

## Daten zur Konzentration der Tagespresse im I. Quartal 2020

# Tageszeitungen 2020: Schrumpfender Markt und sinkende Vielfalt

Von Horst Röper\*

Zeitungsmarkt verändert sich deutlich

Wie stark sich der Zeitungsmarkt in den letzten Jahren verändert hat, wird durch die aktuelle Ausgabe der Langzeituntersuchung zur horizontalen Konzentration der Zeitungsbranche in den Fokus gerückt. Erstmals seit vielen Jahren ist der Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen rückläufig. In 2018 hatte dieser Marktanteil rund 62 Prozent erreicht. Im ersten Quartal 2020 waren es noch knapp 58 Prozent. Der Rückgang geht im Wesentlichen auf die Verlagsgruppe DuMont zurück, die nach diversen Verkäufen 3 Prozentpunkte weniger aufweist. Anders als seit Jahrzehnten üblich, sind die früheren DuMont-Titel nicht von anderen führenden Zeitungsunternehmen übernommen worden, sondern von Unternehmen außerhalb der Zeitungsbranche. Auch das ist ein Novum für den deutschen Zeitungsmarkt. Ein weiteres Novum ist, dass der Springer-Konzern nun erstmals nicht mehr Deutschlands auflagenstärkstes Zeitungsunternehmen ist. Nach den anhaltend hohen Verlusten von Bild und zuletzt auch der Welt hat Springer Marktanteile eingebüßt und wurde von der Verlagsgruppe um die Stuttgarter Zeitung, Die Rheinpfalz und die Südwest Presse überholt. Letztere erreicht in 2020 einen Anteil am Gesamtmarkt von rund 13 Prozent. (vgl. Tabelle 1).

Seit Jahren Ausdünnung des lokalen Zeitungsangebots

Für die Medienvielfalt und insbesondere für den Lokaljournalismus war es ein Fanal, als im Februar 2020 bekannt wurde, dass die Rhein-Zeitung in Rheinland-Pfalz alle Lokalredaktionen schließen und die Redakteure an nur noch drei Standorten zusammenführen wird. Damit verabschiedet sich erstmals eine große Regionalzeitung aus der Fläche eines Verbreitungsgebiets, obwohl sie fast überall als Monopolanbieter erscheint. Redaktionsschließungen sind in den letzten Jahren Alltag im Zeitungsmarkt geworden. Sie betrafen früher aber insbesondere Zweit- oder gar Drittzeitungen. Inzwischen werden vielfach Lokalausgaben ohne deren frühere Lokalredaktion weitergeführt. Die Leistungen der aufgegebenen Redaktion werden ersetzt durch einen zugekauften Lokalteil der Konkurrenz. In den letzten Jahren werden vermehrt jahrzehntelange Wettbewerbsstellungen von Verlagen aufgelöst, indem sie Teile der Berichterstattung oder gleich den gesamten Lokalteil austauschen. Der Verzicht auf eine eigene Berichterstattung betrifft dann nicht nur das jeweilige Printmedium, sondern auch die digitalen Angebote. Vielfach berichtet entsprechend

nur noch eine Redaktion originär. Dass mancherorts Lokalfunkangebote und lokaljournalistische Portale von Dritten hinzukommen, lindert den Verlust.

### Kurz und knapp

- Die Langzeitstudie dokumentiert die Verlagsstrukturen und die Konzentration in der deutschen Tagespresse.
- Rückläufige Werbeumsätze und anhaltende Auflagenverluste prägen die wirtschaftliche Lage der Zeitungsverlage.
- Die Vielfalt im Lokaljournalismus geht durch Redaktionsschließungen und Kooperationen zwischen ehemaligen Wettbewerbern zurück.
- Erstmals seit vielen Jahren ist der Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen rückläufig.
- Die Verlagsgruppe um die Südwestdeutsche Medien Holding (SWMH) in Stuttgart hat den Springer-Konzern als auflagenstärkste Verlagsgruppe abgelöst.

Diese Marktausprägungen mit Angeboten von Zeitungen, die sich zwar noch in der überregionalen Berichterstattung unterscheiden, aber identische oder zumindest weitgehend identische Lokalteile aufweisen, gibt es inzwischen vielerorts. Ein Musterbeispiel dafür liefert eine der auflagenstärksten Regionalzeitungen in Deutschland, die Rheinische Post (Verkaufsaufgabe: 272 000 Exemplare) in Düsseldorf, die in ihrem großen Verbreitungsgebiet inzwischen mit allen ehemaligen Wettbewerbern in unterschiedlicher Form beim Lokaljournalismus kooperiert. Besonders ausgeprägt finden sich solche Kooperationen sogar in Großstädten wie Dortmund und Düsseldorf, wo jeweils drei Zeitungen mit weitgehend identischer Lokalberichterstattung angeboten werden. (1) In ländlichen Gebieten, wo die Lokalausgaben mit kleineren Auflagen erscheinen, nehmen solche Kooperationen im Lokaljournalismus ständig zu. Auffällig ist dabei, dass solche Kooperationen inzwischen auch von Verlagen vereinbart werden, die sich traditionell als harte Konkurrenten verstanden.

Regionalzeitungen mit identischen Lokalteilen

Diese Prozesse schränken die Pressevielfalt mehr und mehr ein. Der Lokaljournalismus wird zu einem raren Gut, das von jeweils nur noch einer Quelle abhängt, zugleich aber – anders als früher – auf unterschiedlichen Wegen vervielfacht wird: in mehreren Zeitungen und deren angeschlossenen digitalen Angeboten. Die Klagen, etwa aus der Kommunalpolitik, über einen unzureichenden Lo-

Lokaljournalismus wird rares Gut

\* FORMATT-Institut, Dortmund.

Tabelle 1

**Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes 2012 bis 2020**

anteilige Auflage, in %

	2020		2018		2016		2014		2012		
	Rang	%									
Tageszeitungen gesamt											
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	11,5	2	10,7	2	9,9	2	9,5	2	9,2	
Axel Springer SE, Berlin	2	11,1	1	12,7	1	14,0	1	15,5	1	18,8	
Funke Mediengruppe, Essen	3	7,5	3	7,9	3	7,8	3	7,7	3	5,7	
Verlagsgruppe Ippen, München	4	5,8	4	5,7	6	4,5	6	4,3	6	4,2	
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	5	5,4	5	5,6	5	5,3	4	5,2	5	5,2	
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		41,3		42,6	–	41,5	–	42,9		44,4	
Verlagsgruppe Augsburgische Allgemeine	6	3,9	7	3,8	7	3,5	7	3,3	8	2,8	
Rheinisch-Bergische Verlagsgesell./Rheinische Post	7	3,5	9	3,3	9	3,2	8	3,0	10	2,0	
ddvg, Hamburg	8	3,4	8	3,4	8	3,4	9	3,0	7	3,1	
Verlagsgruppe Neue Osnabrücker Zeitung	9	3,2	10	3,2	10	2,9					
Verlagsgruppe DuMont, Köln	10	2,2	6	5,2	4	5,3	5	5,0	4	5,5	
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		57,5		61,6		59,8	–	59,3	–	59,1	
(Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung <sup>2)</sup>							–	10	2,8	9	2,5
(Holtzbrinck, Stuttgart) <sup>2)</sup>							–	–	–	–	
Abonnementzeitungen											
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	13,2	1	12,6	1	11,8	1	11,7	1	11,5	
Funke Mediengruppe, Essen	2	8,6	2	9,3	2	9,3	2	9,4	2	7,2	
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	3	6,2	3	6,5	3	6,3	3	6,4	3	6,4	
Verlagsgruppe Ippen, München	4	5,8	4	5,8	4	4,5	4	4,3	–	(4,3)	
Verlagsgruppe Augsburgische Allgemeine	5	4,4	5	4,4							
(Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln) <sup>2)</sup>		2,0	–	–	5	4,3	5	4,2	4	4,7	
(Axel Springer SE, Berlin) <sup>2)</sup>			–	–	–	–	–	–	5	4,5	
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		38,2		38,6		36,2	–	36,0		34,3	
Kaufzeitungen <sup>3)</sup>											
Axel Springer SE, Berlin (Bild, B.Z.)	1	81,4	1	78,7	1	79,2	1	78,2	1	78,6	
Verlagsgruppe Ippen, München (tz)	2	6,1	3	5,3	3	4,8	3	4,3	3	3,9	
Verlagsgruppe DuMont, Köln 2 (Express)	3	3,8	2	10,6	2	10,7	2	8,9	2	8,6	
Morgenpost Sachsen	4	3,0	4	2,9	4	2,9	5	2,7	5	2,6	
Abendzeitung, München	5	2,4	5	2,1	5	1,9	4	3,7	4	3,5	
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		96,7		99,6		99,5	–	97,8		97,2	

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

2) Die Klammern kennzeichnen, dass der jeweilige Verlag in diesem Jahr nicht in der Rangliste vertreten war bzw., dass der ausgewiesene Wert nicht für einen Platz in der Rangliste ausgereicht hat.

3) Bei den Angaben zu den Kaufzeitungen ist zu berücksichtigen, dass in der Gesamtauflage der Teilbranche für 2020 die Auflage des Berliner Kuriers fehlt und auch darauf ein Teil der Anteilswachse der anderen Anbieter zurückzuführen ist. Die Auflagenzahl des Berliner Kurier wurde der IVW wegen der Coronona-Krise nicht geliefert.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

kaljournalismus werden lauter. Manche Kommunen versuchen, die Defizite durch eigene Berichterstattung zu mindern. Sie stoßen dabei aber auf wettbewerbsrechtliche Probleme, wenn zum Beispiel Zeitungsverlage Klagen erheben. Gerichtlich werden kommunale Angebote insbesondere auf die Berichterstattung über Angelegenheiten der Kommune selbst beschränkt. (2)

Auch für die überregionale Berichterstattung von Zeitungen gilt, dass sie immer uniformer wird. In jüngster Zeit verzichten Verlage zum Beispiel vollständig auf eine eigene Hauptredaktion und übernehmen den Mantel von einem anderen Verlag, so wie das Offenburger Tageblatt (von den Stuttgarter Nachrichten). Verlage gründen außerdem häufiger Gemeinschaftsredaktionen, so beispiels-

Auch überregionale Berichterstattung wird uniformer

Tabelle 2

Werbeeinnahmen der Presse<sup>1)</sup> 1999 bis 2020netto<sup>2)</sup> in Mio Euro und Veränderung zum Vorjahr in %

Jahr	Tageszeitungen		Wochen- und Sonntagszeitungen		Anzeigenblätter		Werbemarkt	
	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %
2019 <sup>3)</sup>	2 083,4	-6,5	114,9	1 561,0		-9,4		
2018	2 219,3	-7,0	134,3	-2,5	1 723,0	-7,2	15 818,1	-2,4
2017	2 386,2	-5,7	137,7	-4,4	1 856,8	-3,1	16 212,1	5,5
2016	2 532,0	-4,5	144,0	-6,8	1 917,0	5,9	15 362,9	1,0
2015	2 651,4	-6,6	154,5	0,2	1 811,0	-1,9	15 214,3	-0,8
2014	2 840,0	-2,8	154,2	-15,2	1 847,0	-4,4	15 330,1	0,2
2013	2 923,0	-9,6	181,8	-8,8	1 932,0	-3,4	15 363,0 <sup>4)</sup>	- <sup>4)</sup>
2012	3 232,6	-9,1	199,3	-6,7	2 001,0	-2,9	18 420,1	-2,7
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	0,8	18 748,1	2,1
2009	3 694,3	-15,5	208,3	-21,6	1 996,0	-0,6	18 366,9	-9,8
2008	4 373,4	-4,2	265,7	-1,5	2 008,0	1,9	20 365,0	-2,1
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) In den letzten Jahren wird vom ZAW in die Gesamtsumme der Werbeeinnahmen pauschal pro Jahr 79,3 Mio Euro für die Supplements eingerechnet.

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

3) Die Angabe zu den Werbeeinnahmen der Tageszeitungen in 2018 ist von ZAW inzwischen auf 2 229,2 Mio Euro korrigiert worden.

4) Anders als in den Vorjahren wird das Volumen für Direktwerbung (2012: 2,86 Mrd Euro) für das Jahr 2013 nicht mehr ausgewiesen. Dadurch ist die Werbemarkt-Gesamtsumme nicht mit den Vorjahren vergleichbar und der Ausweis der prozentualen Veränderung nicht sinnvoll. Bereinigt man die Werte für 2012 um das Volumen für Direktwerbung, ergibt sich für 2012 ein Werbegesamtvolumen von 15,517 Mrd Euro.

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

weise der Hellweger Anzeiger und die Ruhr Nachrichten, Nürnberger Nachrichten und Nürnberger Zeitung, Lippische Landes-Zeitung, Mindener Tageblatt und Neue Westfälische. Verlage stützen sich zudem auf Zulieferungen fremder Verlage, wie etwa die Siegener Zeitung auf Leistungen des Redaktionsnetzwerk Deutschland (RND) oder das Westfalen-Blatt auf die Westfälische Nachrichten. Manche Verlage kombinieren die Maßnahmen, so beispielsweise Hellweger Anzeiger und Ruhr Nachrichten, die für ihre Gemeinschaftsredaktion auch Material des RND beziehen. Eine besondere Form der redaktionellen Kooperation wird für die Münstersche Zeitung praktiziert: Kombiniert wird Material des RND und der Rheinischen Post und ergänzt mit dem Sportteil der Ruhr Nachrichten – ein Patchwork.

Die wirtschaftliche Lage vieler Marktteilnehmer der Zeitungsbranche ist nach wie vor schwierig. Rückläufige Werbeumsätze und anhaltende Auflagenverluste prägen das alltägliche Geschäft (vgl. Tabelle 2). Der Gesamtumsatz ist nach Angaben des Bundesverbandes Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) weiter gesunken und betrug im Jahr 2018 noch 6,86 Mrd Euro (vgl. Tabelle 3). Die einst dominanten Werbeeinnahmen machten nur noch knapp ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. Die Verkaufserlöse sind inzwischen die wesentliche Einnahmequelle, da die Verkaufspreise in den letzten Jahren immer wieder deutlich erhöht worden sind (vgl. Tabelle 4). Das mit dem Preisanstieg verbundene Risiko des Verlustes weiterer Käufer wird von den Verlagen hingenommen. Die stetig sinkenden Gesamteinnahmen führen seit Jahren zu Einsparungen in allen Bereichen. Dies gilt auch für die Redaktionen, die nach dem Vertrieb mit zuletzt 26,6 Prozent zu den

Werbeumsätze schrumpfen, Verkaufserlöse sind Haupteinnahmequelle

Tabelle 3  
Umsatzentwicklung der Tageszeitungen

	2001	2009	2015	2016	2018
Gesamtumsatz in Mrd Euro	9,40	7,96	7,29	7,22	6,86
Anzeigen/Beilagen	5,64	3,69	2,65	2,53	2,23
Vertrieb	3,75	4,27	4,63	4,69	4,63
Umsatz/Monatsstück der regionalen Abozeitungen in Euro	36,45	38,60	40,96	42,87	47
Anzeigen/Beilagen	21,86	18,82	15,07	15,21	16,23
Vertrieb	14,60	19,78	25,89	27,65	30,77

Quelle: BDZV: Jahrbuch Zeitung 2001, 2009, 2015, 2016, 2018/19.

