

Trotz Bewegung im Markt keine wesentliche Erweiterung des publizistischen Angebotes

→ Deutsche Tagespresse 2001

Von Walter J. Schütz*

Aktuelle Zeitungsstatistik umfasst den Zeitraum von Mai 1999 bis Juli 2001

Für die Zeit vom 15. Mai 1999 bis zum 15. Juli 2001 wird hier zum 13. Male im üblichen Zweijahres-Rhythmus die Dokumentation über die in diesem Zeitraum aufgetretenen Veränderungen und den aktuellen Stand des Zeitungsangebotes in Deutschland in Media Perspektiven publiziert. (1) Noch ist – auch mehr als ein Jahrzehnt nach der Wiederherstellung der Einheit Deutschlands – der Hinweis nicht verzichtbar, dass es zugleich die sechste gesamtdeutsche Zeitungsstatistik ist, weil die Strukturen des Zeitungsangebotes und ihre Akzeptanz nach wie vor in beiden Landeshälften deutlich differieren.

Deutlich mehr Veränderungen im Zeitungsmarkt als in den Vorjahren

Die sich auf Deutschland als Ganzes beziehenden Angaben über den Zeitungsmarkt scheinen eine gegenüber 1999 fast unveränderte Situation zu belegen. Tatsächlich aber waren deutlich mehr Veränderungen zu registrieren als in den Vorjahren. Noch mehr als bei den vorausgegangenen Fortschreibungen der letzten Stichtagssammlung waren eine Vielzahl von Anfragen bei Zeitungsverlagen (2) und die Beschaffung von mehreren hundert Zeitungsexemplaren notwendig, um der erneuten Beschreibung des deutschen Zeitungsmarktes ein hohes Maß an Zuverlässigkeit zu geben.

Tageszeitungen und Ausgaben

Kategorien der Erhebung

Die seit der ersten Stichtagssammlung von 1954 unverändert beibehaltenen Kategorien zur Darstellung des Zeitungsangebotes ergeben sich aus den folgenden Begriffsbestimmungen: Als „Tageszeitungen“ werden alle Periodika bezeichnet, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und einen aktuellen politischen Teil mit inhaltlich unbegrenzter (universeller) Nachrichtenvermittlung enthalten. Kleinste pressestatistische Einheit der so definierten Tageszeitung ist die „Ausgabe“. Sie ist durch variierende inhaltliche Gestaltung (z. B. Regionalseiten, lokaler Text- und Anzeigenteil) auf das jeweilige Verbreitungsgebiet abgestimmt. Das Kriterium für eine „Ausgabe“ erfüllen auch Zeitungen, bei denen der örtliche bzw. regionale Teil nicht täglich erscheint, nur in seiner Reihenfolge geändert wird oder unverändert bleibt und lediglich der Wechsel des Haupt- und Untertitels (Kopfbblätter) die Ortsbezogenheit und damit den Bezug auf ein bestimmtes Verbreitungsgebiet herstellt. Dagegen werden unterschiedliche „Formen“ bestimmter Ausgaben, die sich aus der unter Umständen notwendigen Aktualisierung ergeben, und an unterschied-

lichen Orten gedruckte, jedoch inhaltlich identische Zeitungen nicht als „Ausgaben“ gezählt.

Zur Kategorie „Verlage als Herausgeber“ lassen sich alle Ausgaben zusammenfassen, bei denen im Impressum der gleiche Herausgeber und/oder Verlag erscheint. Da zum einen die Angaben im Impressum nach den Pressegesetzen der Länder für die Verlage verpflichtend sind, und zum anderen hier ein nachprüfbares Merkmal gegeben ist, kann sich darauf die Bestimmung der Verlagsstruktur stützen. Allerdings darf man nicht übersehen, dass in einzelnen Fällen das Impressum, um lokale Gebundenheit vorzutauschen, auf Selbständigkeit schließen lässt, in Wirklichkeit aber nur ein Agenturverhältnis besteht. Die Zahl der tatsächlich als Unternehmen tätigen Zeitungsverlage (etwa gleichzusetzen mit der Zahl der Verlage, die Anstellungsverträge mit Redakteuren schließen) lässt sich – weil unterschiedliche Kooperationsformen anzu-treffen sind – nicht exakt bestimmen; sie liegt geringfügig unter der Zahl der „Verlage als Herausgeber“. (3) Andererseits sind in der Zahl der „Verlage als Herausgeber“ Mehrzeitungsverlage, also Betriebe, die mehr als eine Zeitung mit unterschiedlichem Mantel herausgeben, als Unternehmen mehrfach enthalten. (4)

Verlage als Herausgeber

Für die Kategorie „Verlage als wirtschaftliche Einheiten“ werden alle „Verlage als Herausgeber“ zusammengefasst, die in bestimmten Bereichen der Zeitungswirtschaft kooperieren (z. B. Druck, Vertrieb, Anzeigenverbund), wenn diese Zusammenarbeit über die Zugehörigkeit zu Anzeigenringen und Anzeigengemeinschaften hinausgeht.

