die jeweils einzigen am Ort sind. Wenigstens ein Rest an unterschiedlicher Berichterstattung bleibt gewahrt, wenn Lokalredaktionen zwar das komplette Material einer Nachbarredaktion erhalten, zugleich aber noch einzelne Texte selbst produzieren. Dieses in der WAZ-Gruppe Branding genannte Verfahren wird beispielsweise von kleinen Restredaktionen der Westfälischen Rundschau praktiziert, die sich ansonsten auf das Material der Kollegen von der Westfalenpost stützen. Beide Titel gehören zur WAZ-Gruppe.

Zunehmend verbreitet: Identische Lokalteile erscheinen in mehreren Zeitungen

Die Bemühungen um Kostenreduktionen bei der Lokalberichterstattung haben insgesamt zu einem vielfältigen Maßnahmenbündel geführt. Auf der Strecke geblieben ist die Vielfalt der lokalen Berichterstattung. Für Zeitungsläser sind solche Formen von Angebotsreduktionen immer noch besser als die Einstellung von Tageszeitungen, da ihnen eine Wahl zwischen wenn auch nur in Teilen unterschiedlichen Produkten bleibt. Wird eine Lokalausgabe eingestellt, bleibt bei der nur noch geringen Zeitungsdichte in Deutschland in der Regel nur noch eine Monopolzeitung am Markt.

Einsparungen im Lokalen reduzieren Vielfalt

Wie schwer sich die Verlage auch mehr als zehn Jahre nach dem Einbruch des Werbemarktes mit den neuen Rahmenbedingungen tun, zeigt ein Beispiel aus dem Siegerland. Mit dem Marktführer Siegener Zeitung stehen die beiden WAZ-Titel Westfälische Rundschau (WR) und Westfalenpost (WP) im Wettbewerb. Die Lokalredaktion der WP in Siegen wurde 2009 geschlossen und der Titel erschien in der Folge mit dem Lokalteil der WR. Drei Jahre später wird nun die Lokalredaktion der WR geschlossen und jene der WP wieder eröffnet. Künftig wird also die WR mit dem Lokalteil der

Beispiel Siegerland

② **Werbereinnahmen der Presse¹⁾**netto²⁾ in Mio Euro und Veränderung zum Vorjahr in %

Jahr	Tageszeitungen		Wochen- und Sonntagszeitungen		Anzeigenblätter		Werbemarkt	
	gesamt	Veränd.	gesamt	Veränd.	gesamt	Veränd.	gesamt	Veränd.
2011	3 556,9	-2,2	213,7	-1,9	2 060,0	2,4	18 933,4	1,0
2010	3 637,8	-1,5	217,8	4,6	2 011,0	2,3	18 748,1	2,1
2009	3 694,3	-15,5	208,3	-21,6	1 966,0	-2,1	18 366,9	-9,8
2008	4 373,4	-4,2	265,7	-1,5	2 008,0	1,9	20 365,0	-2,2
2007	4 567,4	0,8	269,7	3,7	1 971,0	1,4	20 812,4	2,3
2006	4 532,9	1,3	260,2	2,9	1 943,0	2,4	20 350,0	2,6
2005	4 476,6	-0,6	252,8	5,6	1 898,0	3,4	19 833,7	1,3
2004	4 502,3	1,1	239,5	6,4	1 836,4	5,2	19 582,8	1,6
2003	4 454,9	-9,8	225,1	-15,9	1 746,0	5,4	19 280,5	-3,9
2002	4 936,7	-12,5	267,8	-6,6	1 656,0	-4,9	20 066,7	-7,5
2001	5 642,2	-13,9	286,7	3,3	1 742,0	2,8	21 691,2	-7,2
2000	6 556,6	8,1	277,6	6,2	1 791,9	2,8	23 376,3	7,2
1999	6 066,4	3,4	261,3	4,8	1 742,3	-1,1	21 815,9	4,9

1) Ohne Zeitungssupplements, die in 2010 einen Umsatz von 85,8 Mio Euro erzielten.

2) Nach Abzug von Mengen- und Malrabatten sowie Mittlerprovisionen, vor Skonti, ohne Produktionskosten.

Quelle: Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) (Hrsg.): Werbung in Deutschland (div. Jahrgänge).

WP angeboten werden. Verlagsentscheidungen sind in Zeiten anhaltender Werbekrise mancherorts nicht von langer Dauer.

Wenig Hoffnung auf steigende Werbeeinnahmen

Eine Besserung im Werbemarkt zugunsten des Mediums Zeitung scheint ausgeschlossen. Verbunden mit der stetig sinkenden Auflage ist ein Reichweitenverlust, der die Attraktivität als Werbeträger mindert. Derzeit verzichten die in der Summe wohl wichtigsten Kunden der Tagespresse zunehmend auf die Zeitungsinserion: die Discounter. Verzichten Aldi und Co. künftig noch stärker auf die Zeitungswerbung, klafft nicht nur ein neues Loch in der Kasse der Verlage. Mancher Leser wird diese Insertionen vermissen und manche Zeitung bekommt ein Problem mit einem nur noch geringen Umfang. Wenn die bezahlte Zeitung beim Griff in den Briefkasten viel dünner ist als das kostenlos gelieferte Anzeigenblatt, werden Akzeptanzprobleme wachsen.

Anzeigenblätter noch mit steigenden Werbeerlösen

Anders als die Tageszeitungen haben die Anzeigenblätter, wie Tabelle 2 zeigt, in den letzten Jahren mit Ausnahme von 2009 stets ihre Werbeerlöse gesteigert. Dies gilt auch für das Jahr 2011 mit einem Rekordumsatz von 2,06 Mrd Euro und einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 2,4 Prozent. (11) Für viele Zeitungsverlage mag dies immerhin ein Trost sein, denn die Branche der Anzeigenblätter wird bundesweit von ihnen beherrscht. Die Unternehmen haben sich in den letzten Jahren fast ausnahmslos multimedial aufgestellt, verlegen neben den Zeitungen auch Anzeigenblätter und betreiben – häufig unter der Dachmarke beider Printmedien – diverse Onlineportale.

Online als Chance?

Diese Onlineportale von Zeitungsunternehmen weisen inzwischen oft stattliche Nutzungsdaten auf. Der BDZV berichtete, dass sich die Reichweiten der Zeitungsunternehmen trotz sinkender Zei-

tungsaufgabe bei Berücksichtigung der Onlinenutzungen erheblich erhöht haben. „Online und gedruckt haben die Verlage heute die größte Reichweite, die sie je in Deutschland erzielt haben.“ (12) So lange die Werbeumsätze für journalistische Angebote im Internet aber so begrenzt bleiben wie derzeit, ist der ökonomische Zugewinn für die Verlage gering. Auf der anderen Seite zeigen die Reichweitengewinne aber sehr deutlich den publizistischen Machtzuwachs der multimedialen Anbieter. Dem Vielfaltspostulat der Verfassung entsprach die Lokalberichterstattung bei monomedialer Betrachtung wegen der starken Monopolisierung des Zeitungsmarktes schon seit Jahren immer weniger. Gerade von den neuen Möglichkeiten des Internets hatten sich manche Beobachter ein Mehr an Vielfalt versprochen. Im Zeitungsmarkt sind die Zugangshürden für neue Angebote schon seit Jahrzehnten kaum überwindbar. Die geringen Gründungskosten im Internet ermöglichen Markteintritte auch von Branchenfremden. Solche lokaljournalistischen Angebote, zum Beispiel von ehemaligen Zeitungsjournalisten, nehmen zu, die multimedial agierende und etablierte Konkurrenz hat aber gegenüber den Neulingen deutliche Wettbewerbsvorteile. Unter anderem werden redaktionelle Leistungen multimedial genutzt und die eigenen Medien für die kostensparende Bewerbung der Internetangebote eingesetzt. In die regelmäßigen Nutzungsuntersuchungen der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) und der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) sind nur wenige der neuen lokaljournalistischen Internetangebote einbezogen. Beide Untersuchungen weisen allerdings regelmäßig hohe Nutzungsdaten für die Onlineangebote der etablierten Medienangebote aus.

**Kriterien
der Konzentrations-
messung**

**Vorgehen der Studie zur Konzentration
im deutschen Zeitungsmarkt**

1. Die methodische Vorgehensweise ist gegenüber den Vorläuferstudien erneut unverändert geblieben. 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 von Tochterverlagen. 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 10000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2500 Exemplare.

Die Berechnungen beruhen auf den von der IVW ausgewiesenen Verkaufsauflagen für das I. Quartal 2012 (13) (vgl. Tabelle 3). Nur in gekennzeichneten Ausnahmefällen werden darüber hinaus auch detaillierte Angaben gemacht, die in der Regel auf Verlagsangaben beruhen.

**Bilanz 2012: Konzentration im Zeitungsmarkt
wieder gestiegen**

Nachdem im Jahr 2010 die Konzentrationswerte im Gesamtmarkt und bei den Abonnementzeitungen leicht gesunken waren, sind sie aktuell wieder angestiegen und übertreffen noch das Niveau von 2008 (vgl. Tabelle 4). Deutlich mehr als die Hälfte

aller Zeitungsexemplare, nämlich 59,1 Prozent, stammen 2012 aus den zehn führenden Verlagsgruppen. Das ist der höchste in dieser seit den 1970er Jahren durchgeführten Untersuchungsreihe je erreichte Wert. 2010 waren es 58,1 Prozent, 2008 58,5 Prozent.

In der Spitze ist der Konzentrationsgrad noch auffälliger: Die fünf auflagenstärksten Unternehmen drucken bereits 44,4 Prozent der verkauften Tageszeitungsauflage in Deutschland (2010: 43,7%).

Bei den Abonnementzeitungen entstammt ein gutes Drittel der verkauften Auflage den fünf führenden Verlagsgruppen (34,3%). Hier hat sich der Konzentrationsgrad gegenüber der letzten Untersuchung 2010 um 2 Prozentpunkte erhöht.

Am stärksten ist die Konzentration im Segment der Kaufzeitungen: Hier dominiert seit Jahrzehnten der Springer-Konzern. Trotz sinkender Auflagen seines Flaggschiffs Bild entfallen auch 2012 noch mehr als drei Viertel der Verkaufsauflage auf Springer. Insgesamt decken die Top-5-Verlage im Segment Kaufzeitungen 97,2 Prozent der Verkaufsauflage ab.

Die Zusammensetzung und Rangfolge der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen hat sich gegenüber 2010 teilweise erheblich verändert. Die Holtzbrinck-Gruppe aus Stuttgart (zuletzt Rang 9) ist nach mehreren Verkäufen nicht mehr unter den Top 10 vertreten. Aufgestiegen ist die Gruppe um die Augsburgische Allgemeine, die auf der Basis von Zukäufen, vor allem von der Holtzbrinck-Gruppe, jetzt Rang 8 einnimmt. Auch unter den etablierten Verlagsgruppen hat es Rangverschiebungen gegeben: Die Verlagsgruppe Madsack hat die Ippen-Gruppe von Rang 5 verdrängt. Die FAZ-Gruppe ist von Rang 7 auf Rang 9 zurückgefallen.