Tabelle 4  
Kosten und Erlöse von Abozeitungen in Westdeutschland  
in %

	2009	2015	2016	2018
<b>Kosten</b>				
Technische Herstellung	19,4	18,6	18,8	13,9
Papier	7,6	5,2	5,2	5,3
Redaktion	25,5	24,7	25,3	26,6
Anzeigen	16,0	14,6	13,9	14,7
Vertrieb	23,2	27,8	27,4	30,2
Untern.-Ltg./Verwaltung	8,4	9,2	9,3	9,3
<b>Erlöse</b>				
Werbung gesamt	49,3	38,7	37,6	35,6
davon Anzeigen	83,4	84,7	85,4	87,6
davon Beilagen	16,6	15,3	14,6	12,4
Vertrieb	50,7	61,3	62,4	64,4

Quelle: BDZV: Jahrbuch Zeitung 2009, 2015, 2016, 2018/19.

Kosten beitragen. Die anteiligen Kosten des Vertriebs sind von 2016 auf 2018 um 2,8 Prozentpunkte auf 30,2 Prozent gestiegen. Dies ist gerade deshalb bemerkenswert, weil ein zunehmender Anteil der Auflage als E-Paper kostengünstig vertrieben wird und hier Einsparpotenzial ausgeschöpft wird. Die Verlage machen für die Steigerung der Vertriebskosten insbesondere gesetzliche Regelungen (Mindestlohn) verantwortlich.

Politik schlägt Regionalberichterstattung im Fernsehen als Lösung vor

Die Probleme im Bereich des Lokaljournalismus sind inzwischen auch im politischen Diskurs auf Ebene der Bundesländer angekommen. Die Rundfunkkommission der Länder hat Ende 2018 die Arbeitsgruppe „Regionale Vielfalt“ unter dem Vorsitz von Sachsen eingerichtet. Die Bundesländer sind zwar seit der Föderalismusreform auch für die Printmedien zuständig, sie unterhalten dafür aber keine gemeinsame Organisation, etwa zum Erfahrungsaustausch. Dass das Thema in der Rundfunkkommission angesiedelt ist, zeigt Folgen. Die Arbeitsgemeinschaft hat die Probleme im Lokaljournalismus wahrgenommen,

die mit den anhaltenden Monopol Tendenzen im Zeitungsmarkt verbunden sind. Der Chef der Staatskanzlei in Mecklenburg-Vorpommern, Heiko Geue, verweist als weiteres Defizit auf die in Ostdeutschland fehlenden Regionalprogramme großer Privatsender, die in vielen westdeutschen Ländern auf der Basis von Lizenzauflagen angeboten werden. (3) Die Arbeitsgemeinschaft hat sich mit den Sendergruppen RTL und ProSiebenSat.1 verständigt, die Präsenz lokaler und regionaler Anbieter in deren Programmen zu stärken. Diese Magazine sind eine Ergänzung, aber gerade weil sie Regionalberichterstattung für jeweils eines oder mehrere Bundesländer leisten, sind sie kaum dazu geeignet, die Fehlstellen im Lokaljournalismus auch nur ansatzweise zu schließen.

Bezeichnend für die uneinheitliche und vielerorts unentschlossene Haltung der Länder ist auch, dass sie sich erneut nicht auf zentrale Fördermaßnahmen verständigen konnten. Ein diesbezüglicher Passus schaffte es nicht in den Entwurf für den neuen Me-

Keine Verständigung auf bundesweit einheitliche Fördermaßnahmen

dienststaatsvertrag (bislang Rundfunkstaatsvertrag). Stattdessen wird nun nur in einer Protokollerklärung festgehalten, dass „auch künftig eine differenzierte, professionelle und relevante Berichterstattung aus allen Teilen der Bundesrepublik“ für die lokale Meinungsbildung gesichert werden soll. Damit wird vorausgesetzt, dass diese Art der Berichterstattung gegenwärtig gegeben ist, obwohl auch von Politikern an anderer Stelle die Defizite beklagt werden. Immerhin soll nun aber möglich werden, auch tradierte Medienhäuser zu fördern. Einen solchen Förderungsansatz hat als erstes Bundesland Nordrhein-Westfalen durchgesetzt. Die begrenzten Mittel von rund 1,5 Mio Euro jährlich sind zunächst aber nicht viel mehr als ein Zeichen.

#### Förderprogramme der Länder

Die langjährige Blockade einer aktiven Förderung des Lokaljournalismus bröckelt allerdings inzwischen. Bislang war den Landesmedienanstalten nur erlaubt, beim Privatfunk die Kosten der technischen Infrastruktur und der Programmverbreitung zu unterstützen. Nun rückt auch die Programmherstellung in den Förderungsbereich. Mehrere Länder haben jeweils eigenständig Förderprogramme aufgelegt und mit deren Organisation in der Regel die jeweiligen Landesmedienanstalten betraut, um die verfassungsrechtlich geforderte Staatsferne einzuhalten. In Baden-Württemberg sollen beispielsweise regionale TV-Anbieter mit 4,2 Mio Euro jährlich gefördert werden. Das Land Brandenburg stellt der Medienanstalt mabb 1,5 Millionen Euro aus Landesmitteln zur Verfügung. Mit diesen Mitteln soll auch die Förderung von Inhalten ermöglicht werden. Sachsen prüft ähnliche Maßnahmen. (4)

Auf Bundesebene hatten die Regierungsparteien schon im Koalitionsvertrag finanzielle Mittel zur „Sicherung der bundesweiten Versorgung mit Presseerzeugnissen für alle Haushalte – in Stadt und Land gleichermaßen“ vereinbart. (5) Gefördert werden soll die Zustellung von Printprodukten. Dafür waren zeitweilig 150 Mio Euro vorgesehen. Inzwischen ist die Förderung vom Bundestag auf 40 Mio Euro jährlich bei einer Laufzeit von fünf Jahren beschränkt worden. Ausgezahlt wurde bislang allerdings noch nichts. Das Arbeitsministerium arbeitet derzeit noch an einem Auszahlungsmodus. Die Begehrlichkeiten wuchsen sogar, denn auch der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) sowie der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BDZV) reklamierten Ansprüche. Wichtig ist dabei, die Förderung nicht mit der Gießkanne umzusetzen, also etwa Mittel pro zugestelltes Exemplar zu vergeben. Berücksichtigt werden müssen die unterschiedlichen Kosten der Zustellung in Abhängigkeit zur jeweiligen Zustellmenge und den jeweiligen Gegebenheiten in den Verbreitungsgebieten. Beispielsweise sind in einer Großstadt die Zustellkosten geringer als in dünn besiedelten Gebieten.

Ungewöhnlich ist für die Politik allerdings, dass ein Teil der potenziellen Empfänger von Förderungen diese ablehnt. Normalerweise werden aus der Wirtschaft Förderungen gefordert. Ausgerechnet der BDZV und insbesondere dessen Präsident, der Springer-Chef Mathias Döpfner, lehnen Förderungen ab. Döpfner betont: „Lieber Insolvenzen bei Zeitungen als der Verlust ihrer Unabhängigkeit durch Subventionen.“ (6) Ob alle Verleger diese Sicht teilen, darf bezweifelt werden, zumal Döpfners Aussage auf einem Scheinvergleich beruht. Förderungen sind nicht zwangsläufig mit dem Verlust von Unabhängigkeit verbunden, vor allem, wenn verfassungsrechtlich Förderungen nur unabhängig vom Staat in Frage kommen. In fast allen Ländern der EU gibt es zum Teil schon seit Jahrzehnten Förderungen der Presse mit öffentlichen Geldern, ohne dass damit automatisch deren Unabhängigkeit berührt wäre. (7) Döpfners Position ist vor allem deshalb nicht nachvollziehbar, weil die lange Erfahrung mit der Pressekonzentration gelehrt hat, dass nach einer Insolvenz einer Zeitung kein anderer Verlag die entstandene Lücke für neue Zeitungen nutzt. Die Zugangsbarrieren sind im Zeitungsmarkt so hoch, dass Zeitungsgründungen seit Jahrzehnten nicht stattfinden. (8) Die Marktmechanismen sind mit anderen Branchen, wo Nachfrage das Angebot bestimmt, nicht vergleichbar.

Von dem durch die Corona-Krise verursachten Werbebruch sind die Zeitungsunternehmen gleich mehrfach betroffen: Sie spüren den fehlenden Werbeumsatz nicht nur bei ihren Zeitungen, sondern auch bei ihren lokalen oder regionalen Zeitschriften, den Anzeigenblättern und bei ihren Beteiligungen am Lokal- und Regionalfunk. Insbesondere die Entwicklung bei den Anzeigenblättern trifft die Unternehmen. Die Branche hat im Jahr 2018 1,7 Mrd Euro mit Werbung umgesetzt. Der größte Teil der Gesamtauflage von rund 80 Millionen Exemplaren wöchentlich geht auf das Konto von Tochter- und Beteiligungsfirmen der Zeitungsunternehmen. (9) Manches Unternehmen hat zeitweilig mit diesen Blättern höhere Gewinne erlöst als mit den Zeitungen. Um die Relevanz von Anzeigenblättern für Zeitungsunternehmen zu verdeutlichen, werden in den Kapiteln zu den Verlagsgruppen deren Gesamtauflagen von Anzeigenblättern angegeben.

#### Methodik der Studie

Im Folgenden werden die Entwicklungen der Top-10 der aufgabenstärksten Verlagsgruppen vorgestellt. Die Methodik dieser Studie ist im Vergleich zu den Vorjahren unverändert beibehalten worden. (10) Angaben zu den Verkaufsaufgaben der Zeitungen beziehen sich – wenn nicht anders angegeben – auf die Daten der IVW für die Tage Montag bis Samstag jeweils im I. Quartal. Die IVW unterscheidet dabei nach Abonnement, Einzelverkauf, Verkauf an Lese-

Subventionen aus Angst vor dem Verlust der Unabhängigkeit abgelehnt

Corona-Pandemie trifft auch Zeitungsunternehmen hart

zirkel, Bordexemplare und den sonstigen Verkauf. Bereits seit einigen Jahren fasst die IVW in der Verkaufsaufgabe Print und E-Paper zusammen, weist allerdings seit 2012 die E-Paper-Auflagen auch getrennt aus.

E-Paper: 11 Prozent der Verkaufsaufgabe der Tageszeitungen

Die Auflage der E-Paper ist in den letzten Jahren stark gestiegen und überdeckt dabei im Saldo einen Teil des immer noch anhaltenden Verlustes bei den Printprodukten. Das Auflagenplus der E-Paper betrug in den letzten Jahren jeweils rund 200 000 Exemplare, während die Gesamtauflage stetig gesunken ist. Im I. Quartal 2020 erreichten die E-Paper einen Anteil von 11,3 Prozent an der gesamten Verkaufsaufgabe der Tageszeitungen. Im Jahr zuvor waren es noch 9,4 Prozent gewesen. Eine Reihe von Verlagen hat zuletzt eine stärker steigende Nachfrage insbesondere nach E-Papern registriert und das gestiegene Interesse auf die Corona-Krise zurückgeführt. Dies dürfte sich in Teilen bereits auf die Durchschnittszahlen des I. Quartals niedergeschlagen haben. Diese Verkaufserfolge bei den E-Papern sind ein gutes Zeichen für die allorts anstehende Digitalisierung des Verlagsgeschäftes. Mit E-Papern werden allerdings geringere Umsätze erzielt als mit Printprodukten. Viele Verlage haben nach einer Einführungsphase den Preis von E-Papern zwar jener der gedruckten Zeitungen angenähert, die über Abonnement verkauften E-Paper haben an der E-Paper-Gesamtauflage aber nur einen Anteil von gut der Hälfte. Annähernd gleich viele Exemplare werden über den sonstigen Verkauf abgesetzt. In dieser Kategorie fasst die IVW alle Verkäufe zusammen, deren Preis nicht mindestens die Hälfte des Normalpreises beträgt. Mit anderen Worten: Der Verkaufserfolg bei den E-Papern basiert zu einem erheblichen Teil weiterhin auf einem reduzierten Preis, also einem Einführungsrabatt. Dieser sonstige Verkauf verdeckt zu einem Teil die Auflagenverluste im normalen Geschäft.

Rheinpfalz kompensiert Rückgänge im klassischen Verkauf mit günstigen E-Papern

Ein Beispiel: Eine der auflagenstärksten Regionalzeitungen, Die Rheinpfalz in Ludwigshafen, weist für 2020 eine für die Branche untypische leichte Steigerung bei der verkauften Auflage gegenüber 2018 aus: 234 500 gegenüber 233 600 Exemplaren. (11) Der Abo-Verkauf ging in derselben Zeit um gut 10 000 Exemplare zurück, der Einzelverkauf zudem leicht (-600 Exemplare). Gestiegen ist dagegen die E-Paper-Auflage im sonstigen Verkauf von 22 900 Exemplaren auf 35 300 Exemplare. Die Verluste im traditionellen Verkauf des Printmediums wurden demnach überkompensiert durch den Zuwachs bei E-Papern mit einem besonders günstigen Preis.

Von zunehmender Bedeutung ist für die Zeitungsunternehmen der Bereich Paid Content. Darunter fallen der Verkauf einzelner Berichte, gebündelte Angebote nach Themenfeldern (auch in der Form von Newslet-

tern), ein Tagespass oder Ähnliches, das zeitlich befristet den Zugriff auf das digitale Angebot erlaubt, sowie Podcasts. Über den Anteil, den diese Vermarktungsformen am Umsatz haben, ist allerdings bislang nichts bekannt.

Angaben zur Konzentration bei der Tagespresse und zu den Marktanteilen von Verlagsgruppen basieren auf der anteiligen Auflage (vgl. Tabelle 5). Dabei wird den Verlagsgruppen nur ein Anteil an der Verkaufsaufgabe von Beteiligungsunternehmen zugerechnet, der der Beteiligungshöhe am jeweiligen Verlag entspricht. Bei Mehrheitsbeteiligungen ab 75 Prozent wird die Auflage vollständig zugerechnet. Minderheitsbeteiligungen unter gerundet 25 Prozent werden nicht berücksichtigt. Berücksichtigt sind die Konzentrationsfälle bis einschließlich I. Quartal 2020 (vgl. Tabelle 6)

#### Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm

Die Verlagsgruppe um die Südwestdeutsche Medien Holding (SWMH) in Stuttgart hat den Springer-Konzern als auflagenstärkste Verlagsgruppe abgelöst. Im Gesamtmarkt ist ihr Marktanteil von 10,7 Prozent in 2018 auf 11,5 Prozent in 2020 gestiegen. Im Teilmarkt der Abonnementzeitungen hat die Stuttgarter Gruppe ihren Vorsprung mit 13,2 Prozent (2018: 12,6 %) gegenüber der Funke-Gruppe weiter ausgebaut. Kaufzeitungen werden von der Gruppe nicht verlegt. Die anteilige Gesamtauflage ist mit 1,5 Millionen Exemplaren gegenüber 2018 fast unverändert geblieben (vgl. Tabelle 7). Der Auflagenverlust bei annähernd allen Titeln wurde insbesondere durch den Zukauf der Lausitzer Rundschau in 2018 und der kleinen Lokalzeitung Vogtland-Anzeiger in Sachsen sowie durch erhöhte Beteiligungen ausgeglichen. Die Aktivitäten gingen von den großen Eignerverlagen der Gruppe aus. Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hat über die Märkische Oderzeitung die Lausitzer Rundschau übernommen. Die Medien Union Ludwigshafen hat über den Tochterverlag der freien Presse die kleine Lokalzeitung Vogtland Anzeiger gekauft. Das Blatt hat seit seiner Gründung eine sehr wechselhafte Entwicklung mit mehreren Anteilsveränderungen erlebt. Die Stuttgarter Zeitung Verlag GmbH hat die restlichen Anteile an der Kreiszeitung Böblinger Bote übernommen und ihren Anteil an der Eßlinger Zeitung auf 87 Prozent aufgestockt.