Verlage als wirtschaftliche Einheiten

In der wiederum übergeordneten Kategorie „Publizistische Einheit“ sind alle „Verlage als Herausgeber“ mit den jeweiligen Ausgaben eingeordnet, deren Mantel – im Regelfall die Seiten 1 und 2 mit aktuellen politischen Nachrichten – vollständig oder (bei Übernahme von Seitenteilen) in wesentlichen Teilen übereinstimmt. Daraus ergibt sich: Innerhalb einer „Publizistischen Einheit“ haben alle „Ausgaben“, unabhängig von ihrer verlegerischen Struktur, den weitgehend gleichen Zeitungsmantel. „Ausgaben“, die dem gleichen „Verlag als Herausgeber“ zugeordnet sind, stimmen darüber hinaus auch in ihrem Impressum überein.

Publizistische Einheiten

Ergebnisse der Untersuchung

Einen Überblick über die langfristige Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes seit 1954 in den oben genannten Kategorien vermittelt Tabelle 1; eine weitergehende Aufschlüsselung nach Ländern und Auflagengrößenklassen bieten die Tabellen 2 bis 7.

Während sich die Zahl der „Publizistischen Einheiten“ von 1993 bis 1999 mit 135 nicht verändert hatte, stehen jetzt einem Verlust zwei neu aufzunehmende „Publizistische Einheiten“ gegenüber. Nach dem Beitritt des „Holsteinischen Couriers“ (Neumünster) und seines Tochterunternehmens „Ostholsteiner Anzeiger“ (Eutin) im Frühjahr 2001

Zahl der Publizistischen Einheiten hat sich um eine auf 136 erhöht

* Honorarprofessor am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

① Tagespresse: Statistik im Überblick

Jahr ¹⁾	Publizistische Einheiten		Verlage als Herausgeber		Ausgaben		Verkaufte Auflage in Mio	
	absolut	Index	absolut	Index	absolut	Index	absolut	Index
1954	225	100	624	100	1 500	100	13,4	100
1964	183	81	573	92	1 495	100	17,3	129
1967	158	70	535	86	1 416	94	18,0	134
1976	121	54	403	65	1 229	82	19,5	146
1979	122	54	400	64	1 240	83	20,5	153
1981	124	55	392	63	1 258	84	20,4	152
1983	125	56	385	62	1 255	84	21,2	158
1985	126	56	382	61	1 273	85	20,9	156
1987	121	54	(375)	(60)	•	•	20,7	154
1989	119	53	358	57	1 344	90	20,3	152
1989 DDR	37	-	38	-	291	-	9,6	-
1991	158	100	410	100	1 673	100	27,3	100
1993	137	87	384	94	1 601	96	25,4	93
1995	135	85	381	93	1 617	97	25,0	92
1997	135	85	371	90	1 582	95	24,6	90
1999	135	85	355	87	1 581	95	24,1	88
2001	136	86	356	87	1 584	95	23,7	87

1) 1954-1989: altes Bundesgebiet, ab 1991 inkl. neuer Bundesländer.