Im Folgenden werden die Veränderungen unter den zehn auflagenstärksten Verlagen für jedes Unternehmen detaillierter beschrieben.

1. Axel Springer AG, Hamburg/Berlin

Nach den Verkäufen umfangreicher Beteiligungen an Regionalzeitungen im Jahr 2009 hat der Springer-Konzern insbesondere außerhalb seiner beiden Standorte Berlin und Hamburg nicht mehr die Bedeutung wie ehemals, ist aber die auflagenstärkste Verlagsgruppe in Deutschland geblieben (vgl. Tabelle 5). Trotz der seit Jahren anhaltenden hohen Auflagenverluste von Bild beherrscht der Konzern weiterhin den Markt der Boulevardzeitungen mit einem allerdings sinkenden Marktanteil von 78,6 Prozent (2010: 79,8%). Bild gehört zur Gattung der Kaufzeitungen, obwohl der Verlag seit kurzem bemüht ist, Bild auch im Abonnement abzusetzen. Wie stark dieses Angebot, das mit umfangreichen Änderungen im Vertrieb verbunden ist, am Markt akzeptiert werden wird, ist noch offen. Auch mit dem kleinen Tabloidformat experimentiert der Konzern weiterhin. Positive Erfahrungen hat Springer mit Welt Kompakt gemacht, der kleinen, inhaltlich in Teilen identischen Schwester der überregionalen Zeitung Die Welt. Springer veröffent-

**Abonnementzeitungen:
Top-5-Verlage produzieren ein Drittel aller verkauften Exemplare**

Fünf Verlagsgruppen decken fast gesamten Kaufzeitungsmarkt ab

2012 teilweise stark verändertes Ranking der Verlage

Trotz Verkäufen von Beteiligungen weiterhin auflagenstärkste Verlagsgruppe

**Zeitungen gesamt:
59,1% aller verkauften Zeitungsexemplare stammen aus nur zehn Verlagsgruppen**

③ Entwicklung der Tagespresse zwischen 1995 und 2012

Auflage in Exemplaren, nach IVW, jeweils I. Quartal

Jahr	Tageszeitungen gesamt	Veränd. in %	davon Sonntagszeitungen	Veränd. in %	nicht berücksichtigte Titel	Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	Veränd. in %	davon Abonnementzeitungen	Veränd. in %	Kaufzeitungen	Veränd. in %
2012	21 355 185	-6,4	3 144 128	0,1	64 233	18 146 824	-7,6	14 565 200	-6,6	3 581 624	-11,5
2010	22 721 177	-5,4	3 140 820	-5,7	59 721	19 520 636	-5,3	15 527 654	-3,8	3 992 982	-11,0
2008	23 940 809	-3,8	3 320 242	-8,5	72 470	20 548 097	-2,9	16 116 547	-2,4	4 431 550	-4,6
2006	24 885 466	-5,3	3 627 600	-11,3	92 100	21 165 800	-4,3	16 519 100	-3,9	4 646 700	-5,8
2004	26 283 855	-4,6	4 091 092	-5,7	70 126	22 122 637	-4,5	17 189 663	-3,6	4 932 974	-7,5
2002	27 558 789	-3,4	4 338 003	-0,4	247 749	23 173 260	-3,2	17 839 186	-2,9	5 334 074	-4,3
2000	28 538 292	-3,8	4 354 324	-5,4	247 749	23 936 219	-3,6	18 364 009	-3,2	5 572 210	-5,1
1997	29 661 074	-1,4	4 603 096	2,6	218 537	24 839 441	-2,4	18 970 793	-2,4	5 868 648	-2,4
1995	30 088 032	-1,5	4 487 265	-1,5	226 693	25 460 947	-1,5	19 445 447	-2,1	6 015 500	0,2

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

④ Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes

anteilige Auflage, in %

	2012		2010		2008		2006		2004	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
Tageszeitungen gesamt										
Axel Springer AG	1	18,8	1	19,6	1	22,1	1	22,5	1	22,7
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse	2	9,2	2	8,6	2	8,5	3	5,2	3	5,0
Verlagsgruppe WAZ, Essen	3	5,7	3	5,8	3	6,0	2	5,6	2	6,0
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4	5,5	4	5,5	4	4,2	5	3,9	4	4,0
Madsack, Hannover	5	5,2	6	4,0	8	2,5	9	2,5	9	2,5
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	44,4	-	43,7	-	44,8	-	41,3	-	41,6
Ippen-Gruppe	6	4,2	5	4,2	5	4,0	4	4,1	5	3,9
ddvg, Hamburg	7	3,1	8	3,0	9	2,4	10	2,2	-	-
Augsburger Allgemeine	8	2,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Frankfurter Allgemeine Zeitung	9	2,5	7	3,1	7	3,0	7	3,0	7	3,1
Rheinische Post	10	2,0	10	2,0	-	-	-	-	-	-
(Süddeutsche Zeitung, München) ²⁾	-	-	-	-	-	-	8	2,6	10	2,5
(Holtzbrinck, Stuttgart)	-	-	9	2,3	6	3,8	6	3,7	6	3,6
(Gruner + Jahr, Hamburg)	-	-	-	-	-	-	-	-	8	2,8
(BV Deutsche Zeitungsholding)	-	-	-	-	10	2,0	-	-	-	-
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	59,1	-	58,1	-	58,5	-	53,2	-	56,1
Abonnementzeitungen										
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	11,5	1	10,9	1	10,8	2	6,7	2	6,4
Verlagsgruppe WAZ, Essen	2	7,2	2	7,2	2	7,7	1	7,1	1	7,7
Madsack, Hannover	3	6,4	3	5,1	-	-	-	-	-	-
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4	4,7	4	4,8	-	-	-	-	5	4,0
Axel Springer AG	5	4,5	-	(4,2)	3	6,4	3	6,2	3	6,0
(Ippen-Gruppe)	-	(4,3)	5	4,3	5	4,2	5	4,2	-	-
(Holtzbrinck, Stuttgart)	-	-	-	-	4	4,8	4	4,8	4	4,7
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	34,3	-	32,3	-	33,9	-	29,0	-	28,8
Kaufzeitungen										
Axel Springer AG	1	78,6	1	79,8	1	79,3	1	80,4	1	81,1
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	2	8,6	2	8,5	3	4,3	3	4,3	2	4,4
Ippen-Gruppe, München	3	3,9	4	3,7	5	3,5	5	3,5	4	3,3
Abendzeitung, München	4	3,5	3	3,7	4	3,5	4	3,8	3	3,6
Morgenpost Sachsen	5	2,6	5	2,3	-	-	-	-	-	-
(BV Deutsche Zeitungsholding)	-	-	-	-	2	5,5	2	5,3	5 ³⁾	2,7
(Hamburger Morgenpost)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	97,2	-	98,0	-	96,1	-	97,3	-	95,1

1) Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

2) Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung/Friedmann Erben (Abendzeitung, München).

3) Nur Berliner Kurier.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑤ **Axel Springer AG, Hamburg/Berlin**

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Bild	MV*	2 671 363	2 671 363	3 014 100	3 014 100	3 326 200	3 326 200	3 545 200	3 545 200
Hamburger Abendblatt	MV	210 312	210 312	235 000	235 000	254 400	254 400	263 000	263 000
B.Z. (7 x wö)	MV	143 816	143 816	171 400	171 400	189 000	189 000	191 200	191 200
Die Welt ¹⁾	MV	242 253	242 253	256 200	256 200	278 100	278 100	251 700	251 700
Welt Kompakt ¹⁾	MV								
Berliner Morgenpost	100	121 871	121 871	134 000	134 000	148 400	148 400	148 700	148 700
Bergedorfer Zeitung ²⁾	100	17 569	17 569	18 500	18 500	19 200	19 200	19 300	19 300
Harburger ^{2, 3)}	24,8	13 700	3 398	16 300	4 042	17 200	4 266	18 500	4 588
Gesamtauflage		3 420 884	3 410 582	3 845 500	3 833 242	4 859 000	4 540 391	5 090 600	4 761 641

* MV = Mutterverlag.

1) Der Springer-Verlag meldet für die Titel Die Welt und Welt Kompakt nur eine Gesamtauflage.

2) Bergedorfer Zeitung und die Lokalzeitung Harburger gehören zur Redaktionsgemeinschaft Norddeutsche Nachrichten mit der Hauptredaktion in Hamburg. Die Bergedorfer Zeitung erscheint in einem Tochterunternehmen des Konzerns.

3) Die Zeitung Harburger hieß zuvor Harburger Anzeigen und Nachrichten: Der Konzern hält einen Anteil von 24,8%. Eine indirekte Beteiligung wurde an den Madsack-Konzern verkauft.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

licht allerdings keine getrennten Auflagenzahlen zu den Schwestertiteln. In Hamburg ist nun ein zeitlich befristeter Versuch mit einer Bild-Ausgabe im Tabloidformat gestartet worden. Diese Ausgabe wird für das kleine Format auch inhaltlich angepasst, während in München schon seit 2009 eine gegenüber dem großen Format inhaltlich unveränderte Tabloidausgabe angeboten wird. Auch Bild am Sonntag wird mit zwei unterschiedlichen Formaten angeboten und kann abonniert werden. Im Markt der Sonntagszeitungen ist Springer traditionell mit Bild am Sonntag und Welt am Sonntag führend, hat aber über die Jahre mit diversen Sonntagsausgaben von Regionalzeitungen und nicht zuletzt mit der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung mehr Konkurrenz bekommen. In Berlin ist Springer sonntags zudem mit der Berliner Morgenpost und der B.Z. am Markt.

18,8% Marktanteil an der Gesamtauflage der Tageszeitungen

Der Marktanteil des Konzerns im Gesamtmarkt ging von 19,6 Prozent 2010 auf 18,8 Prozent zurück. Bei den Abonnementzeitungen beträgt der Anteil 4,5 Prozent (2010: 4,2%).

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

Auflagen-Marktanteil der Gruppe gestiegen; Gesamtmarkt: 9,2%, Abozeitungen: 11,5%

Die Verlagsgruppe erzielt die hohe Gesamtauflage von anteilig 1,7 Millionen Exemplaren vor allem in Baden-Württemberg und Bayern (vgl. Tabelle 6). Auch in Ostdeutschland bestehen Beteiligungen. Über den Verlag der Märkischen Oderzeitung in Frankfurt/Oder sind diese Beteiligungen noch ausgeweitet worden. Der Verlag hat in seiner Nachbarschaft den Oranienburger Generalanzeiger von der Ippen-Gruppe (siehe weiter unten) vollständig übernommen. Die Zeitung gehört zu den wenigen in Ostdeutschland noch bestehenden Gründungen aus der frühen Nach-DDR-Zeit und erscheint nörd-

lich von Berlin. Ansonsten blieb die Gruppe unverändert, auch weil das Bundeskartellamt die Übernahme des Haller Tagblatts in Schwäbisch Hall durch den Verlag der Südwest Presse untersagt hat. Gegen diese Untersagung klagt der Verlag allerdings. Die Gruppe ist an Boulevardzeitungen nicht beteiligt und hat im Gesamtmarkt ihren Anteil von 8,6 Prozent in 2010 auf 9,2 Prozent gesteigert. Bei den Abonnementzeitungen sind es 11,5 Prozent (2010: 10,9%).