SWMH hat Axel Springer von Rang 1 verdrängt

Schon vor Jahren waren die Redaktionen von Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten in wesentlichen Teilen zusammengelegt worden. Die fortgesetzten Aufkäufe im Stuttgarter Umland, in denen die Titel aus Stuttgart gleichfalls vertrieben werden, erlauben nun den Abbau weiterer sogenannter Doppelstrukturen. In Böblingen (Kreiszeitung Böblinger Bote), in Esslingen (Eßlinger Zeitung), in Waiblingen (Waiblinger Kreiszeitung) und in Göppingen (Süd-

„Doppelstrukturen“ werden auf Kosten von Lokalredaktionen abgebaut

Tabelle 5

## Entwicklung der Tagespresse 1995 bis 2020

Auflage in Exemplaren, nach IVW, jeweils I. Quartal

	Tageszeitungen gesamt nach IVW		davon Sonntagszeitungen <sup>1)</sup>		nichtberücksichtigte Titel	Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung <sup>2)</sup>		davon Abonnementzeitungen		Kaufzeitungen	
	Exemplare	Veränd. in %	Exemplare	Veränd. in %		Exemplare	Exemplare	Veränd. in %	Exemplare	Veränd. in %	Exemplare
2020 <sup>3)</sup>	14 568 614	-7,3	1 533 832	-7,4	0	13 034 782	-7,3	11 367 291	-5,2	1 667 491	-19,2
2018	15 718 772	-10,8	1 656 833	-19,2	0	14 061 939	-9,7	11 997 396	-8,1	2 064 543	-18,1
2016	17 630 193	-11,6	2 050 666	-26,2	0	15 579 527	-8,9	13 058 427	-6,7	2 521 100	-19,0
2014	19 942 641	-6,6	2 779 152	-11,6	52 819	17 110 670	-5,7	13 996 570	-3,9	3 114 100	-13,1
2012	21 355 185	-6,0	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	-5,1	3 140 820	-5,4	59 721	19 520 636	-5,0	15 527 654	-3,7	3 992 982	-9,9
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

1) Summe der eigenständigen Sonntagszeitungen: Bild am Sonntag; Welt am Sonntag; Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung; B.Z. am Sonntag; Rheinpfalz am Sonntag und Kurier am Sonntag.

2) Die Auflagenzahlen basieren auf der sogenannten Auflagenliste der IVW jeweils für das erste Quartal. Berücksichtigt sind in der Regel die Daten für die Erscheinungstage Montag bis Samstag. In der Summe sind zunehmend auch die verkauften E-Paper-Exemplare enthalten. Diese Teilaufgabe wird von der IVW meistens nur für die Hauptausgaben der Zeitungen veröffentlicht. Eine detaillierte Berücksichtigung von Teilaufgaben ist daher nicht möglich.

3) Für 2020 haben die neuen Eigner der Berliner Zeitung und des Berliner Kuriers der IVW keine Auflagen gemeldet. Entsprechend sind beide Titel in den Summenangaben nicht berücksichtigt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

west Presse) sind Schließungen von Lokalredaktionen angekündigt und zum Teil schon vollzogen worden. Die Lokalberichterstattung der beiden jeweils verbleibenden Zeitungen wird vereinheitlicht. Die Verlagsgruppe vollzieht damit genau wie andere Gruppen einen Abbau von Redaktionsstrukturen.

In den noch bestehenden Hauptredaktionen der Verlagsgruppe war schon in den letzten Jahren Personal abgebaut worden. Titel wie der Schwarzwälder Bote oder die Frankenpost stützen sich im Wesentlichen auf Material aus Stuttgart. Bei der Frankenpost in Hof wird das Material zugleich auch für die benachbarten Titel Neue Presse in Coburg sowie für das Freie Wort und die stz (Südthüringer Zeitung) aufbereitet. Andere Titel in Baden-Württemberg übernehmen schon traditionell den Mantel der Stuttgarter Nachrichten oder im Einzelfall (Leonberger Kreiszeitung) der Stuttgarter Zeitung bzw. jenen der Südwest Presse in Ulm. Zu den externen Kunden für den Mantelbezug ist im Oktober letzten Jahres das Offenburger Tageblatt hinzugekommen. Damit ist die Stuttgarter Gruppe nun auch in Baden vertreten.

Im Markt der Anzeigenblätter gehört die SWMH mit einer Gesamtauflage von über 7 Millionen Exempla-

ren wöchentlich gleichfalls zu den größten Anbietern in Deutschland. Außer in Baden-Württemberg werden Titel auch in Bayern, Brandenburg, Rheinland-Pfalz, Sachsen und Thüringen verbreitet.

Die Zentrale in Stuttgart hat deutliche strategische Veränderungen vorgenommen. Der neue CEO Christian Wegner war zuvor bei ProSiebenSat.1 für die digitalen Geschäftsfelder zuständig und will nun auch bei der SWMH diesen Bereich kräftig ausbauen. Bis einschließlich 2022 sollen in digitale Geschäfte mehr als 100 Mio Euro investiert werden. Dann soll der ausgebaute Bereich ein Drittel zum Gesamtumsatz beisteuern. Die Investitionsmittel sollen unter anderem über einen Stellenabbau in den klassischen Geschäftsfeldern erzielt werden. Davon werden weiterhin auch die Redaktionen betroffen sein. Die SWMH erreichte 2018 einen Gesamtumsatz von 944 Mio Euro.

#### Axel Springer SE, Berlin

Der Springer-Konzern ist nicht mehr Deutschlands auflagenstärkste Verlagsgruppe. Maßgeblich hierfür sind die anhaltend hohen Auflagenverluste der Bildzeitung. Bild kam im I. Quartal 2020 nur noch auf eine Auflage von 1 269 100 Exemplaren (2018: 1 531 400),

Digitale Geschäftsfelder sollen ausgebaut werden

Auflagen von Welt und Bild schrumpfen deutlich

Tabelle 6  
Fusionen im Zeitungsmarkt seit 2018<sup>1)</sup>

Titel	Auflage 1/2020	Investor	Bemerkung
Lausitzer Rundschau	62 700	Märkische Oderzeitung/SWMH	Übernahme
Gießener Anzeiger	21 300	Allgemeine Zeitung, Mainz	Übernahme
General-Anzeiger, Bonn	59 300	Rheinische Post	Übernahme
Badische Zeitung	45 800	Poppen & Ortmann	Anteilsaufstockung auf 100 %
Vogtland Anzeiger	3 100	Freie Presse/SWMH	Übernahme
Bietigheimer Zeitung	9 600	SWMH	Beteiligung (37,5 %)
Borkumer Zeitung	800	ZGO Zeitungsgruppe Ostfriesland	Übernahme
Westfalen-Blatt	101 900	Westfälische Nachrichten	Anteilsaufstockung
Hanauer Anzeiger	12 500	Ippen-Gruppe	Übernahme
und Maintal Tagesanzeiger	1 700	Ippen-Gruppe	Übernahme
Bergischer Volksbote (Lokalteil der Westdeutschen Zeitung)	k.A.	Remscheider General-Anzeiger	Übernahme
Mitteldeutsche Zeitung	150 800	Bauer-Konzern	Übernahme
Ibbenbürener Volkszeitung	17 600	Westfälische Nachrichten	Anteilsaufstockung auf 35 % (19 %)
Torgauer Zeitung	7 200	Madsack	Anteilsaufstockung auf Mehrheit
Oldenburgische Volkszeitung	21 000		Fusion zum 1.1.2020
und Münsterländische Tageszeitung	16 400		Fusion zum 1.1.2020
Dekonzentration			
Berliner Zeitung <sup>2)</sup>	83 700	Verkauf durch DuMont	
und Berliner Kurier <sup>2)</sup>	70 800	Verkauf durch DuMont	
Hamburger Morgenpost	45 800	Verkauf durch DuMont	

1) Eine genaue Übersicht über die Merger in der Verlagsbranche hat die Beratungsfirma Bartholomäus & Cie. GmbH & Co. KG in Seeheim bartholomaeus@ba-cie.de.

2) Auflage 4/2019.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

bleibt damit aber dennoch mit großem Abstand die meistverkaufte Tageszeitung in Deutschland (vgl. Tabelle 8). Hinzugekommen sind aktuell auch hohe Verluste der überregionalen Zeitung Die Welt, die nur noch rund 86 000 Exemplare verkauft hat. Der ungewöhnlich hohe Einbruch der Auflage, die in 2018 noch bei 164 400 Exemplaren gelegen hatte, dürfte auch mit der Einstellung der kleinformatischen Welt kompakt Ende 2019 zusammenhängen. Auch der 2016 begonnene Versuch, mit Fußball Bild eine für Deutschland ungewöhnliche monothematische Tageszeitung zu etablieren, wurde Ende 2018 beendet. Die anteilige Gesamtauflage liegt aktuell bei gut 1,4 Millionen Exemplaren (2018: 1 788 400). Der Anteil am Gesamtmarkt der Tagespresse ist auf 11,1 Prozent gesunken (2018: 12,7 %). Bei den Kaufzeitungen ist der Anteil dagegen auf 81,4 Prozent (2018: 78,7 %) gestiegen, weil die regionalen Kaufzeitungen zum Teil höhere Verluste erlitten haben oder sogar in Nachfolgeverlagen neu aufgelegt wurden (Abendzeitung in München). Zudem ist Springer mit Bild am Sonntag (679 200) und Welt am Sonntag (393 500) sowie der B.Z. am Sonntag (51 300) unverändert Marktführer bei den Sonntagszeitungen.

Unter den deutschen Medienunternehmen ist der Konzern nach wie vor einer der renditestärksten. Basis für den anhaltenden Geschäftserfolg sind führende Marktpositionen in wichtigen Geschäftsfeldern im In- und Ausland, die vielfach auf frühen Investitionen in digitale Angebote beruhen. In 2019 wurden nach dem Geschäftsbericht fast drei Viertel des Umsatzes im digitalen Bereich erzielt. Der Printbereich wurde schon vor Jahren durch den Verkauf von Regionalzeitungen, Anzeigenblättern und Zeitschriften konsequent verkleinert. Der einst dominante Printbereich trägt nur noch nachrangig zum Jahresumsatz von 3,1 Mrd Euro bei. Der Konzern hat sich aber nicht vollständig aus dem Journalismus zurückgezogen, sondern expandiert mit digitalen Angeboten wie Opinio oder Business Insider. Springer-Chef Mathias Döpfner formulierte eine ambitionierte Zielsetzung: „Wir wollen Weltmarktführer für digitalen Journalismus und Rubrikenangebote werden.“ (12) Helfen soll dabei der Einstieg des US-Investors Kohlberg Kravis Roberts (KKR), der inzwischen knapp 48 Prozent der Anteile von Springer übernommen hat, und der Rückzug von der Börse.

2019 fast drei Viertel des Umsatzes im digitalen Sektor

Tabelle 7

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

Titel	2020			2018		2016		2014		
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung <sup>1)2)</sup> und Stuttgarter Nachrichten <sup>1)3)</sup>	MV*	165 696	21 113	165 696	177 088	177 088	176 109	176 109	188 001	188 001
Die Rheinpfalz <sup>4)</sup>	MV	225 462	37 273	225 462	223 990	223 990	223 323	223 323	220 502	220 502
Südwest Presse, Ulm <sup>5)</sup>	MV	74 084	4 483	74 084	79 062	79 062	84 128	84 128	93 017	93 017
freie presse <sup>6)</sup>	100	211 955	13 476	211 955	224 576	224 576	239 797	239 797	255 807	255 807
Lausitzer Rundschau <sup>6A)</sup>	100	62 650	2 652	62 650	–	–	–	–	–	–
Vogtland-Anzeiger <sup>6B)</sup>	100	3 163	33	3 163	–	–	–	–	–	–
Pirmasenser Zeitung <sup>7)</sup>	100	9 059	0	9 059	9 563	9 563	10 278	10 278	10 811	10 811
Märkische Oderzeitung <sup>8)</sup>	100	61 029	1 039	61 029	67 412	67 412	74 401	74 401	79 565	79 565
Oranienburger Generalanzeiger <sup>8)</sup>	100	15 779	209	15 779	17 707	17 707	19 705	19 705	20 418	20 418
Hohenzollerische Zeitung <sup>9)</sup>	100	5 638	245	5 638	5 924	5 924	6 337	6 337	6 578	6 578
Südwest Press, Metzingen <sup>10)</sup> und Reutlinger Nachrichten	100	11 000	556	11 000	10 955	10 955	11 525	11 525	11 909	11 909
Alb Bote, Münsingen <sup>11)</sup>	100	4 282	225	4 282	4 344	4 344	4 593	4 593	4 755	4 755
Haller Tagblatt <sup>12)</sup>	100	15 174	775	15 174	15 798	15 798	16 577	16 577	17 051	17 051
Hohenloher Tagblatt <sup>12)</sup>	100	12 651	584	12 651	13 137	13 137	13 754	13 754	14 130	9 778
Rundschau <sup>12)</sup>	100	3 913	171	3 913	4 137	4 137	4 339	4 339	4 502	4 502
Kornwestheimer Zeitung <sup>13)</sup>	100	3 208	217	3 208	3 502	3 502	3 854	3 854	4 076	4 076
Marbacher Zeitung <sup>13)</sup>	100	6 513	448	6 513	6 798	6 798	7 263	7 263	7 427	7 427
Schwarzwälder Bote <sup>14)</sup>	100	84 883	11 168	84 883	89 012	89 012	91 705	91 705	95 411	95 411
Lahrer Zeitung <sup>15)</sup>	100	7 299	434	7 299	7 746	7 746	8 221	8 221	9 018	9 018
Eßlinger Zeitung <sup>16)</sup>	100	33 635	2 415	33 635	37 297	37 297	–	–	–	–
Süddeutsche Zeitung <sup>17)</sup>	100	327 178	78 050	327 178	352 573	352 573	382 050	382 050	418 355	418 355
Leonberger Kreiszeitung <sup>18)</sup>	100	12 234	1 059	12 234	13 076	13 076	14 192	14 192	14 929	14 929
Kreiszeitung Böblinger Bote <sup>27)</sup>	100	13 761	1 155	13 761	14 956	3 724	15 872	3 952	15 801	3 934
Neue Presse, Coburg <sup>19)</sup>	70	18 656	1 587	13 059	20 213	14 149	22 409	15 686	23 912	16 738
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung <sup>19)</sup>	70	47 664	2 561	33 365	52 501	36 751	57 354	40 148	62 179	43 525
Frankenpost <sup>19)</sup>	65	39 580	3 640	25 727	42 821	27 834	45 883	29 824	49 454	32 145
Geislinger Zeitung <sup>20)</sup>	50	10 080	594	5 040	10 677	5 339	11 393	5 697	11 771	5 886
Die Oberbadische <sup>21)</sup>	49,7	13 467	1 501	6 693	14 224	7 069	14 939	7 425	15 753	7 829
Schwäbisches Tagblatt <sup>22)</sup>	49	35 753	2 127	17 519	37 439	18 345	39 291	19 253	40 868	20 025
Nordbayerischer Kurier <sup>23)</sup>	42,3	28 641	2 444	12 115	30 742	13 004	–	–	–	–
Bietigheimer Zeitung <sup>24)</sup>	37,5	9 629	476	3 611	10 581	3 968	11 134	4 175	11 678	4 379
Waiblinger Kreiszeitung <sup>25)</sup>	36	37 224	4 611	13 401	39 214	14 117	41 156	14 816	42 349	15 246
Meininger Tageblatt <sup>26)</sup>	35	9 280	544	3 248	9 913	3 470	10 518	3 681	10 821	3 787
Gesamtauflage		1 620 220	197 865	1 504 024	1 646 978	1 511 467	1 662 100	1 536 808	1 760 848	1 630 669

\* MV=Mutterverlag.