② Publizistische Einheiten nach Ländern 1949 bis 2001

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben	Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben
Baden-Württemberg					Berlin				
1949	28	•	28	•	1949	7	•	7	•
1954	33	1 602,9	115	247	1954	10	785,3	10	23
1964	26	1 795,7	102	244	1964	8	908,3	8	14
1967	23	1 849,1	94	237	1967	7	850,3	7	10
1976	17	2 088,0	73	208	1976	6	700,4	6	8
1981	17	2 236,3	70	201	1981	7	705,9	7	11
1985	17	2 271,7	68	195	1985	6	696,8	6	11
1989	17	2 337,0	65	213	1989	6	712,7	8	12
1991	17	2 373,1	65	214	1991	14	2 099,0	17	31
1993	17	2 345,6	65	214	1993	10	1 662,1	13	33
1995	17	2 356,8	64	222	1995	9	1 556,9	11	30
1997	17	2 331,6	64	219	1997	9	1 526,9	11	28
1999	17	2 301,5	62	225	1999	9	1 482,5	11	28
2001	17	2 251,2	73	223	2001	9	1 432,9	11	34
Bayern					Berlin (Ost)				
1949	27	•	27	•	1954	(9)	•	(9)	•
1954	45	2 069,6	147	316	1989	9	3 986,8	9	18
1964	34	2 108,6	140	310	Brandenburg				
1967	29	2 237,5	124	301	1954	(4)	•	(5)	•
1976	23	2 689,2	118	281	1989	4	878,7	4	42
1981	24	2 886,4	115	279	1991	6	743,4	12	50
1985	25	2 900,8	97	266	1993	3	634,4	5	43
1989	24	2 959,2	90	267	1995	3	585,0	3	43
1991	24	3 064,5	94	277	1997	3	548,4	3	42
1993	24	3 017,7	90	274	1999	3	509,4	3	45
1995	24	3 011,9	87	276	2001	3	470,0	3	41
1997	24	2 992,7	84	265					
1999	24	2 988,5	81	265					
2001	24	2 967,9	75	261					

Fortsetzung nächste Seite

② Publizistische Einheiten nach Ländern 1949 bis 2001 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben	Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben
Bremen					Niedersachsen				
1949	2	•	2	•	1949	10	•	10	•
1954	3	221,6	15	16	1954	27	1 068,7	69	155
1964	2	215,3	3	3	1964	20	1 310,7	80	183
1967	2	224,1	3	4	1967	20	1 343,8	81	182
1976	3	358,7	10	20	1976	10	1 313,3	58	110
1981	3	377,7	9	21	1981	11	1 429,9	55	108
1985	3	366,4	9	21	1985	13	1 451,6	54	115
1989	3	359,6	9	26	1989	12	1 507,3	53	121
1991	3	360,4	9	26	1991	12	1 607,8	54	131
1993	3	356,3	9	26	1993	12	1 637,7	55	131
1995	3	356,0	9	34	1995	12	1 649,4	55	137
1997	3	350,4	9	34	1997	12	1 634,4	54	135
1999	3	344,5	9	34	1999	12	1 614,6	51	132
2001	3	337,4	9	34	2001	12	1 572,8	51	127
Hamburg					Nordrhein-Westfalen				
1949	8	•	8	•	1949	24	•	24	•
1954	10	2 447,5	10	25	1954	41	2 832,4	112	411
1964	6	5 010,8	6	25	1964	34	3 279,5	87	383
1967	5	5 285,8	5	24	1967	28	3 615,0	81	351
1976	5	5 302,9	7	44	1976	27	4 263,8	65	348
1981	5	5 280,2	10	57	1981	28	4 518,1	60	372
1985	5	5 641,0	10	52	1985	28	4 563,3	59	385
1989	5	4 840,6	10	45	1989	27	4 591,5	54	420
1991	5	5 316,6	10	53	1991	26	4 591,0	53	418
1993	4	5 068,8	9	54	1993	23	4 239,2	52	413
1995	4	4 957,7	9	53	1995	23	4 264,3	54	411
1997	4	4 957,6	9	53	1997	23	4 198,6	53	412
1999	4	4 960,3	8	45	1999	23	4 103,1	50	412
2001	5	4 937,5	8	45	2001	24	4 119,4	51	428
Hessen					Rheinland-Pfalz				
1949	14	•	14	•	1949	7	•	7	•
1954	30	1 224,0	84	144	1954	13	659,7	23	89
1964	26	1 316,3	86	155	1964	12	717,3	22	98
1967	22	1 330,3	83	158	1967	9	716,6	20	82
1976	14	1 416,3	31	93	1976	5	715,9	8	49
1981	15	1 541,1	33	98	1981	5	762,4	9	50
1985	15	1 594,2	47	120	1985	5	768,0	10	50
1989	13	1 530,9	42	122	1989	5	770,0	9	58
1991	14	1 592,3	41	123	1991	5	775,3	9	59
1993	14	1 578,4	40	122	1993	5	766,2	9	59
1995	14	1 589,0	44	107	1995	5	784,9	9	58
1997	14	1 545,7	40	98	1997	5	776,7	8	57
1999	14	1 555,3	37	97	1999	5	771,8	8	57
2001	14	1 519,5	30	92	2001	5	771,5	9	59
Mecklenburg-Vorpommern					Saarland				
1954	(6)	•	(6)	•	1949	(5)	•	(5)	•
1989	6	781,9	6	51	1954	(4)	•	(4)	•
1991	5	608	6	39	1964	2	176,8	2	14
1993	3	554,3	4	35	1967	1	157,1	1	9
1995	3	533,0	4	35	1976	1	199,8	2	12
1997	3	498,6	4	36	1981	1	203,2	2	12
1999	3	471,7	4	36	1985	1	201,9	2	12
2001	3	443,6	4	36	1989	1	199,1	2	14
					1991	1	197,1	2	14
					1993	1	192,6	2	14
					1995	1	194,2	2	13
					1997	1	193,8	2	13
					1999	1	185,7	2	13
					2001	1	182,1	2	13