3. Verlagsgruppe WAZ, Essen

Die Verlagsgruppe der WAZ in Essen ist in Bezug auf Beteiligungen an Zeitungsverlagen gegenüber 2010 unverändert geblieben (vgl. Tabelle 7). Der Konzern scheint überwiegend mit sich selbst beschäftigt. Die Eignerstruktur wurde durch den Ausstieg der Gründerfamilie Brost und die Übernahme von deren hälftigem Konzernanteil durch Petra Grotkamp, einer der drei Töchter des zweiten Unternehmensgründers Jakob Funke, deutlich verändert. Petra Grotkamp gehörte bereits zuvor ein Drittel der zweiten Hälfte des Konzerns. Die übrigen zwei Drittel gehören weiterhin zwei Schwestern von Petra Grotkamp. Die drei Schwestern bilden die so genannte Funke-Gruppe, die in der Eignerversammlung nur geschlossen abstimmen kann. Dadurch fehlt Petra Grotkamp trotz ihres Gesamtanteils von zwei Dritteln der Anteile weiterhin eine eigene Stimmenmehrheit. Verbunden mit der Transaktion waren auch erneute Wechsel auf den Führungsetagen. Die Konzernleitung ist anhaltend beschäftigt mit dem wichtigsten Teilbereich des Konzerns, den Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen, wo nach einem großen Revirement 2009 Mitte dieses Jahres erneut große Veränderungen vollzogen werden sollen. Diese sind Reaktionen auf einen anhaltend hohen Auflagenverlust. Die Auflage in Nordrhein-Westfalen hatte einst über eine Million Exemplare erreicht und liegt aktuell bei 720 000 Exemplaren. Zweitgrößter Teilmarkt der Verlagsgruppe ist Thüringen, wo die

Neue Eignerstruktur

⑥ Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung / Die Rheinpfalz, Ludwigshafen / Südwest Presse, Ulm

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Stuttgarter Zeitung ¹⁾ 2) und Stuttgarter Nachrichten ¹⁾ 3)	MV*	194 908	194 908	172 200	172 200	189 700	189 700	188 300	188 300
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV	228 061	228 061	233 200	233 200	238 600	238 600	242 600	242 600
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV	95 262	95 262	94 100	94 100	95 000	95 000	104 900	104 900
freie presse ⁶⁾	100	271 115	271 115	287 400	287 400	306 500	306 500	329 500	329 500
Märkische Oderzeitung ⁷⁾	100	84 920	84 920	88 800	88 800	93 200	93 200	99 700	99 700
Oranienburger Generalanzeiger ⁷⁾	100	21804	21 804	k. A.					
Hohenzollerische Zeitung ⁸⁾	100	6 622	6 622	6 800	6 800	7 000	7 000	7 300	7 300
Leonberger Kreiszeitung ⁹⁾	100	15 159	15 159	16 100	16 100	16 500	16 500	17 200	17 200
Pirmasenser Zeitung ¹⁰⁾	100	11 361	11 361	11 900	11 900	12 600	12 600	13 100	13 100
Südwest Presse, Metzingen ¹¹⁾ und Reutlinger Nachrichten Tauber-Zeitung ¹²⁾	100	12 197	12 197	12 600	12 600	13 000	13 000	13 300	13 300
Alb Bote, Münsingen ¹³⁾	100	5 191	5 191	5 500	5 500	5 600	5 600	5 700	5 700
Rundschau für den Schwäbischen Wald ¹⁴⁾	100	4 856	4 856	4 900	4 900	5 100	5 100	5 200	5 200
Kornwestheimer Zeitung ¹⁵⁾	100	4 572	4 572	4 600	4 600	4 700	4 700	4 900	4 900
Marbacher Zeitung ¹⁵⁾	100	4 355	4 355	4 700	4 700	5 000	5 000	5 300	5 300
Lahrer Zeitung ¹⁶⁾	100	7 752	7 752	8 000	8 000	8 100	8 100	7 900	7 900
Süddeutsche Zeitung ¹⁷⁾	100	9 745	9 745	10 700	10 700	11 000	11 000	k. A.	k. A.
Schwarzwälder Bote ¹⁸⁾	100	431 756	431 756	445 800	445 800	450 200	450 200	445 500	445 500
Neue Presse, Coburg ¹⁹⁾	100	97 565	97 565	100 600	100 600	104 400	104 400	k. A.	k. A.
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung ¹⁹⁾	70	24 885	17 420	25 300	17 710	26 700	18 690	27 800	19 460
Hohenloher Tagblatt ²⁰⁾	69,2	66 526	46 568	71 500	50 050	75 700	52 990	80 500	56 350
Frankenpost ¹⁹⁾	65	14 136	9 782	14 500	10 034	14 600	10 103	14 800	10 242
Selber Tagblatt ¹⁹⁾	65	48 414	31 469	49 800	32 370	50 900	33 085	53 100	34 515
Geislinger Zeitung ²¹⁾	65	5 287	3 437	5 400	3 510	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Die Oberbadische ²²⁾	50	12 680	6 340	13 000	6 500	13 500	6 750	14 200	7 100
Schwäbisches Tagblatt ²³⁾	49,7	16 356	8 129	18 100	8 996	19 500	9 692	k. A.	k. A.
Bietigheimer Zeitung ²⁴⁾	49	41 671	20 419	42 700	20 923	43 800	21 462	44 500	21 805
Waiblinger Kreiszeitung ²⁵⁾	37,5	12 057	4 521	12 300	4 613	12 900	3 212	13 400	3 337
Meininger Tageblatt ²⁶⁾	36	42 269	15 217	43 700	15 732	44 600	16 056	45 500	16 380
Kreiszeitung Böblinger Bote	35	11 411	3 994	12 100	4 235	12 700	4 445	13 700	4 795
Gesamtauflage	24,9	1 818 977	1 678 501	1 832 900	1 686 706	1 898 300	1 746 968	1 797 900	1 664 383

(Fortsetzung nächste Seite)

drei Titel der Gruppe von Randgebieten abgesehen ohne Wettbewerber erscheinen. Der dritte Teilmarkt liegt im Osten Niedersachsens.

Anteil am Gesamtmarkt: 5,7 %, Abozeitungen: 7,2 %

Die Gruppe hat im Gesamtmarkt einen Anteil von 5,7 Prozent (2010: 5,8 %) und bei den Abonnementzeitungen genau wie in 2010 7,2 Prozent. Auch im Ausland, vor allem in Österreich, hält der Konzern Beteiligungen an Tageszeitungen. Ein Teil des Besitzes in Südosteuropa ist in den letzten Jahren verkauft worden, andere Beteiligungen stehen zum Verkauf.

4. Mediengruppe M. DuMont Schauberg

Unveränderte Beteiligungsstruktur der Kölner Medien-

gruppe Die Mediengruppe mit dem Stammsitz in Köln weist keine Veränderungen beim Beteiligungsbesitz auf (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 8). Unberücksichtigt bleibt weiterhin eine Beteiligung in Höhe von knapp 20 Prozent am General-Anzeiger in Bonn, wo die Gruppe auch mit einer Lokalaus-

gabe der Boulevardzeitung Express vertreten ist. An den beiden anderen Boulevardtiteln, dem Berliner Kurier und der Morgenpost in Hamburg sowie an der Berliner Zeitung ist mit jeweils 35 Prozent auch der Kölner Heinen Verlag beteiligt. Beim Düsseldorfer Express besteht eine 50:50-Partnerschaft mit dem Verlag der Westdeutschen Zeitung. Die übrigen Zeitungen gehören jeweils vollständig DuMont Schauberg.

Die Gruppe hält bei den Boulevardzeitungen als zweitgrößter Anbieter einen Marktanteil von 8,6 Prozent (2010: 8,5 %). Bei den Abonnementzeitungen war der Marktanteil mit 4,7 Prozent (2010: 4,8 %) leicht rückläufig. Im Gesamtmarkt blieb der Anteil mit 5,5 Prozent konstant. Der Umsatz der

Zweitgrößter Anbieter von Boulevardzeitungen

⑥ **Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung / Die Rheinpfalz, Ludwigshafen / Südwest Presse, Ulm (Fortsetzung)**

* MV= Mutterverlag.