1) Die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten melden der IWW nur eine Gesamtauflage.

2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, die vollständig der Medienholding Süd GmbH gehört. Die ehemaligen Besitzer des Schwarzwälder Boten halten an der Zwischenholding einen Anteil von 18 %. Der Rest gehört der Südwestdeutschen Medienholding GmbH (SWMH). Am Stammkapital der SWMH wiederum sind mit jeweils 47,5 % die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und eine Gruppe württembergischer Verleger beteiligt, darunter die Ebner Pressegesellschaft KG (vgl. Fußnote 5) mit 11,9 %.

3) Sämtliche Anteile der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH hält die Württemberger Zeitung GmbH. Diese wiederum gehört vollständig der Medienholding Süd GmbH (vgl. Fußnote 2).

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 47,5 % an der Holding SWMH.

(Fortsetzung nächste Seite)

Tabelle 7 (Fortsetzung)

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

- 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 (vgl. Fußnote 3). In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Die Medien Union Ludwigshafen besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 6A) Die Lausitzer Rundschau ist in 2018 vollständig vom Verlag der Märkischen Oderzeitung in Frankfurt/Oder übernommen worden. Zuvor hatte sie zum Verlag der Saarbrücker Zeitung gehört.
- 6B) Die kleine Zeitung im Vogtland hat eine bewegte Vergangenheit mit mehreren Eigentümerwechseln. Die Vogtland-Anzeiger-Betriebs-GmbH & Co. KG gehört vollständig zur Verlagsgruppe in Chemnitz und damit letztlich zur Medien Union Ludwigshafen.
- 7) 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.
- 8) Die Märkische Oderzeitung in Frankfurt/Oder gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm. Der Verlag in Frankfurt besitzt den benachbarten Oranienburger Generalanzeiger vollständig.
- 9) Die Hohenzollerische Zeitung gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 10) Die Südwest Presse in Metzingen gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Zum Verlag in Metzingen gehört auch die Lokalausgabe Reutlinger Nachrichten.
- 11) Alb Bote: Der Verlag Baader GmbH in Münsingen gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 12) Der Verlag der Südwest Presse hat drei Zeitungen in den Verlag Südwest Presse Hohenlohe GmbH & Co. KG umgegliedert. Dieser verlegt nun die Rundschau, Gaildorf, das Hohenloher Tagblatt, Crailsheim, und das Haller Tagblatt, Schwäbisch Hall. Der neue Verlag gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 13) 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.
- 14) Am Verlag der Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH hält die Medienholding Süd GmbH 90 % der Anteile. Die restlichen 10 % gehören der Württemberger Zeitung GmbH (vgl. Fußnote 2).
- 15) Die Lahrer Zeitung gehört vollständig der Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft.
- 16) Eßlinger Zeitung: Die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft hat Ende 2016 ihren Anteil von 24 auf 87 % aufgestockt. Die Auflage wird der Verlagsgruppe daher vollständig zugerechnet.
- 17) Die Südwestdeutsche Medienholding GmbH (SWMH) hält 81,3 % der Süddeutschen Verlag GmbH. 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 behalten hat.
- 18) 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.
- 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) Geislinger Zeitung: Dem Verlag der Südwest Presse in Ulm gehören 50 % der Anteile. Er liefert auch den Hauptteil.
- 21) Am Oberbadischen Verlagshaus in Lörrach ist die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH mit 49,7 % beteiligt.
- 22) Schwäbisches Tagblatt: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält 49 % der Anteile.
- 23) Nordbayerischer Kurier: Der Verlag der Frankenpost hat 65 % des Nordbayerischen Kuriers in Bayreuth übernommen. Durchgerechnet ergibt sich eine Beteiligung der Verlagsgruppe in Höhe von 42,3 %.
- 24) Bietigheimer Zeitung: Der Verlag der Südwest Presse hält 37,5 % der Anteile.
- 25) Waiblinger Kreiszeitung: 36 % der Anteile hält die ZVD Mediengesellschaft mbH, Göppingen (vgl. Fußnote 5). Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 26) Die Meininger Mediengesellschaft gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meinigen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Eine Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört über den Verlag des Freien Worts überwiegend zum Verlag der Süddeutschen Zeitung.
- 27) An der Kreiszeitung Böblinger Bote hatte sich die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft (vgl. Fußnote 2) zunächst mit 24,9 % beteiligt und schließlich die Zeitung vollständig übernommen.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Tabelle 8

## Axel Springer SE, Berlin

Titel	2020			2018		2016		2014		
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild <sup>1)</sup>	MV*	1 269 075	57 840	1 269 075	1 531 364	1 531 364	1 882 473	1 882 473	2 305 878	2 305 878
B.Z.	MV	88 077	19 005	88 077	92 634	92 634	114 846	114 846	129 982	129 982
Die Welt <sup>2)</sup>	MV	86 475	13 489	86 475	164 415	164 415	178 738	178 738	214 180	214 180
Gesamtauflage		1 443 627	90 334	1 443 627	1 788 413	1 788 413	2 176 057	2 176 057	2 650 040	2 650 040

\* MV=Mutterverlag.

1) Seit dem 26.8.2016 verlegt der Konzern die Sport-Tageszeitung Fußball Bild zunächst nur in ausgewählten Gebieten. Von Januar 2017 bis Dezember 2018 erschien das Blatt bundesweit. Eine eigenständige Auflage wurde nicht veröffentlicht, sondern nur zusammen mit Bild gemeldet.

2) In früheren Auflagenzahlen der Welt war auch die Auflage von Welt Kompakt integriert. Das Schwesterblatt im kleinen Format wurde Ende 2018 eingestellt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Tabelle 9  
Funke Mediengruppe, Essen

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgem. Zeitung <sup>1)2)</sup>	MV*	435 369	49 115	435 369	495 916	495 916	555 802	555 802	614 853	614 853
Westfälische Rundschau <sup>1)2)</sup>	100									
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung <sup>1)3)</sup>	100									
Westfalenpost <sup>1)4)</sup>	100									
Thüringer Allgemeine <sup>5)6)</sup>	100	208 480	9 947	208 480	237 604	237 604	256 051	256 051	150 800	150 800
Thüringische Landeszeitung <sup>5)6)</sup>	100		32 900	32 900						
Braunschweiger Zeitung <sup>7)</sup>	100	94 930	10 446	94 930	105 500	105 500	112 480	112 480	120 742	120 742
Harz-Kurier, Osterode <sup>7)</sup>	100	11 900	985	11 900	12 838	12 838	13 790	13 790	14 625	14 625
Hamburger Abendblatt <sup>8)9)</sup>	100	154 379	26 079	154 379	174 472	174 472	189 215	189 215	192 356	192 356
Bergedorfer Zeitung <sup>8)9)</sup>	100									
Berliner Morgenpost <sup>8)</sup>	100	68 866	7 858	68 866	80 574	80 574	84 927	84 927	110 862	110 862
Ostthüringer Zeitung <sup>5)</sup>	60	0	0	0				91 600	54 960	
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung <sup>10)</sup>	24,9	14 908	1 613	3 712	16 971	4 209	18 484	4 584	19 694	4 884
Gesamtauflage		988 832	106 043	977 636	1 123 875	1 111 113	1 230 749	1 216 849	1 364 395	1 312 945

\* MV=Mutterverlag.

- Der Konzern meldet der IVW keine Einzelauflagen der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen, wohl aber deren Gesamtauflage.
- Die Titel Westfälische Rundschau (WR), Westfalenpost (WP) und die meisten Ausgaben der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) erscheinen in der Funke Medien NRW GmbH. Ein anderer Teil der WAZ in der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG (vgl. Fußnote 3). Die WR unterhält keine eigenen Redaktionen. Der Mantel wird von der WAZ übernommen, die meisten Lokalteile von der Westfalenpost (WP). Für die WR-Ausgabe Dortmund wird der Lokalteil von den Ruhr Nachrichten zugekauft. Zwei Ausgaben der WR im Kreis Unna gehören zum Verlag des Hellweger Anzeigers.
- Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4 % des Verlages.
- Die Westfalenpost erscheint in der Funke Medien NRW GmbH.
- An der Thüringer Allgemeine (TA) waren nominell über Jahre Mitarbeiter des Verlags zu 50 % beteiligt. Inzwischen werden die TA und die Thüringische Landeszeitung (TLZ) von der Mediengruppe Thüringen GmbH verlegt. Die Firma gehört vollständig der Funke Mediengruppe GmbH & Co. KGaA.
- Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 274 300 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelauflagen beruhen auf Schätzungen.
- Die Braunschweiger Zeitung gehört vollständig zum Konzern. Der Braunschweiger Verlag besitzt vollständig den Harz-Kurier in Osterode, der die überregionale Berichterstattung aus Braunschweig bezieht.
- Die Verlagsgruppe hat 2014 von der Axel Springer SE die drei Abonnementzeitungen Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt sowie das Lokalblatt Bergedorfer Zeitung jeweils vollständig übernommen.
- Der Konzern meldet der IVW für die Bergedorfer Zeitung keine eigenständige Auflage. Die Auflage ist in jener für das Hamburger Abendblatt enthalten.
- Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,9 %. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Synergien in vielen Geschäftsfeldern | Redaktionelle Angebote im Digitalbereich werden bei Springer weiterhin konsequent ausgebaut, sowohl international als auch national. Auch bei diesen Angeboten werden Synergien genutzt. Zuletzt wurde beispielsweise das 2014 übernommene Portal gruenderszene.de an die Firma Business Insider Deutschland GmbH angedockt, bleibt aber als Marke erhalten. Betriebswirtschaftlich lukrative redaktionelle Kooperationen, die auf der Kehrseite immer auch einen Verlust an journalistischer Vielfalt bedeuten, haben bei Springer schon vor Jahren Einzug gehalten. Ungewöhnliche Maßnahmen haben dabei oft eine Rolle gespielt, so etwa bei Kooperationen zwischen der Berliner Morgenpost und der überregionalen Zeitung Die Welt oder der Zusammenlegung der Redaktionen von Die Welt und des Nachrichtensenders N24, der heute ebenfalls den Titel „Welt“ trägt. In Berlin kooperieren die Redaktionen von Bild und der regionalen Boulevardzeitung B.Z. Zudem wur-

den die Sportredaktionen zusammengelegt. Gleichzeitig werden journalistische Angebote im Digitalbereich auf- und ausgebaut und stärken die Vielfalt. Berücksichtigt man die ausgeprägte Tendenz des Konzerns, Synergien zwischen den unterschiedlichen Geschäftsfeldern zu heben, bieten sich künftig redaktionelle Kooperationen beispielsweise zwischen Opinio und den Welt-Redaktionen an.

#### Funke Mediengruppe, Essen

Die Funke Mediengruppe liegt unter den großen Verlagsgruppen weiterhin auf dem dritten Rang, ihre Marktanteile sind allerdings rückläufig. Im Gesamtmarkt kommt die Gruppe noch auf 7,5 Prozent (2018: 7,9 %) und bei den Abonnementzeitungen mit 8,6 Prozent (2018: 9,3 %) auf Rang 2. Die anteilige Gesamtauflage ist von 1,1 Millionen Exemplaren in 2018 auf rund 978 000 gesunken (vgl. Tabelle 9). Der Auflagenverlust von 133 000 Exemplaren und 12 Pro-

Starke Auflagenverluste vor allem bei den Abonnementzeitungen

zent ist überdurchschnittlich für Abonnementzeitungen. In besseren Zeiten hatte der Konzern allein in seinem Stammland Nordrhein-Westfalen über 1 Million Exemplare verkauft. Der Auflagenverlust hält ungebrochen auf hohem Niveau an. Besserungen wurden weder durch häufige Personalwechsel in den Konzern- und Redaktionsführungen erzielt noch mit den damit verbundenen Konzeptwechseln. Ein wiederkehrender Abbau von Arbeitsplätzen bedingte betriebsinterne Auseinandersetzungen, die zu hohen Restrukturierungskosten geführt haben.

Derzeitig werden am Standort Hamburg Auseinandersetzungen um Etatkürzungen beim Hamburger Abendblatt und bei der Bergedorfer Zeitung geführt. Eines der vielen, gleichfalls einst vom Springer-Konzern übernommenen Anzeigenblätter in Hamburg wurde sogar eingestellt. (13) Anzeigenblätter haben im Konzern aber weiterhin eine große Bedeutung und erreichen wöchentlich eine Gesamtauflage von annähernd 10 Millionen Exemplaren. Der Konzern ist damit der größte Anbieter von Anzeigenblättern in Deutschland.

In Überschneidungs-  
gebieten werden  
Lokalredaktionen  
abgebaut

Im redaktionellen Bereich wird zunehmend auch durch Kooperationen mit anderen Verlagen gespart. Konzernintern werden schon seit Jahren die Kosten durch eine titelübergreifende Übernahme von Zeitungsteilen gesenkt, und zwar sowohl bei den Haupt- als auch bei den Lokalteilen. Dieses Prinzip wird vor allem in Nordrhein-Westfalen und in Thüringen genutzt. In den Überschneidungsgebieten der dortigen Titel wurden parallel arbeitende Lokalredaktionen abgebaut und frühere titelbezogene Eigenleistungen durch einen einheitlichen Lokalteil ersetzt. Auch werden Lokalteile von anderen Verlagen zugekauft, so etwa in Dortmund von den Ruhr Nachrichten oder in Düsseldorf von der Rheinischen Post. Die noch in Teilen unabhängig geführte Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung unterhält umfangreiche Kooperationen mit der Rheinischen Post. Auf der Habenseite verbucht der Konzern die Einführung von digitalen Sonntagszeitungen, deren Auflagen allerdings nicht veröffentlicht werden.