② Publizistische Einheiten nach Ländern 1949 bis 2001 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben
Sachsen				
1954	(8)	•	(8)	•
1989	8	1 902,1	9	73
1991	9	1 759,1	10	72
1993	4	1 315,2	7	52
1995	4	1 280,5	9	60
1997	4	1 176,5	8	61
1999	4	1 099,7	8	61
2001	4	1 013,5	11	59
Sachsen-Anhalt				
1954	(5)	•	(5)	•
1989	4	1 138,0	4	53
1991	4	938,9	4	46
1993	3	836,0	3	35
1995	2	735,4	2	38
1997	2	718,0	3	37
1999	2	663,4	3	37
2001	2	614,7	3	37
Schleswig-Holstein				
1949	10	•	10	•
1954	13	453,6	39	76
1964	13	479,0	37	66
1967	12	433,2	36	58
1976	10	485,8	25	56
1981	8	495,1	22	49
1985	8	480,5	20	46
1989	6	476,6	16	46
1991	6	489,9	17	47
1993	6	495,7	16	47
1995	6	488,6	14	41
1997	6	483,1	14	41
1999	6	493,4	13	43
2001	5	490,4	10	43

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Aufl. in Tsd	In Publizist. Einh. koop. Verl. als Hrsg.	Ausgaben
Thüringen				
1954	(6)	•	(6)	•
1989	6	954,2	6	54
1991	7	823,7	7	73
1993	5	665,2	5	49
1995	5	660,0	5	59
1997	5	647,2	5	51
1999	5	603,4	5	51
2001	5	552,5	6	52
BRD (alte Länder)				
1949	137	•	137	•
1954	225	13 365,3	624	1 500
1964	183	17 318,3	573	1 495
1967	158	18 042,8	535	1 416
1976	121	19 534,1	403	1 229
1981	124	20 436,3	392	1 258
1985	126	20 936,2	382	1 273
1989	119	20 284,5	358	1 344
Saarland				
1954	(4)	•	(4)	•
DDR				
1954	38	•	39	•
1989	37	9 641,7	38	291
Deutschland gesamt				
1991	158	27 340,1	410	1 673
1993	137	25 365,5	384	1 601
1995	135	25 004,2	381	1 617
1997	135	24 580,2	371	1 582
1999	135	24 148,8	355	1 581
2001	136	23 676,9	356	1 584

als weiterer Gesellschafter des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages („Flensburger Tagblatt“ u. a.) ist der „Holsteinische Courier“ auch redaktionell in den Flensburger Verbund integriert worden, indem er seinen eigenständigen „Mantel“ schon weitgehend aufgegeben hat, bevor eine für alle angeschlossenen Zeitungen vorgesehene gemeinsame Druckzentrale die Zusammenführung abschließt.

Neugründung „Financial Times Deutschland“ im Februar 2000

Mit dem erstmaligen Erscheinen von „Financial Times Deutschland“ am 21. Februar 2000 ist das Verlagshaus Gruner + Jahr das – in Deutschland seit langem eher seltene – Wagnis einer Zeitungsneugründung eingegangen. Zwar dominiert im Angebot der „Financial Times Deutschland“ der Bereich Wirtschaft und Finanzen eindeutig, doch wird mit der Berücksichtigung anderer Themenfelder (wie Politik, Sport) das inhaltliche Angebot ausgeweitet; die Voraussetzung einer aktuellen Universalität im Zeitungsinhalt ist damit vorhanden.