- 1) Die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten melden der IVW nur eine Gesamtauflage.
- 2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, die vollständig der neuen Gesellschaft Medienholding Süd GmbH gehört. Diese Zwischenholding wurde für die Integration der bis dahin eigenständigen Verlagsgruppe um den Schwarzwälder Boten gegründet. Die ehemaligen Besitzer des Schwarzwälder Boten halten an der Zwischenholding einen Anteil von 18 %. Der Rest gehört der Südwestdeutschen Medienholding GmbH (SWMH). Deren Beteiligungen an der Stuttgarter Zeitung Verlags GmbH (100 %) und an der Württemberger Zeitung GmbH (100 %) sind auf die Medienholding Süd übergegangen. Am Stammkapital der SWMH wiederum sind mit 45,9 % die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und mit rund 40 % eine Gruppe württembergischer Verleger beteiligt. Die Ebner Pressegesellschaft KG hält einen Anteil an der SWMH von 9,7 %.
- 3) Die Württemberger Zeitung GmbH hält 80 % der Anteile an der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Der Ebner Pressegesellschaft KG sowie zwei weiteren Eignern gehören jeweils 6,7 %.
- 4) Die Rheinpfalz: Die Zeitung gehört zum Konzern Medien Union, der wiederum zur Hälfte im Besitz der Verlegerfamilie Schaub ist. Eine der bedeutendsten Beteiligungen des Medienkonzerns ist der Anteil von 45,9 % an der Holding SWMH.
- 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 ZVD Mediengesellschaft mbH in Göppingen. 50 % davon gehören der Württemberger Zeitung GmbH. In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Die Medien Union besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 7) Die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH besitzt 50,1 % der Märkischen Oderzeitung in Frankfurt/Oder, die Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG (Südwest Presse) 49,9 %. Der Verlag in Frankfurt hat den benachbarten Oranienburger Generalanzeiger vollständig übernommen.
- 8) Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hat die Hohenzollerische Zeitung Mitte 2005 vollständig übernommen.
- 9) Die Leonberger Kreiszeitung gehört vollständig der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH und erscheint seit September 2005 als Lokalausgabe der Stuttgarter Zeitung. In der ausgewiesenen Auflage sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Leonberger Kreiszeitung berücksichtigt. Eine titelbezogene Auflage wird vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 10) 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.
- 11) Die Südwest Presse in Metzingen gehört der Neuen Pressegesellschaft in Ulm. Die Reutlinger Nachrichten erscheinen in einem Tochterbetrieb des Verlags in Metzingen.
- 12) Die Tauber-Zeitung gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse, die auch den Mantel liefert.
- 13) Alb Bote: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält alle Anteile an der Verlag Baader GmbH in Münsingen.
- 14) Rundschau: Der Verlag Neue Kreis-Rundschau GmbH gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Dieser liefert der Rundschau auch den Hauptteil.
- 15) Alleinbesitzer der Kornwestheimer Zeitung und der Marbacher Zeitung ist die Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Die beiden kleinen Zeitungen erscheinen seit September 2005 als Lokalausgaben der Stuttgarter Nachrichten. In den ausgewiesenen Auflagen sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Kornwestheimer Zeitung bzw. der Marbacher Zeitung berücksichtigt. Titelbezogene Auflagen werden vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 16) An der Lahrer Zeitung hält die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mit 50,2 % die Mehrheit. Die Württemberger Zeitung GmbH besitzt 24,9 %. Damit kommt die Verlagsgruppe insgesamt auf einen Anteil von 75,1 %. Entsprechend wird ihr die Auflage der Lahrer Zeitung vollständig zugeordnet. Die restlichen Anteile gehören der Badischen Pressehaus GmbH & Co KG (Badische Zeitung).
- 17) Die Südwestdeutsche Medienholding GmbH (SWMH) hat 81,3 % der Süddeutschen Verlag GmbH übernommen. Entsprechend wird die Süddeutsche Zeitung vollständig der Verlagsgruppe zugeordnet. Die übrigen Anteile besitzt die Familie Friedmann, die als einzige der Alt-Gesellschafter des Münchener Verlags ihre Anteile unverändert behalten hat.
- 18) Bei der Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH hat die neue Zwischenholding Medienholding Süd GmbH 90 % der Anteile übernommen. Die restlichen 10 % gehörten bereits zuvor der Württemberger Zeitung GmbH.
- 19) Die Neue Presse in Coburg, das Freie Wort in Suhl, die stz Südthüringer Zeitung in Bad Salzungen und die Frankenpost in Hof gehören mehrheitlich dem Süddeutschen Verlag. Die restlichen Anteile hält jeweils die ddvg. Der Verlag der Frankenpost hat 2009 die Lokalzeitung Selber Tagblatt vollständig übernommen.
- 20) Die Neue Pressegesellschaft in Ulm hält einen Anteil am Hohenloher Tagblatt von knapp 70 %. Das Tagblatt übernimmt den Mantel aus Ulm.
- 21) Geislinger Zeitung: Die Neue Pressegesellschaft, Ulm, hält 50 % der Anteile und liefert den Hauptteil.
- 22) Am Oberbadischen Verlagshaus in Lörrach ist die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH mit 49,7 % beteiligt.
- 23) Schwäbisches Tagblatt: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält 49 Prozent der Anteile.
- 24) Zum 1.1.2006 hat der Verlag der Südwest Presse eine Minderheitsbeteiligung an der Lokalzeitung übernommen, die inzwischen bei 37,5 % liegt.
- 25) Waiblinger Kreiszeitung: 36% der Anteile hält die ZVD Mediengesellschaft mbH, Göppingen (vgl. Fußnote 5). Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 26) 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 Meiningen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört über den Verlag des Freien Worts überwiegend zum Verlag der Süddeutschen Zeitung.

Quelle: FORMAT-Institut, Dortmund.

Verlagsgruppe ist mit 711 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr annähernd konstant geblieben.

5. Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG, Hannover

Durch Zukäufe auf Rang 5 der auflagenstärksten Verlage gestiegen

Nach etlichen Zukäufen von Tageszeitungen hat die niedersächsische Verlagsgruppe Ende 2011 erneut einen hochauflagigen Titel gekauft. Von der FAZ-Gruppe hat sie zusammen mit den Kieler Nachrichten sämtliche Anteile an der Märkischen Allgemeinen in Potsdam übernommen, die große Teile des Zeitungsmarktes in Brandenburg beherrscht (vgl. Abbildung 2 und Tabelle 9). Die Verlagsgruppe hat damit ihren Marktanteil im Gesamtmarkt auf 5,2 Prozent (2010: 4,0%) und bei den Abonnementzeitungen auf 6,4 Prozent (2010: 5,1%) gesteigert. Sie rangiert nun vor der Ippen-Gruppe auf Rang 5. Beteiligungen an Boulevard-

zeitungen bestehen nicht. Die Verlagsgruppe Madsack hat 2010 einen Umsatzsprung auf über 600 Mio Euro vollzogen. Nach dem Zukauf in Potsdam wird der Umsatz noch einmal deutlich steigen. Die Verlagsgruppe ist auch in anderen Medienbranchen engagiert und tätig außerhalb der Medienbranchen wie andere große Verlagsgruppen auch Investments im Internet. (14)

6. Verlagsgruppe Ippen

Die Ippen-Gruppe hat in den letzten Jahrzehnten mehr Zeitungen zugekauft oder sich an ihnen beteiligt als alle anderen Verlagsgruppen (vgl. Abbildung 3 und Tabelle 10). Mit dem Oranienburger Generalanzeiger ist zuletzt abweichend von der Regel eine Zeitung verkauft worden (vgl. Verlagsgruppe Südwest). Zuvor hatte es solche Verkäufe allenfalls bei ganz kleinen Titeln gegeben. (15) In anderen Branchen, wie etwa Anzeigenblätter, Internet oder auch lokale Zeitschriften, ist nach wie vor investiert worden. Die Gruppe besteht allerdings aus vielen Minderheitsbeteiligungen, die zum Teil aus kartellrechtlichen Gründen kaum aufgestockt

Viele Minderheitsbeteiligungen

⑦ Verlagsgruppe WAZ, Essen¹⁾

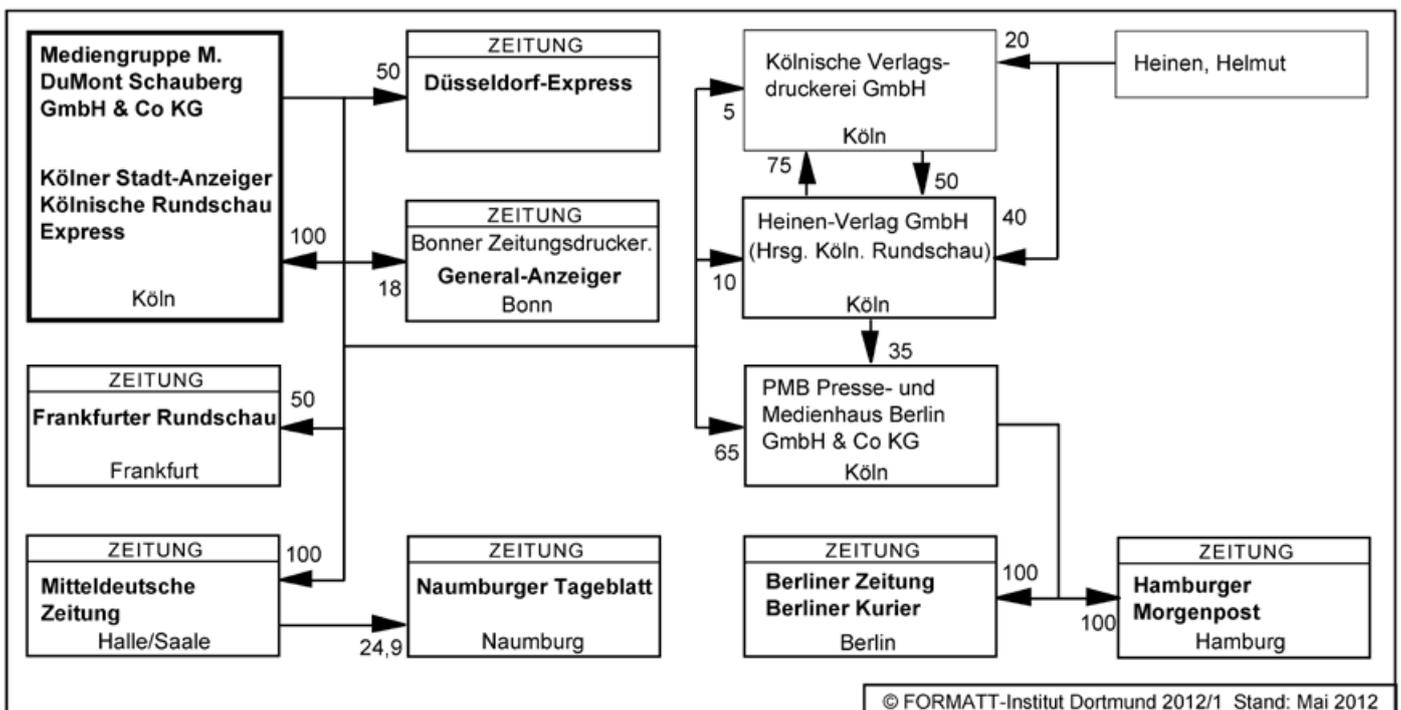
Titel	2012		2010		2008		2006		
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	MV*								
Westfälische Rundschau ²⁾	100	718 353	718 353	780 600	780 600	852 800	852 800	929 000	929 000
Neue Ruhr/									
Neue Rhein Zeitung ³⁾	100								
Westfalenpost ⁴⁾	100								
Thüringische Landeszeitung ⁵⁾⁶⁾	100	35 100	35 100	37 600	37 600	37 800	37 800	41 000	41 000
Braunschweiger Zeitung ⁷⁾	100	128 960	128 960	136 100	136 100	141 200	141 200	-	-
Harz-Kurier, Osterode ⁷⁾	100	15 601	15 601	16 600	16 600	17 100	17 100	-	-
Ostthüringer Zeitung ⁸⁾	60	96 600	57 960	103 500	62 100	114 200	68 520	124 000	74 400
Thüringer Allgemeine ⁹⁾	50	160 900	80 450	172 500	86 250	185 900	92 950	202 000	101 000
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung ¹⁰⁾	24,8	21 759	5 396	23 600	5 853	22 000	5 456	24 000	5 952
Gesamtauflage		1 177 273	1 041 820	1 270 500	1 125 103	1 404 100	1 242 576	1 353 800	1 178 302

* MV= Mutterverlag.