Auch die Entwicklung der digitalen Geschäftsfelder weist Brüche auf. So wurde die angestrebte Etablierung des Portals derwesten.de für seine Zeitungen in NRW aufgegeben. Die Titel verfügen mit ihren Kürzeln wieder über eigenständige Portale, während derwesten.de mit seinen boulevardisierten Inhalten auf hohe Reichweiten abzielt. (14) Ungewöhnlich erfolgreich ist weiterhin das mit den Anzeigenblättern in NRW kooperierende Portal lokalkompass.de.

Zeitungen tragen  
weiterhin am  
stärksten zum  
Umsatz bei

Der letzte vorliegende Geschäftsbericht für 2018 weist einen Gesamtumsatz von 1,2 Mrd Euro aus. Das waren gut 3 Prozent weniger als im Vorjahr. Der größte Teil des Umsatzes wurde weiterhin mit Zei-

tungen erzielt. 532 Mio Euro entsprechen einem Anteil von 44 Prozent. Auf die Anzeigenblätter entfielen 16 Prozent. Große Bedeutung haben inzwischen auch die Zeitschriften mit einem Anteil von knapp 30 Prozent. Immer noch relativ bescheiden ist der Umsatzanteil der digitalen Medien mit 7 Prozent. Die Druckereien sind mit nur noch 1 Prozent am Umsatz beteiligt. Auf die sonstigen Aktivitäten entfallen 6 Prozent. Die Umsätze beziehen sich nur auf den deutschen Markt. Die Beteiligung an den österreichischen Zeitungen Die Krone und am Kurier werden über die Obergesellschaft Jakob Funke Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG gehalten.

Die aktuelle Konzernspitze hat sich mit dem Programm Funke 2022 erneut ehrgeizige Ziele gesetzt. Im Geschäftsbericht wird dazu unter anderem ausgesagt: „Wir möchten der führende Zeitschriftenpublisher in Deutschland werden.“ (15) Im Markt der lokalen und regionalen Medien will Funke auch durch Akquisitionen wachsen. Am Kauf und Verkauf von Zeitungsverlagen und -titeln war der Konzern in den letzten Jahren aber nicht beteiligt.

### Verlagsgruppe Ippen

Der Verleger Dirk Ippen hatte schon vor Jahren den Zukauf weiterer Zeitungen ausgeschlossen (16), hat sich in der Folgezeit an die selbst auferlegte Vorgabe aber nicht gehalten. Wenn kleine Lokalzeitungen im Umfeld seiner dislozierten Zeitungen zum Verkauf standen, zwangen strategische Überlegungen quasi zur Übernahme, um Verbreitungsgebiete zu arrondieren und potenziellen Konkurrenten den Marktzugang zu verbauen. So war dies 2014 bei der Waldeckischen Landeszeitung, die im Wettbewerb mit Ippens Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen stand, oder 2017 beim kleinen Süderländer Tageblatt, das bis dahin als einzige der einst vielen kleinen Lokalzeitungen im Märkischen Kreis selbstständig geblieben war. Die Titel der Ippen-Gruppe sind in Tabelle 10 dargestellt.

Der Übernahme der Frankfurter Titel in 2018 lagen andere strategische Überlegungen zugrunde. In 2020 hat Ippen nun den Hanauer Anzeiger und den mit ihm verbundenen Maintal Tagesanzeiger über den Verlag der Offenbach Post übernommen. Die Offenbach Post konnte damit ihr Verbreitungsgebiet erweitern. Bezeichnend für die Verlagsgruppe ist die Art der Übernahme: Ippen hat den Verlag in Hanau nicht gegen einen Geldbetrag übernommen, sondern die Übernahme mit einer Beteiligung des früheren Verlegers Thomas Bauer an der Offenbach Post finanziert. Dieses Prinzip der Kooperation mit örtlichen Verlegern auf der Basis von Anteilsaufteilungen praktiziert Ippen schon seit Jahrzehnten. In früheren Jahren waren dabei teilweise auch fehlende finanzielle Möglichkeiten für vollständige Übernahmen maßgeblich oder auch kartellrechtliche Be-

Übernahmen gegen  
Beteiligungen

Tabelle 10

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

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur <sup>1)</sup>	MV*	163 208	10 248	163 208	170 895	170 895	177 640	177 640	184 264	184 264
tz <sup>1)</sup>	MV	101 663	846	101 663	110 048	110 048	120 123	120 123	134 692	134 692
Oberbayerisches Volksblatt <sup>2)</sup>	MV	55 792	1 472	55 792	58 801	58 801	62 170	62 170	65 739	65 739
Westfälischer Anzeiger <sup>3)</sup>	MV	29 113	2 401	29 113	31 595	31 595	34 714	34 714	36 988	36 988
Hessische/Nieders. Allgemeine <sup>4)</sup>	100	126 395	6 054	126 395	134 017	134 017	142 004	142 004	150 596	150 596
Gießener Allgemeine <sup>4)</sup>	100	23 413	1 143	23 413	23 818	23 818	–	–	–	–
Leine Deister Zeitung <sup>5)</sup>	100	4 375	369	4 375	4 602	4 602	4 945	4 945	5 066	5 066
Fehmarnsches Tageblatt <sup>6)</sup>	100	1 972	160	1 972	2 042	2 042	2 049	2 049	2 112	2 112
Heiligenhafener Post (3 x wö) <sup>6)</sup>	100	1 535	110	1 535	1 651	1 651	1 694	1 694	1 673	1 673
Lüdenscheider Nachrichten <sup>8)</sup>	100	29 446	2 359	29 446	32 718	32 718	31 675	31 675	34 654	34 654
Frankfurter Neue Presse <sup>9)</sup>	100	59 400	–	59 400	65 741	65 741	–	–	–	–
Rüsselsheimer Echo <sup>9,10)</sup>	100	9 537	782	9 537	10 636	10 636	–	–	–	–
Frankfurter Rundschau <sup>9,11)</sup>	72	47 200	–	33 984	51 788	37 287	–	–	–	–
Offenbach Post <sup>7)</sup>	72	29 809	1 531	21 462	32 304	32 304	34 956	34 956	37 540	37 540
Dieburger Anzeiger (3 x wö) <sup>7)</sup>	72	2 901	101	2 089	3 035	3 035	3 210	3 210	3 426	3 426
Hanauer Anzeiger	72	12 547	620	9 034	–	–	–	–	–	–
Maintal Tagesanzeiger	72	1 732	84	1 247	–	–	–	–	–	–
Schongauer Nachrichten <sup>12)</sup>	70,4	7 975	530	5 614	8 329	2 864	8 535	6 009	8 887	6 256
Allg. Zeitung + Isenhagener Kreisblatt <sup>13)</sup>	70	17 940	1 456	12 558	19 519	13 663	20 808	14 566	21 861	15 303
Altmark-Zeitung <sup>14)</sup>	70	11 978	357	8 385	13 485	9 440	14 800	10 360	15 694	10 986
Waldeckische Landeszeitung <sup>15)</sup>	45,3	29 161	13 865	13 210	16 770	7 597	17 703	8 019	–	–
Kreiszeitung, Syke <sup>16)</sup>	39,7	53 405	3 831	21 202	56 667	22 497	59 802	23 741	65 772	26 111
Rotenburger Kreiszeitung <sup>17)</sup>	39,7	7 586	499	3 012	8 256	3 278	8 906	3 536	9 510	3 775
Wildeshauser Zeitung <sup>18)</sup>	39,7	1 825	124	725	1 973	783	2 137	848	2 338	928
Soester Anzeiger <sup>19)</sup>	40	29 572	2 572	11 829	30 666	12 266	32 893	13 157	34 584	13 834
Werra Rundschau <sup>20)</sup>	44,9	8 883	464	3 988	9 576	4 300	10 094	4 038	10 234	4 094
Hersfelder Zeitung <sup>21)</sup>	47,1	12 074	849	5 687	12 709	5 986	13 737	6 470	13 699	6 452
Gesamtauflage		880 437	52 827	759 874	911 641	801 864	804 595	705 924	839 329	741 462

\* MV=Mutterverlag.

- 1) Bei den Verlagen des Münchener Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Die F. Wolff und Sohn KG hält 28,6%, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 30,2%, ein Beteiligungsunternehmen der Oberbayerischen Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 33,3% und der Verleger Oliver Döser 7,9%.
- 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 Patriot in Lippstadt.
- 4) Die Ippen-Gruppe und die Stammeigner der Gießener Allgemeine haben ihre Verlage in die ZHH Zeitungsholding Hessen GmbH & Co. KG eingebracht. An der ZHH sind die Ippen-Gruppe mit 80% und der Gießener Verlag mit 20% beteiligt. Die Auflagen der Zeitungen werden der Ippen-Gruppe vollständig zugeordnet. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- 5) Leine Deister Zeitung: Der Kleinverlag F. Wolff und Sohn KG verlegt im niedersächsischen Gronau die Leine Deister Zeitung. Der Verlag gehört der Familie Ippen und Mitarbeitern des Verlegers Dirk Ippen. Ippen hat Anteile an einem Sohn sowie die Mitarbeiter Daniel Schöningh (30%) und Harald Brenner (10%) weitergegeben. Über den Kleinverlag hält die Ippen-Gruppe zahlreiche Beteiligungen an weiteren Verlagsunternehmen.
- 6) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, sämtliche Anteile.
- 7) Offenbach Post: Seit 2005 gehörte die Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG vollständig zur Verlagsgruppe und ihren Partnern. Der Verlag hat Anfang 2020 den Hanauer Anzeiger sowie den zugehörigen Maintal Tagesanzeiger vollständig übernommen. Die Anteile am Verlag in Offenbach halten nun der Westfälische Anzeiger 54% und die Leine-Deister-Zeitung 18%, die Mittelhessische Druck- und Verlagsgesellschaft (18%) sowie neu der ehemalige Verleger des Hanauer Anzeigers, Thomas Bauer (10%). Die Anteile der Ippen-Gruppe sind dadurch auf 72% zurückgegangen. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 8) 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. Anfang 2017 hat der Verlag das Süderländer Tageblatt übernommen, dessen Auflage seit 2018 gleichfalls bei den Lüdenscheider Nachrichten berücksichtigt ist.

(Fortsetzung nächste Seite)

Tabelle 10 (Fortsetzung)

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

- 9) Die Verlagsgruppe Ippen hat von der Verlagsgruppe FAZ drei Zeitungen in Hessen übernommen. Neuer Eigner ist die ZHH Zeitungsholding Hessen. Die Frankfurter Neue Presse gehört vollständig der ZHH.
- 10) Das Rüsselsheimer Echo erscheint in dem eigenständigen Verlag FSM Mediendienste GmbH. Der Verlag gehört vollständig zur ZHH Zeitungsholding.
- 11) Die Frankfurter Rundschau wird von der gleichnamigen GmbH verlegt. Neben der ZHH Zeitungsholding ist weiterhin die Karl-Gerold-Stiftung mit 10 % beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich eine Beteiligungshöhe der Ippen-Gruppe in Höhe von 72 %.
- 12) 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 Geschäftspartner von Dirk Ippen.
- 13) Der Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide gibt auch das Isenahagener Kreisblatt heraus, dessen Auflage in den Daten für die Allgemeine Zeitung enthalten ist. Dirk Ippen hält einen Anteil von 10 %, die F. Wolff & Sohn KG weitere 60 %.
- 14) Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide.
- 15) Ende 2014 hat die Ippen-Gruppe die kleine Waldeckische Landeszeitung im nordhessischen Korbach von der Madsack-Gruppe übernommen. Die Waldeckische Landeszeitung und die Schwesterausgabe erschienen in Konkurrenz zur Hessischen Niedersächsischen Allgemeinen, die daher kartellrechtlich als Käufer nicht in Frage kam. Käufer war die MBG Medien Beteiligungsgesellschaft mbH in Bad Hersfeld, an der der Verlag der HNA mit 45,3 % beteiligt ist. Die übrigen Anteile halten Geschäftsfreunde von Dirk Ippen. Die MBG hält auch Anteile an der Werra Rundschau und an der Hersfelder Zeitung.
- 16) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7 % hält der Verlag der Leine Deister Zeitung.
- 17) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke besitzt die Lokalzeitung vollständig und beliefert das Blatt mit dem überregionalen Mantel.
- 18) Wildeshauser Zeitung: Die Kreiszeitung in Syke besitzt den kleinen Verlag vollständig. Sie liefert dem Kleinverlag auch den Hauptteil und bildet mit ihm eine Anzeigenkooperation.
- 19) Soester Anzeiger: Ein 40-%-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten.
- 20) Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau in Eschwege beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich ein Anteil von 44,9 %.
- 21) 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 47,1 %. Darüber hinaus ist ein Teil der übrigen Eigner auch über andere Geschäftsbeziehungen mit der Verlagsgruppe verbunden.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

schränkungen. Insgesamt hat das zu einer für den deutschen Markt in mehrfacher Hinsicht atypischen Verlagsgruppe geführt. Ippen hat schon früh auch Titel disloziert vom ursprünglichen Standort der Gruppe im westfälischen Hamm übernommen. Andere Verlage haben in jener Zeit noch fast ausschließlich Zukäufe in ihren jeweiligen Stammgebieten realisiert. Ippen hat sich dabei auch für Verlage mit sehr kleinen Auflagen interessiert, vorausgesetzt, sie hatten in ihren kleinen Gebieten die Marktführerschaft. In keiner anderen der großen Verlagsgruppen gibt es noch heute eine solch große Zahl kleiner Lokalzeitungen. Seit der mehrheitlichen Übernahme des Münchner Merkur wird die Gruppe von München aus geführt, allerdings ohne eine Konzernstruktur mit einer herausgehobenen Holding.

Weiterhin verzichtet die Gruppe auf eine Zentralredaktion für die überregionale Berichterstattung der Zeitungen, Kooperationen zwischen den Hauptredaktionen bestehen aber. Für die digitalen Angebote der Gruppe gibt es allerdings mit der Ippen Digital GmbH & Co. KG eine solche Zentralstelle. Deren überregionale Berichterstattung nutzen nicht nur die eigenen Titel. Sie wird auch bei externen Kunden vermarktet.

Anzeigenblätter auch außerhalb des Verbreitungsgebiets der Zeitung

Anzeigenblätter genießen in der Verlagsgruppe schon seit Jahrzehnten einen hohen Stellenwert. Zu den Zeiten, als Expansion im Zeitungsmarkt noch angesagt war, waren Anzeigenblätter auch ein strategisches Instrument, um außerhalb der Verbreitungsgebiete der eigenen Zeitungen Kundenkontakte aufzubauen und in den Wettbewerb mit den etablierten Zeitungsverlagen zu treten. Während die meisten Zeitungsunternehmen Anzeigenblätter nur in den Ver-

breitungsgebieten ihrer jeweiligen Zeitungen verbreiten, verlegt die Ippen-Gruppe gleich eine Vielzahl von Titeln außerhalb solcher Gebiete. Auch auf dieser Strategie basiert die hohe Gesamtauflage von über 8 Millionen Exemplaren wöchentlich.