„Handelsblatt“ erweiterte Themenspektrum und gilt daher als Tageszeitung

Diese Eigenschaft war in der Vergangenheit für das „Handelsblatt“ (Düsseldorf) nicht gegeben. (5) Es entsprach dem Typ der mehrmals wöchentlich erscheinenden Wirtschaftsfachzeitschrift und erfüllte

infolgedessen seit seiner Gründung 1946 nicht die Voraussetzungen, in einer Zeitungsstatistik gezählt zu werden. Im Wettbewerb mit der neu gegründeten „Financial Times Deutschland“ verbreiterte jedoch das „Handelsblatt“ im Berichtszeitraum seine Berichterstattung um Beiträge, die nicht primär wirtschaftsbezogen sind, sondern das Kriterium universeller Thematik weitgehend erfüllen. (6) Deshalb konnte das „Handelsblatt“ als „Publizistische Einheit“ ebenfalls in die Gruppe der überregionalen Zeitungen aufgenommen werden.

Einen Gründungsboom wie zwischen 1999 und 2001 mit weiteren fünf neu geschaffenen „Publizistischen Einheiten“ hatte es seit 1990/91 in Deutschland nicht gegeben. Angesichts der hohen Schranken für einen Marktzutritt waren jedoch die Chancen für eine dauerhafte Existenz von vornherein als eher gering zu veranschlagen. Alle diese Neugründungen haben nach kurzer Zeit aufgegeben.

Fünf weitere Zeitungsneugründungen sind an hohen Marktzutrittschranken gescheitert

③ Publizistische Einheiten nach Auflagengrößenklassen 1954 bis 2001¹⁾

Auflagengrößenklassen	1954 (Dez.)				1964 (Nov.)				1976 (Juli)			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	225	100,0	13 365,3	100,0	183	100,0	17 318,3	100,0	121	100,0	19 534,1	100,0
davon bis 1 000	1	0,4	0,8	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	6	2,7	10,2	0,1	1	0,5	1,4	0,0	-	-	-	-
2 001- 5 000	10	4,4	37,5	0,3	4	2,2	13,9	0,1	1	0,8	3,0	0,0
5 001- 10 000	21	9,3	167,2	1,3	13	7,1	88,5	0,5	1	0,8	7,1	0,0
10 001- 20 000	38	16,9	550,1	4,1	31	17,0	469,8	2,7	5	4,1	83,6	0,4
20 001- 40 000	45	20,0	1 291,0	9,7	28	15,3	819,3	4,7	23	19,0	670,1	3,4
40 001- 60 000	36	16,0	1 747,3	13,0	25	13,7	1 191,9	6,9	16	13,2	821,3	4,2
60 001-100 000	33	14,7	2 568,3	19,2	35	19,1	2 776,1	16	17	14,1	1 307,9	6,7
100 001-150 000	17	7,6	2 023,7	15,1	24	13,1	3 066,7	17,7	16	13,2	1 907,7	9,8
150 001-200 000	11	4,9	1 864,1	14,0	7	3,8	1 249,1	7,2	16	13,2	2 755,5	14,1
200 001-250 000	4	1,8	877,0	6,6	7	3,8	1 580,5	9,1	11	9,1	2 491,8	12,8
über 250 000	3	1,0	2 228,1	16,7	7	3,8	6 061,1	35,0	15	12,4	9 485,5	48,6
ohne Angabe	-	-	-	-	1	0,5	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	1989 (April)				DDR 1989 (Okt.)				1991 (Sept.)			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	119	100,0	20 284,5	100,0	37	100,0	9 641,7	100,0	158	100,0	27 340,1	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,6	1,5	0,0
2 001- 5 000	1	0,8	3,0	0,0	1	2,7	2,4	0,0	1	0,6	3,0	0,0
5 001- 10 000	1	0,8	7,2	0,0	-	-	-	-	1	0,6	7,1	0,0
10 001- 20 000	6	5,0	94,2	0,5	1	2,7	18,4	0,2	11	7,0	178,1	0,7
20 001- 40 000	17	14,3	500,0	2,5	8	21,6	236	2,4	21	13,3	594,4	2,2
40 001- 60 000	11	9,2	514,8	2,5	2	5,4	113,2	1,2	18	11,3	889,2	3,3
60 001-100 000	19	16,0	1 442,9	7,1	5	13,5	358,4	3,7	18	11,3	1 406,7	5,1
100 001-150 000	20	16,8	2 491,9	12,3	1	2,7	114,0	1,2	26	16,5	3 204,4	11,7
150 001-200 000	17	14,3	2 994,3	14,8	1	2,7	178,5	1,9	21	13,3	3 665,1	13,4
200 001-250 000	10	8,4	2 276,1	11,2	5	13,5	1 062,9	11,0	14	8,9	3 216,4	11,8
über 250 000	17	14,3	9 960,4	49,1	13	35,1	7 557,9	78,4	26	16,5	14 174,2	51,8
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	1993 (Okt.)				1999 (Mai)				2001 (Juli)			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	137	100,0	25 365,5	100,0	135	100,0	24 148,8	100,0	136	100,0	23 676,9	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	1	0,7	1,5	0,0	1	0,7	1,4	0,0	1	0,7	1,5	0,0
2 001- 5 000	1	0,7	3,0	0,0	1	0,7	4,9	0,0	1	0,7	4,9	0,0
5 001- 10 000	1	0,7	6,9	0,0	2	1,5	13,9	0,1	2	1,5	12,8	0,1
10 001- 20 000	6	4,4	93,3	0,4	7	5,2	110,5	0,5	6	4,4	90,5	0,4
20 001- 40 000	14	10,2	445,7	1,8	12	8,9	374,4	1,6	13	9,6	393,3	1,7
40 001- 60 000	12	8,8	567,4	2,2	12	8,9	586,9	2,4	13	9,6	652,1	2,8
60 001-100 000	22	16,1	1 708,1	6,7	22	16,3	1 724,0	7,1	21	15,4	1 605,8	6,8
100 001-150 000	18	13,1	2 230,1	8,8	22	16,3	2 818,4	11,7	23	16,9	2 901,2	12,2
150 001-200 000	23	16,8	3 988,7	15,7	23	17,0	4 085,2	16,9	24	17,6	4 170,5	17,6
200 001-250 000	14	10,2	3 145,6	12,4	10	7,4	2 294,5	9,5	9	6,6	2 064,4	8,7
über 250 000	25	18,2	13 175,2	51,9	23	17,0	12 134,7	50,2	23	16,9	11 779,9	49,8
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1) Bis 1989 BRD West, ab 1991 einschl. neue Bundesländer.