- 1) Der Konzern meldet der IVW keine Einzelaufgaben der Zeitungen, wohl aber die Summe aller Titel in Nordrhein-Westfalen verlegten Titel.
- 2) Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau. Dem Konzern gehören 86,9% des Verlags.
- 3) Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4% des Verlags.
- 4) Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
- 5) Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 292.596 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- 6) Der Konzern hat 2007 auch offiziell die Thüringische Landeszeitung vollständig übernommen. Der Titel war bereits in den Vorjahren basierend auf den bestehenden Verflechtungen dem Konzern zugerechnet worden.
- 7) 2007 hat der Konzern zunächst die Mehrheit des Verlags in Braunschweig und schließlich auch die übrigen Anteile übernommen. Über den Braunschweiger Verlag wurde auch der Harz-Kurier in Osterode vollständig übernommen, an dem die Braunschweiger Zeitung bis dahin nur beteiligt (35%) war. Seit Dezember 2009 bezieht der Harz-Kurier die überregionale Berichterstattung aus Braunschweig.
- 8) Der Konzern hält 60% des Verlags in Gera.
- 9) 50% der Thüringer Allgemeine gehören den Mitarbeitern des Verlags in Erfurt, die anderen 50% dem Konzern.
- 10) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8%. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Abb. 1 Die Zeitungen der DuMont Schauberg-Gruppe



⑧ **Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln**

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau ¹⁾	MV*	316 194	316 194	336 100	336 100	345 000	345 000	359 500	359 500
Express ¹⁾	MV	135 768	135 768	152 800	152 800	166 300	166 300	176 100	176 100
Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	100	204 945	204 945	219 700	219 700	238 700	238 700	259 300	259 300
Berliner Zeitung ³⁾	72	139 775	100 638	157 000	113 040	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Berliner Kurier (7 x wö) ⁵⁾	72	110 318	79 429	120 400	86 688	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hamburger Morgenpost ⁴⁾	72	105 576	76 015	110 000	79 200	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Frankfurter Rundschau ⁵⁾	50	120 094	60 047	142 400	71 200	153 700	76 850	k. A.	k. A.
Düsseldorf-Express ⁶⁾	50	36 327	18 164	40 500	20 250	45 700	22 850	48 900	24 450
Naumburger Tageblatt ⁷⁾	24,9	13 113	3 265	14 000	3 486	14 800	3 685	15 600	3 884
Gesamtauflage		1 182 110	994 464	1 292 900	1 082 464	964 200	853 385	859 400	823 234

* MV= Mutterverlag.

- 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 zur Mediengruppe DuMont.
- 3) DuMont und der Heinen Verlag haben 2009 den Berliner Verlag, in dem die Berliner Zeitung und der Berliner Kurier erscheinen, vollständig übernommen.
- 4) Zeitgleich mit den Titeln in Berlin wurde auch die Hamburger Morgenpost gekauft, die in einem eigenständigen Verlag erscheint.
- 5) Die Mediengruppe DuMont hat Mitte 2006 50 % der Anteile an der Druck- und Verlagshaus Frankfurt am Main GmbH von der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg) übernommen. Die ddvg hält jetzt noch 40 % der Anteile in Frankfurt. Die restlichen 10 % gehören dem vormaligen Alleinbesitzer, der Karl-Gerold-Stiftung.
- 6) Die Mediengruppe DuMont ist am Düsseldorf-Express mit 50 % beteiligt. Die übrigen 50 % liegen beim Verlag W. Girardet, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).
- 7) Am Tageblatt in Naumburg ist die Verlagsgruppe über das Tochterunternehmen in Halle mit 24,9 % beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

werden können. Bei anderen Beteiligungen haben Dritte der Ippen-Gruppe Grenzen gezogen, so etwa beim Westfalen-Blatt in Bielefeld, wo sich nach der Ippen-Gruppe auch die Verlagsgruppe um die Westfälischen Nachrichten in Münster beteiligt hat. Eine solche Unternehmensgruppe mit ihren zahlreichen Partnerschaften zu führen, dürfte für einen Nachfolger des Verlegers Dirk Ippen nicht leicht werden.

Stabiler Auflagenmarktanteil im Gesamt- und Abomarkt, leichtes Plus bei Boulevardzeitungen

Im Gesamtmarkt hält die Ippen-Gruppe wie vor zwei Jahren einen Anteil von 4,2 Prozent und bei den Abonnementzeitungen 4,3 Prozent. Bei den Boulevardzeitungen ist der Anteil des Titels tz in München leicht auf 3,9 Prozent (2010: 3,7%) gestiegen.

7. Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg), Hamburg

ddvg profitiert von ihrer Beteiligung an Madsack – leichte Marktanteilsgewinne

Wichtigster Teilbesitz der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) ist eine Beteiligung in Höhe von rund 25 Prozent an der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover (siehe oben). Vom Wachstum der Verlagsgruppe Madsack hat auch die ddvg profitiert und ihre Marktanteile leicht erhöht (vgl. Tabelle 11). Die ddvg kommt anteilig auf eine Gesamtauflage von rund 570 000 Exemplaren und damit auf einen Anteil am Gesamtmarkt von 3,1 Prozent (2010: 3,0%). Bei den Abonnementzeitungen beträgt der Anteil 3,9 Prozent (2010: 3,6%). Die ddvg hält überwiegend Minderheitsbeteiligun-

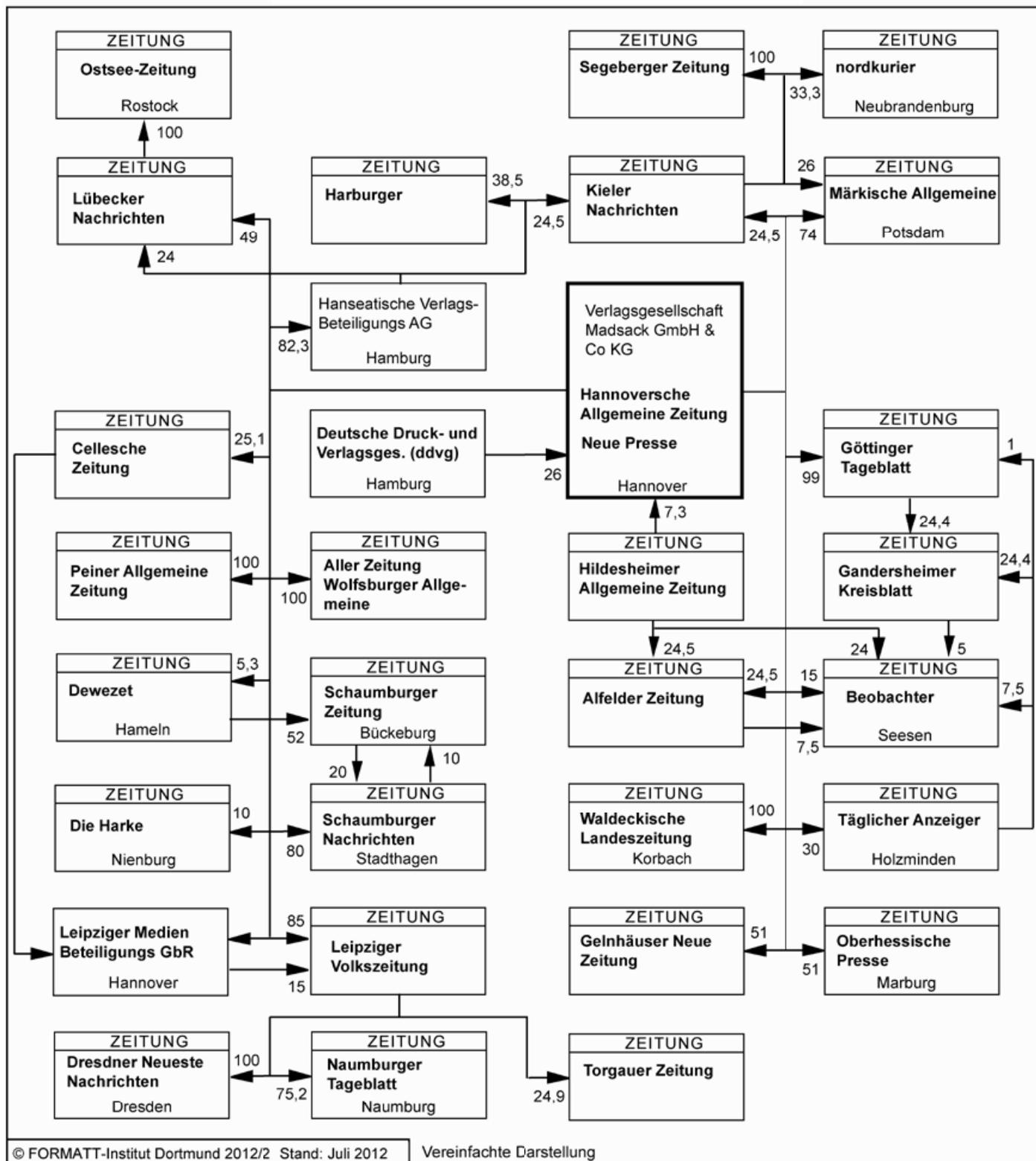
gen. Es besteht nur eine Mehrheitsbeteiligung, und zwar am Verlag der Neuen Westfälischen in Bielefeld. Belastet wird die Gruppe von den anhaltenden Verlusten der Frankfurter Rundschau. Nach dem Verkauf der Mehrheit an die Verlagsgruppe DuMont Schauberg beträgt der Anteil der ddvg an der FR allerdings nur noch 40 Prozent. Schwierigkeiten im Markt hat auch die Westfälische Rundschau in Dortmund, die überwiegend dem WAZ-Konzern gehört. Die Beteiligung der ddvg in Höhe von 13 Prozent liegt unterhalb der Erfassungsschwelle und bleibt entsprechend unberücksichtigt. Beteiligungen an Boulevardzeitungen bestehen nicht. Die ddvg ist um einen Rang aufgestiegen.

8. Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine

Die erstmals unter den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen verzeichnete Mediengruppe um die Augsburgener Allgemeine ist der Marktführer im Regierungsbezirk Schwaben. Die Augsburgener sind im Zeitungsmarkt durch Zukäufe immer wieder gewachsen (vgl. Tabelle 12). Das Mutterunternehmen, die Presse-, Druck- und Verlags GmbH, die vollständig der Familie Holland gehört, hat schon in den frühen Jahren der Republik Kooperationsverträge mit Verlagen von Lokalzeitungen im Regierungsbezirk geschlossen. Diese Kooperationen wurden auf Beteiligungen und letztlich oft auf Übernahmen ausgedehnt, bis das Unternehmen im großflächigen Markt die Angebots- und Anbieterstrukturen zu seinen Gunsten geregelt hatte. Mit der gewachsenen Größe wurden später auch große Deals realisiert: In Ostdeutschland hat sich die Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine nach der Wende mit einem Drittel am nordkurier in Neubrandenburg beteiligt.