Die Verlagsgruppe hat ihren Anteil im Gesamtmarkt leicht auf 5,8 Prozent (2018: 5,7 %) und bei den Kaufzeitungen deutlich auf 6,1 Prozent (2018: 5,3 %) erhöht. Bei den Abozeitungen liegt der Anteil stabil bei 5,8 Prozent.

#### Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover

Mit einem unveränderten Portfolio und einer anteiligen Gesamtauflage von 710 000 Exemplaren (2018: 781 000; vgl. Tabelle 11) liegt der Madsack-Konzern weiterhin auf Rang 5. Die Marktanteile gaben in den letzten Jahren allerdings nach: Im Gesamtmarkt von 5,6 Prozent in 2018 auf 5,4 Prozent und bei den Abo-Zeitungen von 6,5 auf 6,2 Prozent. Die Hannoveraner hatten Übernahmen aus den zum Verkauf stehenden DuMont-Titeln geprüft, letztlich eine weitere Expansion im Zeitungsmarkt aber verworfen. Mit DuMont besteht weiterhin eine Kooperation beim RedaktionsNetzwerk Deutschland GmbH (RND), an dem DuMont minoritär beteiligt ist. Das RND ist 2013 gegründet worden und versorgt inzwischen nach eigener Darstellung mehr als 50 Tageszeitungen. (17) Der größte Teil der mehr als 200 Mitarbeiter arbeitet in der Zentralredaktion in Hannover, wo täglich „mehr als 300 Zeitungsseiten und Hunderte von Beiträgen“ (18) erstellt werden. Abnehmer sind in erster Linie die eigenen Zeitungen des Konzerns und jene des Partners DuMont, aber auch externe Titel, die unterschiedliche Angebote vom RND bezie-

Kooperation mit DuMont beim RedaktionsNetzwerk Deutschland

Tabelle 11  
Verlagsgruppe Madsack, Hannover<sup>1)</sup>

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover <sup>2)</sup>	MV*	139 030	15 508	139 030	151 794	151 794	168 462	168 462	183 425	183 425
Göttinger Tageblatt <sup>3)</sup>	100	28 472	1 489	28 472	31 581	31 581	34 668	34 668	37 262	37 262
Aller Zeitung/ Wolfsburger Allgemeine <sup>4)</sup>	100	28 324	2 913	28 324	30 377	30 377	33 555	33 555	36 672	36 672
Peiner Allgemeine Zeitung <sup>4)</sup>	100	14 444	1 061	14 444	15 708	15 708	17 544	17 544	19 315	19 315
Schaumburger Nachrichten <sup>5)</sup>	100	12 691	850	12 691	13 365	13 365	14 563	14 563	15 316	15 316
Leipziger Volkszeitung <sup>6)</sup>	100	115 132	4 889	115 132	127 902	127 902	141 700	141 700	153 889	153 889
Dresdner Neueste Nachrichten <sup>6)</sup>	100	16 846	546	16 846	20 397	20 397	22 133	22 133	24 496	24 496
Naumburger Tageblatt <sup>7)</sup>	100	10 269	695	10 269	11 099	11 099	11 957	11 957	12 609	12 609
Märkische Allgemeine <sup>8)</sup>	100	94 937	4 396	94 937	103 602	103 602	114 212	114 212	126 983	126 983
Lübecker Nachrichten <sup>9)</sup>	100	74 174	7 395	74 174	83 216	83 216	91 665	91 665	96 528	70 465
Ostsee-Zeitung <sup>10)</sup>	100	111 195	6 548	111 195	123 153	123 153	131 970	131 970	138 880	101 385
Gelnhäuser Neue Zeitung <sup>11)</sup>	51	10 737	823	5 476	11 281	5 753	8 604	4 388	8 632	4 402
Cellesche Zeitung <sup>12)</sup>	50	23 690	1 759	11 845	25 536	12 768	26 101	13 051	28 079	14 040
Kieler Nachrichten <sup>13)</sup>	49	71 517	10 953	35 043	76 029	37 254	80 883	39 633	86 715	42 490
Segeberger Zeitung <sup>14)</sup>	49	9 958	2 166	4 879	10 521	5 155	10 214	5 005	11 475	5 623
Gandersheimer Kreisblatt <sup>15)</sup>	33	3 126	0	1 032	3 402	1 123	3 907	1 289	4 263	1 407
Täglicher Anzeiger <sup>16)</sup>	30	8 578	625	2 573	9 085	2 726	9 479	2 844	9 907	2 972
Torgauer Zeitung <sup>6)</sup>	24,9	7 195	264	1 792	7 776	1 936	8 580	2 136	9 263	2 306
AZ Alfelder Zeitung <sup>17)</sup>	24,5	6 233	639	1 527	6 707	1 643	7 107	1 741	7 319	1 793
Gesamtauflage		786 548	63 519	709 681	862 531	780 552	937 304	852 516	1 059 233	891 841

\* 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). Eine Beteiligung an der Zeitung Die Harke in Nienburg wurde verkauft.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse meldet die Verlagsgesellschaft Madsack der IVW nur eine Gesamtauflage.
- 3) Das Göttinger Tageblatt gehört zu 99 % der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 4) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine/Peiner Allgemeine: Der Verlag Madsack Medien Ostniedersachsen GmbH & Co. KG gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Die Schaumburger Nachrichten erscheinen in dem gleichnamigen Verlag. Madsack hält 80 %, die Verlagsgruppe um die Dewezet in Hameln 20 %. Wegen des hohen Anteils von über 75 % wird die Auflage der Verlagsgruppe vollständig zugerechnet.
- 6) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung (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.
- 7) 75,2 % des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung. Entsprechend wird die Auflage vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 8) Die Märkische Allgemeine ist Anfang 2012 von einer Zwischenholding übernommen worden, an der die Verlagsgruppe direkt 63,5 % hält. Einen Anteil von 26 % hält der Verlag der Kieler Nachrichten, an der die Verlagsgruppe gleichfalls beteiligt ist (vgl. Fußnote 13). Insgesamt liegt die Beteiligungshöhe oberhalb von 75 Prozent. Daher wird die Auflage der Märkischen Allgemeinen vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 9) Lübecker Nachrichten: Madsack hält inzwischen eine direkte Beteiligung in Höhe von 76 % und zudem eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HVB) von 24 %. Die Auflage wird dem Konzern entsprechend vollständig zugeordnet.
- 10) Ostsee-Zeitung: Der Verlag der Lübecker Nachrichten hält sämtliche Anteile.
- 11) Die Verlagsgesellschaft Madsack ist seit 2007 mehrheitlich am Lokalverlag im Süden Hessens beteiligt.
- 12) 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.
- 13) Kieler Nachrichten: Madsack hält einen Anteil von 24,5 %. Einen Anteil in gleicher Höhe besitzt die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG, die vollständig Madsack zugerechnet wird. Insgesamt ergibt sich damit ein Anteil in Kiel von 49 %.
- 14) Die Segeberger Zeitung gehört vollständig den Kieler Nachrichten.
- 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 Holzminde hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30 %.
- 17) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

hen. Das Korrespondentenbüro in Berlin hat die Marke RND insbesondere durch exklusive Interviews mit Politikern bekannt gemacht. Für Politiker und andere Personen des öffentlichen Lebens ist das RND wegen der großen Reichweite seiner Berichterstattung eine lukrative Adresse geworden. Die zentralisierte überregionale Berichterstattung hat bei den Madsack-Titeln aber auch zu einem hohen Maß an Gleichförmigkeit geführt, die die Titel austauschbar macht.

Wichtigster Markt für die Zeitungsgruppe ist nach wie vor das Stammland Niedersachsen, wo allerdings nur ein Drittel der anteiligen Gesamtauflage vertrieben wird. Durch zahlreiche strategische Allianzen, zum Teil auch mit kleinen Lokalzeitungen, ist das Verbreitungsgebiet arrondiert worden und heute weit überwiegend monopolisiert. Auch die Titel in Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Sachsen sind in ihren Verbreitungsgebieten überwiegend Alleinanbieter. Nur das Lokalblatt Dresdner Neueste Nachrichten ist in Konkurrenz mit der Sächsischen Zeitung Zweitanbieter.

Beteiligungen an  
Wochenblättern,  
Radio- und TV/Film-  
Unternehmen

Traditionell verbreitet der Konzern in den Zeitungsmärkten auch Anzeigenblätter. Insgesamt ist Madsack an mehr als 125 Wochenblättern beteiligt, die eine Gesamtauflage von knapp 8 Millionen Exemplaren erreichen. Neben Beteiligungen an diversen privaten Hörfunksendern hat der Konzern auch erheblich in die Film- und Fernsehproduktion investiert. Das Tochterunternehmen TVN Group arbeitet zum einen Dienstleister für große Fernsehanbieter und erstellt über die AZ Media auch komplette Sendungen vor allem im journalistischen Bereich. Ein weiterer Schwerpunkt sind schon seit Jahren Postdienste, die der Konzern insbesondere in Niedersachsen aufgebaut hat, darunter die Marken Citipost und Nordbrief. Zur Verlagsgruppe gehören auch weiterhin Druckereien, deren Stellenwert aber reduziert worden ist. Am Stammsitz in Hannover wurde die eigene Druckerei in 2015 sogar geschlossen, 2019 folgte die Druckerei in Leipzig. Einzelne Titel werden seitdem im Lohndruck produziert. Der Konzern hält auch Beteiligungen im Digitalbereich, etwa an radio.de GmbH (radio.net) und der sportbuzzer GmbH (sportbuzzer.de).

Der Gesamtumsatz der Verlagsgruppe von 659 Mio Euro wurde im Jahr 2018 mit über 40 Prozent im Konzernbereich Mitte, im Wesentlichen Niedersachsen, erwirtschaftet. Auf die Aktivitäten in Ostdeutschland gehen 30 Prozent und auf jene in Norddeutschland 20 Prozent zurück. Knapp 40 Prozent des Umsatzes entfielen auf Vertriebs- und 30 Prozent auf Werbeerlöse. Das Postgeschäft machte 12 Prozent des Umsatzes aus. Der im laufenden Restrukturierungsprogramm, „Madsack Next“, als Investitionsfeld bezeichnete Bereich Neue Medien kommt auf

lediglich 8 Prozent. Das Konzernjahresergebnis lag in 2018 bei einem Minus von 7 Mio Euro und die Eigenkapitalquote sank auf 15,5 Prozent. Die Bilanz weist damit Geschäftszahlen aus, wie sie in der Tendenz auch von anderen Zeitungsunternehmen bekannt sind.

### Verlagsgruppe Augsburger Allgemeine

Bei der Verlagsgruppe in Augsburg hat es im Vergleich zur letzten Darstellung keine Veränderung im Portfolio der Zeitungen gegeben. Mit einer anteiligen Gesamtauflage von 505 000 Exemplaren (2018: 533 000; vgl. Tabelle 12) liegt die Verlagsgruppe nun auf Rang 6 (2018: Rang 7). Die Marktanteile im Gesamtmarkt in Höhe von 3,9 Prozent (2018: 3,8%) und bei den Abo-Zeitungen von 4,4 Prozent sind weitgehend konstant. Von hoher Relevanz für die Verlagsgruppe ist nach wie vor, dass in ihrem Stammland, dem Regierungsbezirk Schwaben, kaum Konkurrenz im Zeitungsmarkt besteht und dies auch weit überwiegend für die wichtigen Beteiligungstitel Main Post und den Südkurier am Bodensee gilt.

Auflage und  
Marktanteile  
weitgehend  
konstant

Die Augsburger haben sehr früh und umfangreich in den Privatfunk investiert und dabei auch Beteiligungen außerhalb der Verbreitungsgebiete ihrer Zeitungen übernommen. Bedeutsam sind auch TV-Produktionseinheiten, die in der Tochterfirma rt1.media group GmbH zusammengefasst sind. Dazu gehören auch Aktivitäten im lokalen Fernsehen.

Im Markt der Anzeigenblätter gehört die Gruppe, die vollständig der Verlegerfamilie Holland gehört, zu den größten Anbietern in Deutschland. Zusammen mit ihren Beteiligungsunternehmen kommt die Gruppe auf eine Gesamtauflage von über 3 Millionen Exemplaren wöchentlich.

### Verlagsgruppe Rheinische Post, Düsseldorf

Mit einem auf 3,5 Prozent gestiegenen Marktanteil (2018: 3,3%) ist die Verlagsgruppe um die Rheinische Post in Düsseldorf auf Rang 7 vorgerückt; bei den Abonnementzeitungen beträgt der Marktanteil 4,0 Prozent (2018: 3,9%). Die Verlagsgruppe hat ihr Verbreitungsgebiet durch die Übernahme des General-Anzeiger in Bonn erheblich ausgeweitet (vgl. Tabelle 13). Der Rückzug der Verlegerfamilie Neusser aus dem Zeitungsmarkt eröffnete den Düsseldorfern die Chance, im Stammland Nordrhein-Westfalen deutlich zu wachsen. Die Verbreitungsgebiete im Rheinland sind allerdings nicht verbunden, sondern werden durch das Gebiet der Kölner Zeitungen von DuMont getrennt.

Verbreitungsgebiet  
durch Übernahme  
erheblich vergrößert

Der Verlagsgruppe ist es in den letzten Jahren zudem gelungen, aus fast allen Wettbewerbern im Verbreitungsgebiet der Rheinischen Post Kooperationspartner zu machen. Dies gilt insbesondere für die lokale Berichterstattung. Am Niederrhein besteht

Umfassendes Netz  
an Kooperationen  
mit der Konkurrenz

Tabelle 12  
Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Augsburger Allgemeine <sup>1)</sup>	MV*	201 155	22 104	201 155	210 058	210 058	217 142	217 142	223 257	223 257
Main Post und Fränkisches Volksblatt <sup>2)</sup>	100	112 844	11 356	112 844	114 665	114 665	119 314	119 314	123 754	123 754
Obermain-Tagblatt <sup>3)</sup>	100	9 991	362	9 991	10 556	10 556	10 902	10 902	11 298	11 298
Haßfurter Tageblatt <sup>4)</sup>	100	0	0	0	5 100	5 100	–	–	–	–
Rhön- und Streubote <sup>5)</sup>	100	6 704	258	6 704	7 133	7 133	–	–	–	–
Rhön- und Saalepost <sup>5)</sup>	100		–	–	–	–	–	–	–	–
Südkurier <sup>6)</sup>	100	111 444	18 408	111 444	118 125	118 125	124 479	124 479	130 216	130 216
Allgäuer Zeitung und Memminger Zeitung <sup>7)</sup>	50	83 785	10 070	41 893	88 054	44 027	91 832	45 916	93 888	46 944
Nordkurier <sup>8)</sup>	33,3	62 805	2 916	20 914	69 030	22 987	73 099	24 342	81 540	27 153
Gesamtauflage		588 728	65 474	504 945	622 721	532 651	636 768	542 095	663 953	562 622

\* MV=Mutterverlag.