Zweite Abonnementzeitung für Freiburg bestand nur wenige Monate – Verteilungen wurden wieder eingestellt

Die kurzfristige Episode einer zweiten Abonnementzeitung für Freiburg im Breisgau, die als „zus.“ dort vom 22. Januar bis zum 14. April 2001 herausgebracht wurde, hat eine lange Vorgeschichte: Seit dem 9. November 1997 gab Michael Zäh zunächst in Freiburg die „Zeitung zum Sonntag“

heraus, die – mit deutlichem Anspruch auf redaktionelle Qualität – mehr als nur ein kostenlos verteiltes Anzeigenblatt sein sollte. Das Angebot stieß auf solche Akzeptanz, dass entsprechende Sonntagszeitungen für weitere 20 Standorte geplant und – nach Einstieg des Hauses Gruner + Jahr im Mai 1998 in das Unternehmen – in Karlsruhe und Heilbronn auch realisiert wurden. (7)

④ Publizistische Einheiten nach Ländern und Auflagengrößeklassen 2001

Auflagengrößeklassen	Baden-Württemberg				Bayern				Berlin				Brandenburg			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	17	100,0	2 251,2	100,0	24	100,0	2 967,9	100,0	9	100,0	1 432,9	100,0	3	100,0	470	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	1	4,2	6,3	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	2	8,3	33,8	1,1	1	11,1	14,5	1,0	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	5	20,8	144,1	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	5	29,4	218,3	9,7	-	-	-	-	2	22,2	116,4	8,1	-	-	-	-
60 001-100 000	1	5,9	69,4	3,1	6	25	500,6	16,9	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	4	23,5	490,3	21,8	4	16,7	556,8	18,8	1	11,1	148,8	10,4	2	66,7	272,2	57,9
150 001-200 000	5	29,4	834,6	37,1	2	8,3	344,7	11,6	2	22,2	363,1	25,3	1	33,3	197,8	42,1
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	2	11,8	638,6	28,4	4	16,7	1 381,6	46,6	3	33,3	790,1	55,1	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Bremen				Hamburg				Hessen				Mecklenburg-Vorpommern			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	3	100,0	337,4	100,0	5	100,0	4 937,5	100,0	14	100,0	1 519,5	100,0	3	100,0	443,6	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	1	33,3	26,6	7,9	-	-	-	-	3	21,4	86,7	5,7	-	-	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-	4	28,6	221	14,5	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	2	40,0	133,9	2,7	2	14,3	165,5	10,9	-	-	-	-
100 001-150 000	1	33,3	139,6	41,4	1	20,0	119,1	2,4	2	14,3	213,8	14,1	2	66,7	252,6	56,9
150 001-200 000	1	33,3	171,2	50,7	-	-	-	-	1	7,1	192,2	12,6	1	33,3	191,0	43,1
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1	231,7	15,2	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	2	40,0	4 684,5	94,9	1	7,1	408,6	26,9	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Niedersachsen				Nordrhein-Westfalen				Rheinland-Pfalz				Saarland			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	12	100,0	1 572,8	100,0	24	100,0	4 119,4	100,0	5	100,0	771,5	100,0	1	100,0	182,1	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	1	4,2	4,9	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	1	8,3	11,3	0,7	-	-	-	-	1	20,0	14,4	1,9	-	-	-	-
20 001- 40 000	1	8,3	32,9	2,1	2	8,3	76,9	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	1	8,3	43,1	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	3	25,0	199,0	12,7	6	25,0	449,3	10,9	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	1	8,3	100,1	6,3	2	8,3	271,8	6,6	1	20,0	100,3	13,0	-	-	-	-
150 001-200 000	3	25,0	519,3	33,0	5	20,8	850	20,6	1	20,0	173,5	22,5	1	100,0	182,1	100,0
200 001-250 000	1	8,3	243,3	15,5	3	12,5	640,5	15,5	2	40,0	483,3	62,6	-	-	-	-
über 250 000	1	8,3	423,8	26,9	5	20,8	1 826,0	44,3	-	-	-	-	-	-	-	-