Erstmals unter auflagenstärksten Top 10

Abb. 2 Die Zeitungen der Verlagsgesellschaft Madsack



⑨ Verlagsgruppe Madsack, Hannover¹⁾

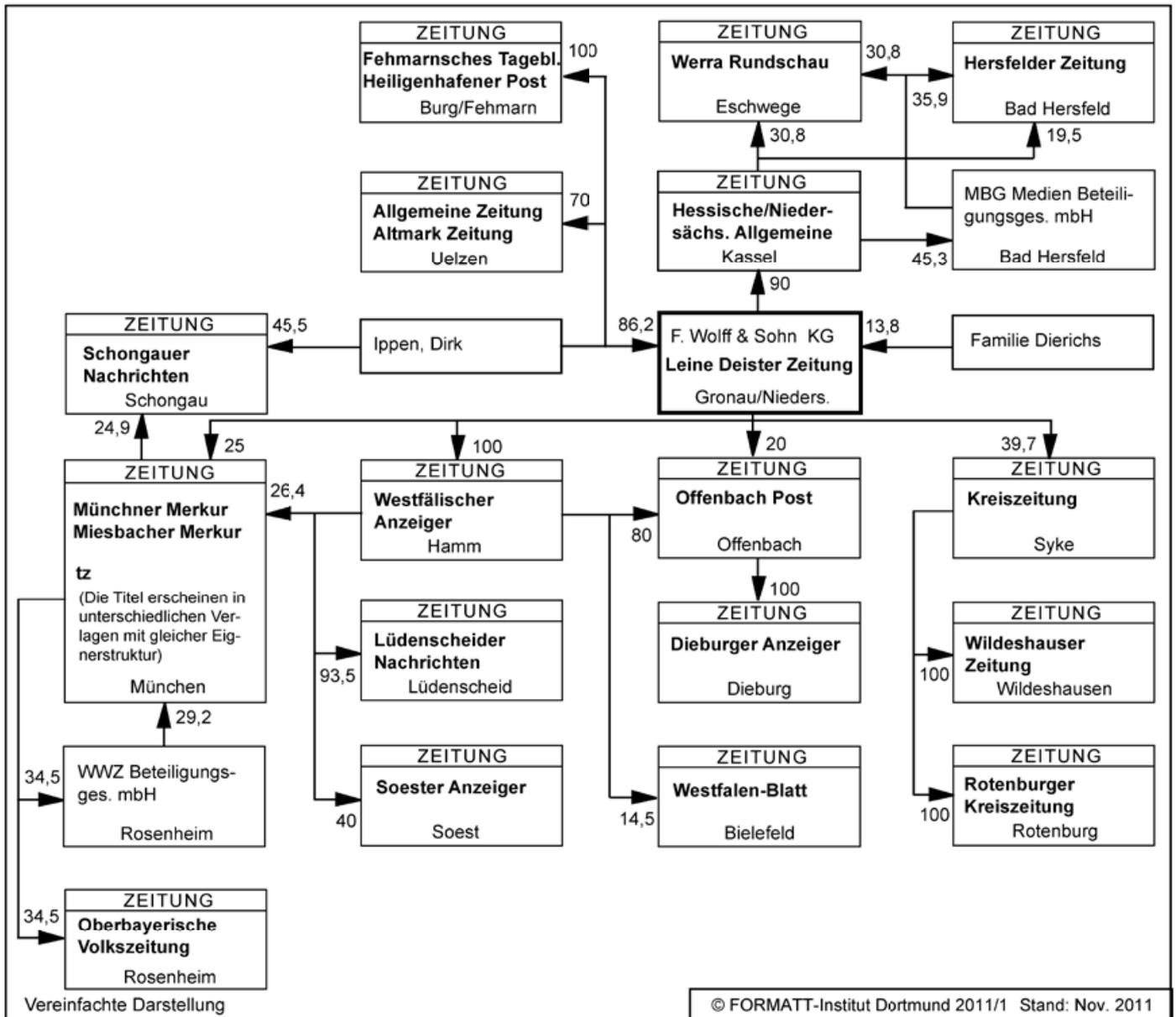
Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover ²⁾	MV*	192 177	192 177	201 300	201 300	210 600	210 600	216 700	216 700
Göttinger Tageblatt ³⁾	100	40 171	40 171	41 600	41 600	43 800	43 800	44 700	44 700
Aller Zeitung/ Wolfsburger Allgemeine ⁴⁾	100	37 092	37 092	37 700	37 700	37 900	37 900	37 600	37 600
Peiner Allgemeine Zeitung ⁵⁾	100	20 071	20 071	20 500	20 500	20 900	20 900	21 400	21 400
Waldeckische Landeszeitung ⁶⁾	100	22 748	22 748	23 500	23 500	24 900	24 900	25 900	25 900
Schaumburger Nachrichten ⁷⁾	100	15 836	15 836	16 400	16 400	16 500	16 500	16 800	16 800
Leipziger Volkszeitung ⁸⁾	100	162 178	162 178	172 100	172 100	182 600	k. A.	203 200	k. A.
Dresdner Neueste Nachrichten ⁸⁾	100	26 008	26 008	27 500	27 500	28 600	k. A.	31 400	k. A.
Naumburger Tageblatt ⁹⁾	100	13 113	13 113	14 000	14 000	14 800	k. A.	15 600	k. A.
Märkische Allgemeine ²¹⁾	100	135 113	135 113	k. A.					
Lübecker Nachrichten ¹⁰⁾	73	99 087	72 334	102 500	74 825	106 000	k. A.	109 100	k. A.
Ostsee-Zeitung ¹¹⁾	73	143 689	104 893	147 100	107 383	153 500	k. A.	160 100	k. A.
Oberhessische Presse ¹²⁾	51	26 396	13 462	28 500	14 535	30 300	15 453	30 400	15 504
Gelnhäuser Neue Zeitung ¹³⁾	51	8 508	4 339	8 500	4 335	8 200	4 182	k. A.	k. A.
Cellesche Zeitung ¹⁴⁾	50	29 552	14 776	30 800	15 400	31 500	15 750	32 100	16 050
Gandersheimer Kreisblatt ¹⁵⁾	33	4 552	1 502	4 800	1 584	5 200	1 716	5 400	1 782
Täglicher Anzeiger ¹⁶⁾	30	10 397	3 119	10 800	3 240	11 300	3 390	11 600	3 480
Kieler Nachrichten ¹⁷⁾	49	88 727	43 476	93 000	45 570	95 600	k. A.	98 400	k. A.
Segeberger Zeitung ¹⁸⁾	49	11 989	5 875	12 000	5 880	12 000	4 440	k. A.	k. A.
Harburger ¹⁹⁾	38,2	13 700	5 233	k. A.					
Torgauer Zeitung ⁸⁾	24,9	9 849	2 452	10 500	2 615	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
AZ Alfelder Zeitung ²⁰⁾	24,5	7 684	1 883	8 100	1 985	8 600	2 107	9 000	2 205
Gesamtauflage		1 118 637	937 851	1 011 200	831 951	1 042 800	401 638	1 069 400	402 121

* MV= Mutterverlag.

- 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 Harke in Nienburg.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse aus einem Tochterverlag der Verlagsgesellschaft Madsack wird der IVW nur eine Gesamtauflage gemeldet.
- 3) Das Göttinger Tageblatt gehört zu 99 % der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 4) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine: Der Verlag gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Die Peiner Allgemeine Zeitung gehört vollständig der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 6) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt den Lokalverlag in Hessen vollständig.
- 7) 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.
- 8) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung (LVZ) seit 2009 85 % der Anteile. Die übrigen Anteile werden zusammen mit Partnern der Verlagsgruppe Madsack gehalten. Wegen des hohen Kapitalanteils wird die Auflage dem Konzern vollständig zugerechnet. Der Leipziger Verlag wiederum hält Anteile am Tageblatt, besitzt die Dresdner Neuesten Nachrichten und ist mit 24,9 % an der Torgauer Zeitung beteiligt.
- 9) 75,2 % des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung. Entsprechend wird die Auflage vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 10) Madsack hat 2009 vom Springer-Konzern eine direkte Beteiligung in Höhe von 49 % übernommen und zudem eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HVB). Der Madsack-Konzern hat die Beteiligung an der HVB anschließend aufgestockt, so dass ihm die Beteiligung der HVB den Lübecker Nachrichten in Höhe von 24 % nun mehrheitlich zugerechnet wird. Madsack kommt damit auf eine Gesamtbeteiligung in Lübeck in Höhe von 73 %.
- 11) Teil des von Springer in 2009 verkauften Beteiligungspaketes an Tageszeitungen war eine hälftige Beteiligung an der Ostsee-Zeitung. Diese Beteiligung hat der Verlag der Lübecker Nachrichten übernommen, der zuvor bereits die andere Hälfte der Anteile besaß. Durchgerechnet ergibt sich ein Anteil von Madsack in Höhe von 73 %.
- 12) Die restlichen Anteile an der Oberhessischen Presse hält der ehemalige Verleger Wolfram Hitzeroth.
- 13) Die Verlagsgesellschaft Madsack hat Anfang 2007 den Lokalverlag im Süden Hessens mehrheitlich übernommen.
- 14) 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.
- 15) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co KG sind u.a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4 %) und des Täglichen Anzeiger (24,4 %). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30 %.
- 16) Am Täglichen Anzeiger in Holzminden hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30 %.
- 17) Kieler Nachrichten: Vom Springer-Konzern ist 2009 eine Beteiligung in Höhe von 24,5 % übernommen worden. Nachdem Madsack eine Beteiligung an der Hanseatischen Verlags-Beteiligungs AG aufgestockt hat, wird auch deren Beteiligung in Kiel von gleichfalls 24,5 % vollständig Madsack zugeordnet. Insgesamt ergibt sich damit ein Anteil in Kiel von 49 %.
- 18) Die Segeberger Zeitung gehört vollständig den Kieler Nachrichten.
- 19) An der Lokalzeitung Harburger Anzeigen und Nachrichten hält die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HBV) eine Beteiligung in Höhe von 38,2 %, die Madsack zugerechnet wird.
- 20) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.
- 21) Die Märkische Allgemeine ist Anfang 2012 von einer Zwischenholding übernommen worden, an der die Verlagsgruppe direkt 74 % hält. Die übrigen Anteile hält der Verlag der Kieler Nachrichten, an der die Verlagsgruppe gleichfalls beteiligt ist. Insgesamt liegt die Beteiligungshöhe oberhalb von 75 %. Daher wird die Auflage der Märkischen Allgemeinen vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Abb. 3 Die Zeitungen der Ippen-Gruppe



2010/11: Main-Post von Holtzbrinck übernommen, Mehrheit an Südkurier GmbH

Deutlich größer war das Investment 2010, als der Verlag die Zeitungsgruppe Main-Post vom Holtzbrinck-Konzern übernahm. Ende 2011 haben sich die Augsburgers zudem mit 51 Prozent an der Südkurier GmbH beteiligt, die unter anderem die gleichnamige Tageszeitung verlegt. Die übrigen Anteile hält weiterhin der bisherige Alleineigner, der Holtzbrinck-Konzern. Über das gerade erworbene Tochterunternehmen in Würzburg ist in diesem Jahr letztlich die benachbarte Lokalzeitung Obermain Tagblatt in Lichtenfels vollständig übernommen worden.