- 1) Die Augsburgener Allgemeine erscheint mit zahlreichen Ausgaben unter eigenständigen Titeln. Vielfach erschienen diese Titel früher in eigenständigen Verlagen, wurden aber immer stärker in den Augsburgener Verlag einbezogen. Mit einigen der ehemaligen Verleger bestehen noch heute Kooperationen.
- 2) 2010 haben die Augsburgener den Verlag der Main Post in Würzburg mit allen sonstigen Aktivitäten übernommen.
- 3) Obermain-Tagblatt: Die Lokalzeitung in Lichtenfels, in der Nachbarschaft zur Main Post, ist zum 1.1.2012 vollständig von der Main Post übernommen worden.
- 4) Haßfurter Tagblatt: Der Verlag der Main Post hat die Lokalzeitung Anfang 2018 vollständig übernommen.
- 5) Die Zuordnung der beiden Lokalzeitungen in der Rhön ist schwierig, da der Verlag der Main Post die beiden Titel seit Anfang 2018 gepachtet hat. Derartige Pachtverträge münden im Zeitungsmarkt regelmäßig in Übernahmen. Die ungewöhnliche Konstruktion wurde früher auch nur aus kartellrechtlichen Gründen gewählt. Die beiden Titel erschienen bis 2017 in benachbarten Verlagen ohne Kapitalverflechtung. Seit der Zusammenführung erscheinen sie in dem neuen Verlag Rhön Medien GmbH mit Sitz in Burgthann. Für die beiden Titel wird nur eine gemeinsame Auflage veröffentlicht.
- 6) Der Südkurier in Konstanz gehörte bis 2011 zur Holtzbrinck-Gruppe. Die Augsburgener Gruppe hat den Verlag zunächst anteilig, später vollständig übernommen.
- 7) Der Verlag der Allgäuer Zeitung hat über Jahre – ähnlich wie die Augsburgener – kleine Zeitungen in der Nachbarschaft an sich gebunden. Zuletzt wurde die Memminger Zeitung übernommen und in den Verlag in Kempten eingebunden. Neben den Augsburgenern ist die Familie Waldburg zu Zeil beteiligt.
- 8) Neben den Augsburgenern sind am Verlag in Neubrandenburg die Verlage der Kieler Nachrichten und der Schwäbischen Zeitung – alle in gleicher Höhe – beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Tabelle 13  
Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH/Rheinische Post, Düsseldorf

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Rheinische Post, Düsseldorf <sup>1)</sup>	MV*	271 995	35 196	271 995	278 784	278 784	303 493	303 493	325 888	325 888
General-Anzeiger, Bonn <sup>2)</sup>	100	59 286	3 845	59 286	–	–	–	–	–	–
Saarbrücker Zeitung <sup>3)</sup>	56,1	107 674	12 171	60 405	118 218	66 320	127 581	71 573	128 835	65 706
Trierischer Volksfreund <sup>4)</sup>	56,1	67 098	5 726	37 642	74 726	41 921	81 248	45 580	85 963	43 841
Pfälzischer Merkur <sup>5)</sup>	56,1	5 337	433	2 994	6 262	3 513	6 997	3 925	7 290	3 718
Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten <sup>6)</sup>	30,0	90 877	8 986	27 263	102 138	30 641	110 173	26 992	114 699	28 101
Gesamtauflage		602 267	66 357	459 585	651 310	461 112	707 254	495 188	745 135	509 309

\* MV=Mutterverlag.

- 1) In der Auflage der Rheinischen Post ist auch jene der einst eigenständigen Neuß-Grevenbroicher Zeitung enthalten.
- 2) Die RP-Gruppe hat in 2019 den General-Anzeiger und weitere Medienaktivitäten des Bonner Verlags vollständig übernommen. Die Zeitung erscheint in dem neuen Verlag General-Anzeiger Bonn GmbH.
- 3) Saarbrücker Zeitung: Die Rheinische Post hatte vom Holtzbrinck-Konzern einen Anteil von knapp über 51 % am Verlag in Saarbrücken übernommen und diesen später auf 56,1 % aufgestockt.
- 4) Trierischer Volksfreund: Der Verlag Volksfreund-Druckerei Nikolaus Koch GmbH gehört vollständig zur Saarbrücker Zeitung.
- 5) Der Pfälzische Merkur erscheint mit dem Mantel der Saarbrücker Zeitung, der die Zweibrücker Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH vollständig gehört.
- 6) 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 war darüber zunächst mit 24,5 % am Zeitungsverlag Aachen beteiligt. Die Verlagsgruppe hat den Anteil auf 30 % erhöht.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

schon seit 2014 ein wechselseitiger Austausch der lokalen Berichterstattung mit der Neuen Ruhr/Neuen Rhein Zeitung (NRZ). Diese Kooperation erstreckt sich von der niederländischen Grenze bis ins Ruhrgebiet und umfasst auch die Großstadt Duisburg. In Düsseldorf bestehen Kooperationen sowohl mit der NRZ als auch mit der Westdeutschen Zeitung (WZ), die in der Landeshauptstadt noch jeweils kleine Marktanteile halten. Im Umland von Düsseldorf kooperiert die WZ schon länger mit der RP. In diesem Jahr hat die WZ ihre Lokalredaktion in Düsseldorf geschlossen und übernimmt seitdem den Lokalteil der RP. Damit erscheinen nun alle drei Zeitungen in Düsseldorf mit einem inhaltlich identischen Lokalteil. Seit November 2016 bestehen auch für das Bergische Land Kooperationen: Die RP übernimmt in Solingen und im Remscheid im Wesentlichen die Lokalberichterstattung der Solinger Tageblatts bzw. des Remscheider General-Anzeigers (RGA), an dem die RP auch beteiligt ist. Umgekehrt liefert sie dem RGA den lokalen Stoff für drei Lokalteile in der Nachbarschaft. Lokalen Wettbewerb mit Fremdtiteln gibt es fast nur noch in Leverkusen mit dem Kölner Stadt-Anzeiger.

Wesentlicher Wettbewerber der RP war über Jahrzehnte die WZ, die aber längst durch langanhaltende Auflagenverluste ihre einstige Bedeutung eingebüßt hat. Die Verlage beider Titel sind durch Überkreuzbeteiligungen verbunden und unterhalten gemeinsame Tochterfirmen, insbesondere für Anzeigenblätter. Zudem hat die RP sukzessive Teilgeschäfte der WZ übernommen. Dazu gehört beispielsweise der Lokal-sender Radio Wuppertal sowie Anzeigenblätter in Wuppertal, wo die WZ im Zeitungsmarkt ein Monopol hat. Insbesondere dieser Verkauf ist äußerst ungewöhnlich und zeigt die engen Beziehungen zwischen beiden Verlagen. Eine vollständige Übernahme der WZ durch die RP ist allerdings aus kartellrechtlichen Gründen nicht möglich. (19)

Starke Marktpositionen hat die Verlagsgruppe zudem mit der Saarbrücker Zeitung, die im Saarland ein Monopol im Zeitungsmarkt innehat. In den Verlag wurde inzwischen auch die Lokalzeitung Pfälzischer Merkur aus einem Tochterunternehmen integriert. Gleichfalls ohne Wettbewerber erscheint in der rheinland-pfälzischen Nachbarschaft der Trierische Volksfreund. Die Aktivitäten des Saarbrücker Verlags sind sehr breit gefächert und umfassen außerhalb des Medienbereichs beispielsweise ein großes Übersetzungsbüro in Luxemburg. Die Verlagsgruppe verlegt Anzeigenblätter mit einer Auflage von über 4 Millionen Exemplaren wöchentlich.

Onlineportale, Digitalabonnements und Podcasts als neue Geschäftsfelder

Die RP hat früh begonnen, Nachrichtenmaterial im Internet anzubieten und das Portal rp-online.de zu einer nachgefragten Adresse ausgebaut. In diesem Jahr wurden die Bemühungen ausgebaut, ein Digitalabonnement im Markt durchzusetzen. Berichte mit

der Kennung RP+ können für 4,99 Euro pro Monat abonniert werden. Die Auflage der E-Paper ist mit über 35 000 Exemplaren hoch und macht rund 13 Prozent der Gesamtauflage aus. Ein hoher Anteil der E-Paper wird allerdings zum niedrigen Preis als sonstiger Verkauf abgesetzt. Auch der Audio- und Podcastbereich wird ausgebaut.

### Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg

Bei der deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) haben sich im Portfolio der Tageszeitungen keine Veränderungen gegenüber 2018 ergeben. Bedeutendste Beteiligung ist nach wie vor jene an der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover (vgl. Tabelle 14). Insgesamt kommt die Verlagsgruppe auf eine anteilige Gesamtauflage von 441 000 Exemplaren (2018: 481 000) und rutscht auf Rang 8 unter den Verlagsgruppen. Der Marktanteil im Gesamtmarkt liegt konstant bei 3,4 Prozent und bei den Abonnementzeitungen bei 3,7 Prozent (2018: 3,9%). Die Beteiligung an der Morgenpost für Sachsen entspricht einem Anteil von 1,2 Prozent bei den Kaufzeitungen (2018: 1,1%).

Madsack-Beteiligung am bedeutendsten

Die ddvg gehört der SPD und trägt mit ihren Gewinnausschüttungen erheblich zur Finanzierung der Partei bei. Zugleich war das Unternehmen auch in schwierigen Jahren immer wieder in der Lage, durch Zukäufe zu expandieren, so etwa bei der vollständigen Übernahme der Neuen Westfälischen in Bielefeld. Kleine Lokalverlage wurden durch Marktarrondierungen stabilisiert. So hat beispielsweise der Verlag der Frankenpost in Hof und Umgebung über die Jahre mehrere Kleinverlage übernommen und deren Blätter in die Frankenpost integriert. Zuletzt war der Nordbayerische Kurier in Bayreuth mehrheitlich übernommen worden, er erscheint aber weiterhin in einem eigenständigen Verlag. Partner der ddvg ist bei den Verlagen in Oberfranken und in Thüringen jeweils die SWMH. Die gemeinsame Hauptredaktion der Titel in Hof bezieht einen Teil der überregionalen Berichterstattung von den Stuttgarter Nachrichten. Partner bei der Sächsischen Zeitung und bei der Morgenpost für Sachsen ist der Großverlag Gruner + Jahr.

Gewinne tragen zur Finanzierung der SPD bei

Die einzige Zeitung, die der ddvg vollständig gehört, ist die Neue Westfälische in Bielefeld. Der Titel hat zwar mit dem Westfalen-Blatt fast im gesamten Verbreitungsgebiet einen Konkurrenten (20), ist aber fast überall Marktführer. Zudem liefern die Bielefelder traditionell den beiden Nachbarzeitungen Haller Kreisblatt und der Lippischen Landes-Zeitung in Detmold den Zeitungsmantel. Seit Anfang dieses Jahres wird dieser Mantel von einem Gemeinschaftsunternehmen der Bielefelder und Detmolder sowie des Mindener Tageblatts produziert. Die Mindener haben ihre eigene Hauptredaktion aufgegeben.

Tabelle 14

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

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Neue Westfälische, Bielefeld <sup>1)</sup>	100	121 011	15 615	121 011	128 931	128 931	138 364	138 364	148 580	85 434
Sächsische Zeitung, Dresden <sup>2)</sup>	40	191 240	9 869	76 496	208 984	83 594	226 446	90 578	231 372	139 749
Morgenpost für Sachsen, Dresden <sup>2)</sup>	40	50 297	141	20 119	58 935	23 574	72 452	28 981	85 020	51 352
Döbelner Anzeiger <sup>2)</sup>	40	0	0	0	-	-	-	-	9 278	3 711
Cuxhavener Nachrichten <sup>3)</sup>	32,5	8 855	786	2 878	9 573	3 111	10 316	3 353	11 219	3 646
Niederelbe Zeitung <sup>3)</sup>	32,5	7 139	551	2 320	7 546	2 452	8 035	2 611	8 486	2 758
Frankenpost, Hof <sup>4)</sup>	35	39 580	3 640	13 853	42 821	14 987	45 883	16 059	49 454	17 309
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung <sup>5)</sup>	30	47 664	2 561	14 299	52 501	15 750	57 354	17 206	62 179	18 654
Neue Presse, Coburg <sup>5)</sup>	30	18 656	1 587	5 597	20 213	6 064	22 409	6 723	23 912	7 174
Madsack anteilig gesamt <sup>6)</sup>	26	709 681	0	184 517	780 552	202 944	822 821	213 933	891 841	231 879
Gesamtauflage		1 194 123	34 750	441 090	1 310 056	481 407	1 437 372	533 622	1 556 302	507 574

1) Die Neue Westfälische ist die einzige Zeitung, an der die ddvg eine Mehrheit hält. Seit Ende 2015 gehört der Verlag vollständig der ddvg.

2) An den Verlagen der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost für Sachsen, beide in Dresden, hält die ddvg jeweils 40 %. Der Verlag der Sächsischen Zeitung gibt inzwischen auch den Döbelner Anzeiger heraus. Dessen Auflage ist bei der Sächsischen Zeitung berücksichtigt.

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

4) Frankenpost: Mehrheitseigner ist der Süddeutsche Verlag. Die ddvg hält 35 %. In den Verlag der Frankenpost wurde das Selber Tagblatt integriert. Die ddvg hielt zeitweilig eine Beteiligung am Nordbayerischen Kurier in Bayreuth. Inzwischen ist der Verlag der Frankenpost mit 65 % an der Zeitung beteiligt. Der indirekte Anteil der ddvg liegt unter 25 %. Daher wird der Titel nicht mehr der ddvg zugerechnet, sehr wohl aber der baden-württembergischen Verlagsgruppe (vgl. Tab. 7).

5) 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.

6) 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.

### Verlagsgruppe Neue Osnabrücker Zeitung

Seit der Übernahme der Zeitungsgruppe um das Flensburger Tageblatt mit seinen zahlreichen Ausgaben in Schleswig-Holstein in 2016 gehört der Verlag der Neuen Osnabrücker Zeitung zu den auflagenstärksten Zeitungsunternehmen. Mit dem gegenüber 2018 unveränderten Portfolio kommt die Verlagsgruppe auf eine anteilige Gesamtauflage von 422 000 Exemplaren (2018: 449 000) in Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern (vgl. Tabelle 15). Die Marktanteile liegen gegenüber 2018 unverändert bei 3,2 Prozent im Gesamtmarkt und 3,7 Prozent bei den Abonnentzeitungen.

Anzeigenblätter  
mit 3 Millionen  
Exemplaren

Die Gruppe unterhält in Osnabrück eine Zentralredaktion für die überregionale Berichterstattung der Zeitungen und eine zweite für die digitalen Angebote in Hamburg. Den Mantelteil übernehmen zudem externe Verlage wie jene der Nordsee Zeitung in Bremerhaven und deren benachbarte Lokalzeitungen, die Ostfriesischen Nachrichten in Aurich, die Grafchafter Nachrichten in Nordhorn sowie das Lokalblatt Rheiderland in Ostfriesland. Auch bei den Anzeigenblättern zählt die Gruppe mit einer Gesamtauflage von rund 3 Millionen Exemplaren wöchent-

lich zu den größten Anbietern in Deutschland. Die Verlagsgruppe gehört seit Jahrzehnten den beiden Familien Elstermann und Fromm, die ihre getrennten Aktivitäten 1967 zur Gründung der Neuen Osnabrücker Zeitung zusammengelegt hatten. Die Medienaktivitäten sind heute in der NOZ Medien Holding GmbH gebündelt.