Fortsetzung nächste Seite

Zunächst gelang es, eine entscheidende rechtliche Hürde zu nehmen, als am 16. April 1999 das Landgericht Freiburg zugunsten der „Zeitung zum Sonntag“ den Rechtsstreit entschied, den das Verlagshaus Axel Springer im Interesse seiner eigenen (verkauften) Sonntagszeitungen gegen die (verteilte) Sonntagszeitung angestrengt hatte. Doch bereits nach gut einem Jahr beendete Gruner + Jahr am 21. September 1999 wegen fehlender Entwicklungsperspektiven sein Engagement in Freiburg;

kurz danach hat Zäh die Ausgaben in Heilbronn und Karlsruhe wieder eingestellt. Stattdessen entwickelte er neue Pläne, die Freiburger Aktivitäten auszubauen: Vom Frühjahr 2000 an sollte „zus.“ zusätzlich viermal wöchentlich dienstags bis freitags nachmittags verteilt werden. Das ließ sich

④ **Publizistische Einheiten nach Ländern und Auflagengrößeklassen 2001 (Fortsetzung)**

Auflagengrößeklassen	Sachsen				Sachsen-Anhalt				Schleswig-Holstein			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	4	100,0	1 013,5	100,0	2	100,0	614,7	100,0	5	100,0	490,4	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	1	25,0	1,5	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	6,5	1,3
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	26,1	5,3
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	2	40,0	235,8	48,1
150 001-200 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	222,0	45,3
über 250 000	3	75,0	1 012,0	99,9	2	100,0	614,7	100,0	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Thüringen				Deutschland gesamt			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	5	100,0	552,5	100,0	136	100,0	23 676,9	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	1	0,7	1,5	0,0
2 001- 5 000	-	-	-	-	1	0,7	4,9	0,0
5 001- 10 000	-	-	-	-	2	1,5	12,8	0,1
10 001- 20 000	1	20,0	16,5	3,0	6	4,4	90,5	0,4
20 001- 40 000	-	-	-	-	13	9,6	393,3	1,7
40 001- 60 000	1	20,0	53,3	9,6	13	9,6	652,1	2,8
60 001-100 000	1	20,0	88,1	15,9	21	15,4	1 605,8	6,8
100 001-150 000	-	-	-	-	23	16,9	2 901,2	12,2
150 001-200 000	1	20,0	151	27,3	24	17,6	4 170,5	17,6
200 001-250 000	1	20,0	243,6	44,1	9	6,6	2 064,4	8,7
über 250 000	-	-	-	-	23	16,9	11 779,9	49,8

⑤ **Verlage als Herausgeber nach Ländern 1949 bis 2001**

Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd	Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd
Baden-Württemberg				Bayern			
1949	28	•	•	1949	27	•	•
1954	111	243	1 597,3	1954	148	317	2 071,3
1964	101	243	1 794,3	1964	141	311	2 120,2
1967	94	237	1 847,6	1967	127	304	2 241,1
1976	71	206	2 080,9	1976	98	259	2 631,2
1981	69	200	2 230,2	1981	97	259	2 835,2
1985	67	194	2 265,2	1985	97	266	2 900,8
1989	63	209	2 316,7	1989	90	267	2 959,2
1991	63	210	2 352,1	1991	88	269	3 008,2
1993	63	210	2 324,4	1993	86	266	2 978,8
1995	62	217	2 334,7	1995	83	267	2 971,3
1997	62	214	2 309,8	1997	82	259	2 964,6
1999	60	220	2 280,5	1999	79	259	2 963,1
2001	71	218	2 226,8	2001	74	256	2 954,4
				Berlin			
				1949	7	•	•
				1954	10	23	785,3
				1964	8	14	908,3
				1967	7	10	850,3
				1976	6	8	700,4