Zukäufe auch durch 50%-Tochter Allgäuer Zeitung

Im südlichen Teil des Regierungsbezirks dominiert die Allgäuer Zeitung, die zur Hälfte der Verlagsgruppe Augsburgers Allgemeine gehört. Auch die Allgäuer Zeitung hat sukzessive kleine Lokalzeitungen in ihrer Nachbarschaft übernommen, zuletzt die Memminger Zeitung an der Grenze zu Ba-

den-Württemberg. Die Verbreitungsgebiete der Zeitungen sind gegeneinander abgegrenzt. Auch darauf beruht die komfortable Wettbewerbssituation der Augsburgers Allgemeinen bei den Abonnementzeitungen. Eine Konkurrenzstellung gibt es ausschließlich im Kreis Neu-Ulm mit der benachbarten Südwest Presse. Die Marktstellung der Augsburgers in der Medienregion ist unangefochten. Vor Jahren war dort einer der letzten Expansionsversuche im westdeutschen Zeitungsmarkt gescheitert. Mit viel Aufwand hatte die Abendzeitung aus München eine weitere Ausgabe im Regierungsbezirk Schwaben mit stattlicher Lokalredaktion in Augsburgs-

10 Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger/Ippen

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Münchner Merkur ¹⁾	MV*	186 283	186 283	189 600	189 600	191 900	191 900	195 700	195 700
tz ¹⁾	MV	139 309	139 309	146 100	146 100	154 500	154 500	161 600	161 600
Oberbayerisches Volksblatt ²⁾	MV	68 073	68 073	71 800	71 800	72 100	72 100	72 100	72 100
Westfälischer Anzeiger ³⁾	MV	38 762	38 762	41 700	41 700	41 900	41 900	44 100	44 100
Hessische/Nieders. Allgemeine ⁴⁾	100	162 676	162 676	161 600	161 600	165 800	165 800	170 800	170 800
Leine Deister Zeitung ⁵⁾	100	5 157	5 157	5 300	5 300	5 400	5 400	5 400	5 400
Fehmarnsches Tageblatt ⁶⁾	100	2 182	2 182	2 200	2 200	2 300	2 300	2 200	2 200
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁷⁾	100	1 774	1 774	1 900	1 900	2 000	2 000	2 000	2 000
Offenbach Post ⁸⁾	100	39 862	39 862	42 200	42 200	44 500	44 500	45 800	45 800
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ⁸⁾	100	3 715	3 715	3 800	3 800	4 000	4 000	4 000	4 000
Lüdenscheider Nachrichten ⁹⁾	100	31 100	31 100	32 200	32 200	31 600	31 600	32 800	32 800
Schongauer Nachrichten ¹⁰⁾	70,4	8 919	6 279	9 200	6 477	9 300	6 547	9 600	6 758
Allg. Zeitung +									
Isenhagener Kreisblatt ¹¹⁾	70	22 053	15 437	23 100	16 170	23 900	16 730	24 800	17 360
Altmark-Zeitung ¹²⁾	70	16 284	11 399	17 800	12 460	19 100	13 370	20 700	14 490
Kreiszeitung, Syke ¹³⁾	39,7	64 444	25 584	66 800	26 520	68 800	27 314	71 100	28 227
Rotenburger Kreiszeitung ¹⁴⁾	39,7	9 953	3 951	10 100	4 010	10 600	4 208	11 100	4 407
Wildeshauser Zeitung ¹⁵⁾	39,7	2 467	979	2 600	1 032	2 700	1 072	2 800	1 112
Soester Anzeiger ¹⁶⁾	40	35 162	14 065	36 100	14 440	31 700	12 680	32 300	12 920
Werra Rundschau ¹⁷⁾	40	10 672	4 269	11 100	4 440	11 600	4 640	12 100	4 840
Hersfelder Zeitung ¹⁸⁾	25	14 303	3 576	14 800	3 700	15 200	3 800	15 600	3 900
Gesamtauflage		863 150	764 432	890 000	787 648	908 900	831 661	936 600	860 413

* MV= Mutterverlag.

- 1) Bei den Verlagen des Münchner Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Dirk Ippen hält 24,99 %, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 26,4 %, ein Beteiligungsunternehmen der Oberbayerischen 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, auch weil er mit dieser konkurriert.
- 2) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 3) Westfälischer Anzeiger: Ippen ist über den Verlag der Leine Deister Zeitung in Gronau an seinem Stammverlag in Hamm beteiligt. Dieser unterhält enge Kontakte mit den westfälischen Verlagen, an denen die Gruppe beteiligt ist, bildet mit ihnen einen Anzeigenverbund und liefert ihnen den Hauptteil. Redaktionelle Kooperationen bestehen zudem mit dem Hellweger Anzeiger in Unna und dem Patriot in Lippstadt.
- 4) Die Ippen-Gruppe hält 90 % der Anteile. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- 5) Leine Deister Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört den Familien Ippen und Dierichs. Die Familie Dierichs hatte u. a. die Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) in die Gruppe eingebracht. Über den Kleinverlag wird eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen der Gruppe gehalten.
- 6) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, sämtliche Anteile.
- 7) Die Heiligenhafener Post wird vom Verlag des Fehmarnschen Tageblatts herausgegeben.
- 8) Offenbach Post: Seit 2005 gehört die Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG vollständig zur Verlagsgruppe (zuvor 50 %). Die Anteile halten der Westfälische Anzeiger 80 % und die Leine-Deister-Zeitung 20 %. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 9) 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 der frühere Verlag der Meinerzhagener Zeitung sowie der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich auf über 90 %, entsprechend werden die Auflagen der Titel der Verlagsgruppe vollständig angerechnet.
- 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 Isenhagener 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) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7 % hält der Verlag der Leine Deister Zeitung. Hinzu kommen gut 10 % durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- 14) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke besitzt die Lokalzeitung vollständig und beliefert das Blatt mit dem überregionalen Mantel. In der letzten Statistik für 2006 war die Beteiligungshöhe irrtümlich zu hoch ausgewiesen worden.
- 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) Soester Anzeiger: Der 40%-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten. Der Verlag in Soest verlegt auch die Mendener Zeitung.
- 17) Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau in Eschwege beteiligt.
- 18) Die anteilige Zuordnung der Hersfelder Zeitung zur Gruppe ist schwierig, da über den Verlag der HNA direkt nur ein Anteil von 19,5 % gehalten wird. Zusammen mit einer indirekten Beteiligung liegt die Beteiligung bei gut 25 %. Darüber hinaus ist ein Teil der übrigen Eigner auch über andere Geschäftsbeziehungen mit der Verlagsgruppe verbunden.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

burg aufgebaut. Bereits nach wenigen Monaten wurde der Versuch beendet, eine Lokalausgabe im Regierungsbezirk Schwaben zu etablieren.

Die Augsburger Mediengruppe beherrscht in ihrem Verbreitungsgebiet auch große Teile des Marktes für Anzeigenblätter und ist früh mit erheblichem Kapitaleinsatz und umfassend in den Privatfunk eingestiegen. Das Unternehmen hat sich auch nicht vor Investments außerhalb des Stammgebiets Oberschwaben gescheut. Der Marktanteil der Gruppe beträgt im Gesamtmarkt 2,8 Prozent und bei den Abonnementzeitungen 3,5 Prozent.

Engagements auch bei Anzeigenblättern und Privatradios

⑪ Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg), Hamburg

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Neue Westfälische, Bielefeld ¹⁾	57,5	146 053	83 980	148 500	85 388	153 300	88 148	154 900	89 068
Frankfurter Rundschau ²⁾	40	120 094	48 038	142 400	56 960	153 700	61 480	161 300	161 300
Sächsische Zeitung, Dresden ³⁾	40	241 993	96 797	255 300	102 120	267 000	106 800	282 800	113 120
Morgenpost für Sachsen, Dresden ³⁾	40	94 501	37 800	90 500	36 200	95 000	38 000	100 700	40 280
Döbelner Anzeiger ³⁾	40	9 908	3 963	10 600	4 240	11 200	4 480	k. A.	k. A.
Frankenpost, Hof ⁴⁾	35	48 414	16 945	49 800	17 430	50 900	17 815	53 100	18 585
Selber Tagblatt ⁵⁾	35	5 287	1 850	5 400	1 890	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Cuxhavener Nachrichten ⁶⁾	32,5	11 427	3 714	11 800	3 835	12 200	3 965	12 700	4 128
Niederelbe Zeitung ⁶⁾	32,5	8 688	2 824	9 000	2 925	9 100	2 958	9 200	2 990
Nordbayerischer Kurier, Bayreuth ⁷⁾	29,7	35 188	10 451	36 600	10 870	38 800	12 222	40 500	12 758
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung ⁸⁾	30	66 526	19 958	71 500	21 450	75 700	22 710	80 500	24 150
Neue Presse, Coburg ⁸⁾	30	24 885	7 466	25 300	7 590	26 700	8 010	27 800	8 340
Madsack anteilig gesamt ⁹⁾	26	891 884	231 890	789 898	205 373	508 400	132 184	525 300	136 578
Gesamtauflage		1 704 848	565 676	1 646 598	556 271	1 402 000	498 771	1 448 800	610 296

1) Die Neue Westfälische ist die einzige Zeitung, an der die ddvg eine Mehrheit hält.

2) Die ddvg hält derzeit 40 % der Anteile an der Frankfurter Rundschau.

3) An den Verlagen der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost für Sachsen, beide in Dresden, hält die ddvg jeweils 40 %. Der Verlag der Sächsischen Zeitung besitzt die Lokalzeitung Döbelner Anzeiger vollständig.

4) Frankenpost: Die ddvg hielt zeitweilig eine Mehrheitsbeteiligung. Ein erheblicher Anteil wurde inzwischen an den Süddeutschen Verlag zurückverkauft.

5) Der Verlag der Frankenpost hat die Lokalzeitung in Selb zum 1.1.2010 vollständig übernommen.

6) Die Verlage der Cuxhavener Nachrichten und der Niederelbe Zeitung, sind 2005 zusammengelegt worden und erscheinen nun in der Cuxhavener-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. Der Kapitalanteil der ddvg, die zuvor bei den Cuxhavener Nachrichten einen Anteil von 50 % hielt, beträgt nun 32,5 %.

7) Die Druckhaus Bayreuth Verlagsgesellschaft hält am Verlag des Nordbayerischen Kuriers 63 %. An der Druckhaus Bayreuth wiederum ist die ddvg mit 47,5 % beteiligt. Damit kommt die ddvg durchgerechnet auf eine Beteiligung von 29,9 % am Nordbayerischen Kurier.

8) Beim Freien Wort, Suhl, der stz Südthüringer Zeitung, Bad Salzungen, und der Neuen Presse, Coburg, ist die ddvg mit jeweils 30 % beteiligt. Partner ist jeweils der Verlag der Süddeutschen Zeitung. Für das Freie Wort und die stz Südthüringer Zeitung wird nur eine Gesamtauflage gemeldet.