Die Gruppe ist auch an Privatfunkanbietern beteiligt. Über den Flensburger Verlag zählt sie zu den größten Anteilseignern der Regiocast GmbH & Co. KG in Kiel, der bedeutende Beteiligungen am privaten Hörfunk gehören. In Niedersachsen hat sich die Gruppe zudem im Bereich des Lokalfernsehens versucht, allerdings mit wenig Erfolg. (21)

### Verlagsgruppe DuMont-Schauberg, Köln

Die Verlagsgruppe DuMont besteht nach mehreren Verkäufen von Zeitungen nur noch aus den Titeln Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und der Boulevardzeitung Express. Einen solch weitreichenden Ausstieg einer führenden Verlagsgruppe hat es in Deutschland zuvor erst zweimal gegeben: Die Holtzbrinck-Gruppe hatte sich vor dem substanziellen Wertverfall von Zeitungsverlagen von ihrem Portfolio

Lediglich drei  
Zeitungen verbleiben  
im Portfolio

Tabelle 15

## Neue Osnabrücker Zeitung GmbH &amp; Co KG\*

Titel	2020				2018		2016	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Neue Osnabrücker Zeitung <sup>1)</sup>	MV**	159 820	39 473	159 820	171 369	171 369	160 464	160 464
Flensburger Tageblatt <sup>2) 3)</sup>	100	156 066	35 936	156 066	162 752	162 752	174 253	174 253
Pinneberger Tageblatt <sup>2) 4)</sup>	100	24 795	3 628	24 795	26 680	26 680	12 721	12 721
Elmshorner Nachrichten <sup>2) 4)</sup>	100	0	0	0	–	–	9 689	9 689
Schweriner Volkszeitung <sup>2) 5)</sup>	100	64 896	5 832	64 896	70 506	70 506	80 998	80 998
Norddeutsche Neueste Nachrichten <sup>2) 6)</sup>	100	6 168	609	6 168	7 196	7 196	7 374	7 374
Delmenhorster Kreisblatt <sup>7)</sup>	75	13 783	1 264	10 337	14 329	10 747	15 005	11 254
Gesamtauflage		425 528	86 742	422 082	452 832	449 250	460 504	456 753

\* Für die Verlagsgruppe Osnabrücker Zeitung liegen erst seit 2016 Daten vor.

\*\* MV=Mutterverlag.

1) Die Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG verlegt die gleichnamige Zeitung.

2) Die Titel gehören zur Holding medien holding:nord GmbH, die der Osnabrücker Verlag in 2016 übernommen hat.

3) Das Flensburger Tageblatt ist der Haupttitel der sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG.

4) Das Pinneberger Tageblatt (8 966), das Wedel-Schulauer Tageblatt (2 594), die Uetersener Nachrichten (2 967) und die Elmshorner Nachrichten (inkl. der Barmstedter Zeitung) (9 186) werden von der A. Beig Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG in Pinneberg verlegt. Inklusiv der ePaper beträgt die Gesamtauflage des Verlags 26 680 Exemplare.

5) Verlag ist die Schweriner Zeitungsverlag GmbH & Co. KG.

6) Die NNN Norddeutsche Neueste Nachrichten GmbH ist ein Tochterunternehmen des Schweriner Verlags.

7) Das Delmenhorster Kreisblatt erscheint in der DK Medien GmbH & Co. KG, an der die beiden Eigentümerstämme der Neuen Osnabrücker Zeitung zusammen 75 % der Anteile halten.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Tabelle 16

## Verlagsgruppe M. DuMont, Köln

Titel	2020				2018		2016		2014	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	davon E-Paper	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau <sup>1)</sup>	MV	226 555	25 598	226 555	251 994	251 994	275 105	275 105	299 891	299 891
Express <sup>1)</sup>	MV	55 412	3 570	55 412	75 440	75 440	95 201	95 201	123 148	123 148
Düsseldorf-Express <sup>2)</sup>	50	16 424		20 119	10 060	26 164	13 082	29 808	14 904	
Gesamtauflage		298 391	29 168	290 179	753 732	735 338	851 948	829 886	970 626	858 867

1) Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und die Kaufzeitung 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) DuMont ist am Düsseldorf-Express mit 50 % beteiligt. Die übrigen 50 % liegen bei der Girardet Verlag KG, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

getrennt und hält nur noch eine Beteiligung an der Wochenzeitung Die Zeit. Jahre später hatte der Springer-Konzern seine Regionalzeitungen verkauft. Nun folgte mit DuMont der dritte große Verkauf. Auffällig für den deutschen Markt war dabei, dass erstmals Zeitungen an Branchenfremde veräußert wurden. (22) Bei der Berliner Zeitung und dem Berliner Kurier kamen mit dem Ehepaar Friedrich genauso Branchenfremde zum Zug wie bei der Hamburger Morgenpost. Der neue Eigner Arist von Harpe verdient sein Geld in der Digitalbranche. Für den Käufer der Mitteldeutschen Zeitung in Halle, den Bauer-Konzern in Hamburg, Deutschlands auflagenstärkster Zeitschriftenkonzern, gilt dies nur bedingt, da Bauer mit der Volks-

stimme in Magdeburg bereits zuvor eine Tageszeitung verlegt und nun einen Nachbartitel übernommen hat. Gegenstand der Verkäufe waren jeweils sämtliche medialen Aktivitäten in den jeweiligen Verbreitungsgebieten. Verkauft hat DuMont auch eine Beteiligung am General-Anzeiger in Bonn, der inzwischen zur Verlagsgruppe der Rheinischen Post gehört.

Der DuMont-Konzern hat sich damit fast vollständig auf seine Stammregion Köln und das Umland zurückgezogen. Die Verlagsgruppe erreicht nur noch eine anteilige Gesamtauflage von 290 000 Exemplaren und nur noch 40 Prozent der Auflage aus 2018 (735 000; vgl. Tabelle 16). Ein weiterer Schwund scheint un-

Unter den größten zehn Verlagen nur noch auf Rang 10

ausweichlich, zumal der Express hohe Auflagenanteile eingebüßt hat. Die Lokalausgabe in Düsseldorf kommt beispielsweise auf nur noch 16 400 verkaufte Exemplare. Der Anteil am Gesamtmarkt ist von 5,2 Prozent in 2018 auf 2,2 Prozent und jener bei den Abo-Zeitungen von 4,3 auf 2,0 Prozent gesunken. Der Rückgang bei den Kaufzeitungen fiel noch deutlicher aus: von 10,6 auf 3,8 Prozent. Im Ranking ist DuMont von Rang 6 auf Rang 10 zurückgefallen. Die Gesamtauflage der Anzeigenblätter ist trotz des Verlustes der Titel in Sachsen-Anhalt mit 2,5 Millionen Exemplaren wöchentlich noch stattlich. Sie werden von Gemeinschaftsfirmen zusammen mit dem ehemaligen Verleger der Kölnischen Rundschau, Helmut Heinen, verlegt.

### Fazit

Weitere  
Konsolidierung  
des Zeitungsmarkts  
zu erwarten

Auch wenn der Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen seit Jahren erstmals leicht rückläufig war, bleibt der Konzentrationswert mit 58 Prozent hoch. Dies gilt insbesondere unter Berücksichtigung der für den deutschen Zeitungsmarkt typischen herausragenden Bedeutung der Regionalzeitungen, während im Ausland häufig die überregionalen Titel dominieren. Der Rückgang in Deutschland geht in erster Linie auf das Konto des Verkaufs von DuMont-Titeln. Dass dabei drei der verkauften Titel an branchenfremde Investoren gingen, ist für den deutschen Markt völlig untypisch. In Zeiten schwindender Werbeeinnahmen und rückgängiger Verkaufsauflagen wird die Branche auch in den nächsten Jahren von Konsolidierung geprägt sein. Und es ist zu erwarten, dass dabei die großen Verlagshäuser in einem schrumpfenden Markt Zukäufe realisieren werden.

### Anmerkungen:

- 1) In Dortmund übernehmen die Westdeutsche Allgemeine und die Westfälische Rundschau den Lokalteil der Ruhr Nachrichten; in Düsseldorf die Westdeutsche Zeitung und die Neue Ruhr/Rhein Zeitung die Lokalberichterstattung der Rheinischen Post.
- 2) Eine gerichtliche Auseinandersetzung um das „Crailsheimer Stadtblatt“ ist inzwischen ein Präzedenzfall geworden. Anknüpfend an die Aussage des Bundesverfassungsgerichts, „der Staat darf sich nur in engen Grenzen auf dem Gebiet der Presse betätigen“, hatte der Bundesgerichtshof die Berichterstattung von Kommunen begrenzt. Inzwischen sind weitere Gerichte dieser Sichtweise gefolgt, so u.a. das Landgericht Dortmund bei einer Klage gegen die Stadt Dortmund (Landgericht Dortmund, Akz. 3 O 262/17).
- 3) Vgl. <https://www.medienpolitik.net/2020/04/strukturenstaerkeren-in-denen-qualitaetsjournalismus-entstehen-kann/> (abgerufen am 25.5.2020). Ähnliche Aussagen tätigte der Chefredakteur von [medienpolitik.net](https://www.medienpolitik.net), Helmut Hartung, auch in der FAZ vom 7.4.2020 („Die Länder sind in der Pflicht“).
- 4) Bremens Bürgermeister Andreas Bovenschulte hat vorgeschlagen, die Bürger über Fördermaßnahmen und deren Adressaten abstimmen zu lassen.
- 5) Vgl. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode, hier S. 93 ([www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de), abgerufen am 1.6.2020).
- 6) Zitiert aus: Die Zeit vom 5.3.2019: Wer liest noch das Lokale?
- 7) Vgl. Institut für Europäisches Medienrecht: Aktive Sicherung lokaler und regionaler Medienvielfalt. 2019.
- 8) Abgesehen von wenigen kleinen Lokalzeitungen und Sonntagszeitungen (wie die FAS) ist die taz die jüngste deutsche Tageszeitung. Sie erschien erstmals im September 1978.
- 9) Der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) bezifferte die Gesamtauflage der Wochentitel im März 2020 mit 79,8 Millionen Exemplaren.
- 10) Kriterien der Konzentrationsmessung:
  1. Verlage, die an anderen Verlagen mit mindestens 25 Prozent beteiligt sind, bilden mit diesen Verlagen eine Verlagsgruppe. Liegt die Beteiligung nur geringfügig unter dieser Marke und lässt sie sich auf 25 Prozent aufrunden, so wird auch diese Beteiligung in die Verlagsgruppe einbezogen. Die 25-Prozent-Marke richtet sich nach der gleich hohen Schwelle für die Fusionskontrolle beim Bundeskartellamt. Auch das Kartellamt überprüft Beteiligungen und meldepflichtige Fusionen, wenn sie knapp unter dieser Marke liegen und offensichtlich gewählt werden, um die Aufsichtsbehörde zu umgehen.
  2. Jede Verlagsgruppe hat in ihrem Zentrum einen Verlag, der als sogenannter Mutterverlag gilt. Die Bestimmung dieses Mutterverlages ist der erste Schritt bei der Definition einer Verlagsgruppe. Beteiligungen des Mutterverlages an anderen Verlagen ab gerundet 25 Prozent verleihen diesen den Status eines Tochterverlages. Sind mehrere Verlage an einem Verlag mit gerundet mindestens 25 Prozent beteiligt, so wird dieser Verlag mehrfach als Tochterverlag ausgewiesen.
  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. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.
  4. Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien aus 1 und 2. Bei Marktanteilsberechnungen werden beide Beteiligungshöhen berücksichtigt. Ein Beispiel: Die 50-Prozent-Beteiligung an einem Verlag mit 10 000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2 500 Exemplare.
- 11) Auflage jeweils inklusive der verflochtenen Pirmasenser Zeitung.
- 12) Axel Springer SE: Geschäftsbericht 2019.
- 13) Das Heimat-Echo erschien von 1957 bis zum April dieses Jahres und hatte eine wöchentliche Auflage von über 50 000 Exemplaren. Es wurde von der Verlags-Gesellschaft Hanse mbH & Co KG verlegt, einem Gemeinschaftsunternehmen von Funke und Madsack.
- 14) Ähnliche sogenannte Reichweitenportale unterhält der Konzern auch in Thüringen mit [thueringen24.de](http://thueringen24.de), im Gebiet seiner Braunschweiger Zeitung mit [news38.de](http://news38.de) und neuerdings auch in Hamburg mit [moin.de](http://moin.de). Die überregionalen Inhalte werden den Portalen aus der Zentrale in Essen zugeliefert.
- 15) Nimmt man die Verkaufsauflage im Zeitschriftenmarkt zum Maßstab, ist der Konzern noch weit von der Spitze in Deutschland entfernt. Vgl. dazu auch den Beitrag von Andreas Vogel zum Markt der Publikumspresse in diesem Heft.
- 16) Vgl. Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2018: Pressekonzentration steigt rasant. Daten zur Konzentration der Tagespresse in Deutschland Im I. Quartal 2018. In: Media Perspektiven 5/2018, S. 216-234, hier: S. 225.
- 17) Vgl. [md.de](http://md.de): „Drei Buchstaben – ein Netzwerk: Das ist das RND“. Zu den externen Kunden gehören beispielsweise die Titel Ruhr Nachrichten und Hellweger Anzeiger; Neue Westfälische, Münstersche Zeitung und Siegener Zeitung.
- 18) Ebd.

- 19) Eine solche Übernahme ist kartellrechtlich nur dann zulässig, wenn der zu übernehmende Verlag Verluste ausweist und keine anderen Kaufinteressenten vorhanden sind. Unter solchen Konditionen hatte das Bundeskartellamt einst die Übernahme der Kölnischen Rundschau durch den direkten Konkurrenten DuMont gebilligt.
- 20) Trotz der jahrzehntelangen Konkurrenz kooperieren die beiden Zeitungen aus Bielefeld inzwischen in einzelnen Bereichen auch redaktionell. Für mehrere Lokalausgaben beider Titel existiert ein Austausch bei der Berichterstattung über den Lokalsport.
- 21) Das Unternehmen hatte am Stammsitz in Osnabrück in 2009 das Lokalfernsehen os1.tv gestartet. Das Programm wurde Ende 2015 eingestellt. Ein weiteres Tochterunternehmen bietet mit ems tv im Internet Lokaljournalismus für das Emsland an (emstv.de).
- 22) In anderen westeuropäischen Ländern halten Industriekonzerne seit Jahrzehnten auch Beteiligungen an Zeitungen. Aktuell hat die Industriellenfamilie Agnelli (Fiat, Chrysler und vieles mehr) in Italien maßgebliche Printmedien erworben, darunter die Tageszeitungen La Repubblica und La Stampa. Ähnliches gilt für die USA.