9) Die ddvg hält an der persönlich haftenden und geschäftsführenden Dr. Erich Madsack GmbH 26 % der Anteile. Bei der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG liegt die Beteiligungshöhe etwas niedriger.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑫ Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine

Titel	2012			2010	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Augsburger Allgemeine ¹⁾	100	222 170	222 170	228 414	228 414
Main Post und Fränkisches Volksblatt ²⁾	100	127 719	127 719	132 700	132 700
Obermain-Tagblatt ³⁾	100	11 721	11 721	k. A.	k. A.
Südkurier ⁴⁾	51	129 383	65 985	k. A.	k. A.
Allgäuer Zeitung und Memminger Zeitung ⁵⁾	50	102 906	51 453	106 529	53 265
nordkurier ⁶⁾	33,3	84 523	28 146	89 915	29 942
Gesamtauflage		678 422	507 194	557 558	444 320

1) Die Augsburg Allgemeine erscheint mit zahlreichen Ausgaben unter eigenständigen Titeln. Vielfach erschienen diese Titel früher in eigenständigen Verlagen, wurden aber immer stärker in den Augsburg Verlag einbezogen. Mit einigen der ehemaligen Verleger bestehen noch heute Kooperationen.

2) 2010 haben die Augsburg den Verlag der Main Post in Würzburg mit allen sonstigen Aktivitäten übernommen.

3) Die Lokalzeitung in Lichtenfels, in der Nachbarschaft zur Main Post, ist zum 1.1.2012 vollständig übernommen worden.

4) Auch der Südkurier in Konstanz gehörte bis 2011 vollständig zur Holtzbrinck-Gruppe, die nur noch mit 49 Prozent am Konstanzer Verlag beteiligt ist. Die Mehrheit hat die Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine übernommen.

5) Der Verlag der Allgäuer Zeitung hat über Jahre - ähnlich wie die Augsburg - kleine Zeitungen in der Nachbarschaft an sich gebunden. Zuletzt wurde die Memminger Zeitung übernommen und in den Verlag in Kempten eingebunden.

Neben den Augsburgern ist die Familie Waldburg zu Zeil beteiligt.

6) Neben den Augsburgern sind am Verlag in Neubrandenburg die Verlage der Kieler Nachrichten und der Schwäbischen Zeitung - alle in gleicher Höhe - beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

13 Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Titel	2012			2010		2008		2006	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Frankfurter Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV*	355 260	355 260	368 000	368 000	368 700	368 700	370 800	370 800
Frankfurter Neue Presse ²⁾	100	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	106 900	106 900
Märkische Allgemeine	verkauft	-	-	144 900	144 900	154 000	154 000	166 800	166 800
Gesamtauflage		455 260	455 260	612 900	612 900	622 700	622 700	644 500	644 500

* MV = Mutterverlag.

- 1) Eine zentrale Rolle nimmt bei der Verlagsgruppe in Frankfurt die Fazit-Stiftung gemeinnützige Verlagsgesellschaft ein. Sie hält Mehrheiten sowohl bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH (58,2 %) als auch bei der Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH, dem Verlag der Frankfurter Neuen Presse (51,2 %). Die Anteile sind faktisch noch größer, weil beide Unternehmen selbst noch bedeutende Eigenanteile halten: die FAZ 37,9 % und die Societäts-Druckerei 44,3 %. Bei der FAZ verteilen sich die übrigen Anteile in Höhe von 4 % auf kleine Beteiligungen der FAZ-Herausgeber. An der Frankfurter Societäts-Druckerei ist der Verleger Peter Kluthe mit noch 4,5 % beteiligt.
- 2) Die Verlagsgruppe gibt der IVW keine titelbezogene Auflage für die Frankfurter Neue Presse an. Die Auflagenzahl ist auf der Basis der sonstigen IVW-Daten geschätzt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

14 Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Rheinische Post, Düsseldorf	MV*	340 870	340 870	310 900	310 900	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Neuß-Grevenbroicher Zeitung ¹⁾	100	k. A.	k. A.	45 500	45 500	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten ²⁾	24,5	122 985	30 131	129 200	31 654	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesamtauflage		463 855	371 001	485 600	388 054	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.

* MV = Mutterverlag.

- 1) Die Neuß-Grevenbroicher Zeitung erschien in der Neusser Zeitungsverlag GmbH, an der die Rheinische Post seit Jahrzehnten hälftig beteiligt war. Anfang 2009 hat die Verlagsgruppe auch die restlichen Anteile übernommen. Inzwischen wurde die Zeitung in die Rheinische Post integriert und erscheint als Lokalausgabe der RP. Die Auflage ist in jener der RP enthalten.
- 2) Die beiden Aachener Titel erscheinen seit den 70er Jahren gemeinsam in der Zeitungsverlag Aachen GmbH. Die beiden früheren Verlage sind aber Herausgeber ihrer jeweiligen Titel geblieben. Die RP-Gruppe hat den ehemaligen Verlag der Aachener Nachrichten vollständig übernommen und ist darüber mit 24,5 % am Zeitungsverlag Aachen beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Verkauf der Märkischen Allgemeinen lässt FAZ-Gruppe auf Rang 9 sinken

9. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Durch den Verkauf der Märkischen Allgemeinen in Potsdam an die Verlagsgruppe Madsack und die Kieler Nachrichten hat die Verlagsgruppe erheblich an Auflage eingebüßt und rangiert mit einer Gesamtauflage von gut 450 000 Exemplaren auf Rang 9, 2010 noch auf Rang 7 (vgl. Tabelle 13). Die Frankfurter haben sich wieder auf ihr Stammgebiet zurückgezogen, wo sie neben der FAZ auch die Lokalzeitung Frankfurter Neue Presse verlegen. Nach der Wende in Ostdeutschland war die Verlagsgruppe mit Elan in den ostdeutschen Zeitungsmarkt eingestiegen, hatte gleich mehrere Zeitungen übernommen, diese aber sukzessive aufgeben müssen. Geblieben war bis zu diesem Jahr allein der Besitz in Potsdam. Mit dessen Verkauf ist das Kapitel der Expansion nach Ostdeutschland für die Verlagsgruppe beendet. Im Gesamtmarkt ist der Anteil auf 2,5 Prozent (2010: 3,1 %) zurückgegangen, bei den Abonnementzeitungen auf 3,1 Prozent (2010: 3,9 %).

10. Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf

Nach der Übernahme der restlichen Anteile an der Lokalzeitung Neuß-Grevenbroicher Zeitung 2009 hat die Verlagsgruppe die Zeitung inzwischen vollständig integriert und führt sie als Lokalausgabe des Haupttitels Rheinische Post (RP). Das Lokalblatt wird daher in der Tabelle nicht mehr eigenständig ausgewiesen (vgl. Tabelle 14). Auch die übrigen Beteiligungen im Zeitungsmarkt sind unverändert geblieben. In anderen Medienbranchen ist die Verlagsgruppe weiterhin auf Expansion eingestellt. Auch im Ausland bestehen unter anderem Beteiligungen an Zeitungsverlagen, vor allem in Polen und in der Tschechischen Republik. Die Marktanteile der RP-Gruppe sind gegenüber 2010 unverändert geblieben: im Gesamtmarkt 2,0 Prozent und bei den Abonnementzeitungen mit 2,5 Prozent. Eine kleine Überkreuzbeteiligung mit der Westdeutschen Zeitung bleibt unberücksichtigt.

Stabile Marktanteile von 2 % (Gesamtmarkt) bzw. 2,5 % (Abozeitungen)

Anmerkungen:

- 1) Die lokale Ausgabe der Abendzeitung in Nürnberg hat die in Nürnberg ansässige Oschmann-Gruppe übernommen. Diese ist an zahlreichen Anzeigenblättern sowie an lokalen Hörfunk- und

- Fernsehsendern vornehmlich in Bayern beteiligt, hatte sich zuvor aber nur einmal für kurze Zeit im Zeitungsmarkt engagiert, bei dem baden-württembergischen Lokalblatt Lahrer Zeitung. In Nürnberg erscheint das Boulevardblatt nun mit dem Titel AZ Nürnberg.
- 2) Im Zuge einer Realteilung zwischen den Brüdern Dieter und Stefan von Holtzbrinck waren zunächst das Handelsblatt und der Tagesspiegel in Berlin aus dem Holtzbrinck-Konzern herausgelöst worden. Im Untersuchungszeitraum wurden nun die Main Post vollständig und der Südkurier mehrheitlich verkauft.
 - 3) Vgl. BDZV: Zeitungsverleger erwarten Novellierung der Presserufungskontrolle. Pressemitteilung vom 11.10.2011.
 - 4) Konkret geht es um die Untersagung der Übernahme des Haller Tagblatts durch die Südwest Presse in Ulm. Das Bundeskartellamt hatte diese Untersagung insbesondere auch mit dem potenziellen Wettbewerb begründet. Dieser Begründung waren die Vorinstanzen nicht gefolgt.
 - 5) Im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, kurz Kartellgesetz, ist generell eine Anmeldepflicht zur Prüfung ab einem gemeinsamen Jahresumsatz von 500 Mio Euro festgeschrieben. Wegen der relativ geringen Umsätze von Zeitungsverlagen ist diese Schwelle mit dem Multiplikator 20 für Presseunternehmen herabgesetzt worden. Die Verlegerverbände hatten nun eine Verringerung des Faktors auf 8 gefordert, womit sich ein Schwellenwert von 62,5 Mio Euro ergeben würde.
 - 6) Vgl. Bundeskartellamt: Stellungnahme zum Referentenentwurf zur 8. GWB-Novelle vom 30.11.2011, hier S. 7 (vgl. http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Stellungnahmen/2011-12-06_Stellungnahme_Bundeskartellamt_Referentenentwurf_8_GWB-Novelle.pdf)
 - 7) BDZV (Hrsg.): Zeitungen 2011/12. Berlin 2011, S. 100.
 - 8) Einige Stiftungen loben allerdings Journalistenpreise aus und verstehen diese als Fördermaßnahmen in der Regel für jeweils einen spezifischen Bereich des Journalismus.
 - 9) Erste Aktivitäten im Rahmen der „Initiative Lokaljournalismus NRW“ sind im Frühjahr mit Schulungsmaßnahmen für Freie Mitarbeiter von Zeitungen durchgeführt worden. Die Initiative zur Förderung des Lokaljournalismus war von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft Mitte letzten Jahres angekündigt worden.
 - 10) BDZV (Hrsg.): Zeitungen 2011/12 (Anm. 7), S. 98.
 - 11) Vgl. Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA): Werbemarkt: Deutschlands lokale Wochenblätter weiter auf Erfolgskurs. Pressemitteilung vom 18.4.2012 (www.bvda.de).
 - 12) Kansky, Holger: Mut zum Experiment – Zeitungen und ihr Digitalgeschäft. In: BDZV (Hrsg.): Zeitungen 2011/12 (Anm. 7), S. 120–139, hier S. 120.
 - 13) Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW): Auflagenliste 1/2012. Berlin 2012 (CD-ROM bzw. unter www.ivw.de).
 - 14) Vgl. zu den Internetinvestitionen Vogel, Andreas: Online als Geschäftsfeld und Vertriebskanal der Pressewirtschaft. Auf dem Weg zum zweiten Standbein? In: Media Perspektiven 3/2012, S. 158–172, hier S. 170.
 - 15) So hatte die Ippen-Gruppe in Ostwestfalen den Vlothoer Anzeiger, der nur zweimal wöchentlich erschien, an das Mindener Tageblatt verkauft. Mitte des Jahres ist der Vlothoer Anzeiger eingestellt worden.