Fortsetzung nächste Seite

⑤ Verlage als Herausgeber nach Ländern 1949 bis 2001 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd	Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd
Berlin				Hessen			
1981	7	11	705,9	1949	14	•	•
1985	6	11	696,8	1954	63	126	1 216,7
1989	6	9	667,1	1964	61	137	1 292,6
1991	15	28	2 053,9	1967	56	137	1 303,4
1993	10	30	1 470,0	1976	43	106	1 468,3
1995	9	27	1 420,1	1981	42	108	1 582,1
1997	9	25	1 401,6	1985	42	116	1 611,0
1999	9	25	1 355,0	1989	41	123	1 582,2
2001	9	31	1 311,6	1991	40	119	1 615,5
Berlin (Ost)				1993	39	119	1 600,5
1954	(9)	•	•	1995	41	105	1 576,3
1989	9	18	3 986,8	1997	40	101	1 569,5
Brandenburg				1999	37	100	1 571,8
1954	(5)	•	•	2001	32	94	1 524,9
1989	5	43	882,4	Mecklenburg-Vorpommern			
1991	8	46	716,2	1954	(6)	•	•
1993	5	44	662,3	1989	6	51	781,9
1995	5	47	628,1	1991	7	39	609,3
1997	5	46	596,0	1993	5	36	560,6
1999	5	49	550,8	1995	5	36	538,3
2001	5	45	511,9	1997	5	37	502,7
Bremen				1999	4	36	471,7
1949	2	•	•	2001	4	36	443,6
1954	4	4	175,3	Niedersachsen			
1964	4	5	233,7	1949	10	•	•
1967	4	6	244,1	1954	97	184	1 162,2
1976	3	11	270,9	1964	89	188	1 302,0
1981	3	13	291,0	1967	89	185	1 318,7
1985	3	13	280,1	1976	68	126	1 431,5
1989	3	18	273,3	1981	65	124	1 556,3
1991	3	18	273,3	1985	64	131	1 578,5
1993	3	18	268,5	1989	60	134	1 609,3
1995	3	26	267,6	1991	58	140	1 669,0
1997	3	26	263,0	1993	57	134	1 654,4
1999	3	26	258,3	1995	58	139	1 670,9
2001	3	26	252,8	1997	58	137	1 662,7
Hamburg				1999	55	134	1 651,6
1949	8	•	•	2001	55	129	1 610,7
1954	10	23	2 447,5	Nordrhein-Westfalen			
1964	7	30	5 032,0	1949	24	•	•
1967	6	29	5 308,5	1954	108	405	2 811,5
1976	5	42	5 282,3	1964	86	382	3 272,0
1981	5	48	5 226,9	1967	79	349	3 603,0
1985	5	43	5 589,5	1976	65	348	4 251,1
1989	6	38	4 801,7	1981	60	372	4 502,8
1991	6	46	5 278,3	1985	58	384	4 545,9
1993	6	48	5 040,1	1989	54	420	4 591,5
1995	5	46	4 918,8	1991	52	415	4 571,2
1997	5	46	4 919,3	1993	51	412	4 223,4
1999	5	42	4 940,1	1995	53	410	4 248,4
2001	6	43	4 919,9	1997	52	411	4 182,8
				1999	49	411	4 087,7
				2001	50	427	4 104,8

Fortsetzung nächste Seite

⑤ Verlage als Herausgeber nach Ländern 1949 bis 2001 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd.	Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd.
Rheinland-Pfalz				Schleswig-Holstein			
1949	7	•	•	1989	20	53	523,1
1954	36	101	647,2	1991	20	53	527,0
1964	31	93	655,6	1993	19	53	528,2
1967	29	78	661,0	1995	17	48	524,2
1976	16	55	723,1	1997	17	48	519,0
1981	16	55	766,6	1999	16	47	515,6
1985	14	50	746,7	2001	12	46	510,2
1989	13	60	770,8	Thüringen			
1991	12	60	774,6	1954	(6)	•	•
1993	12	60	765,1	1989	6	54	954,2
1995	11	58	779,1	1991	12	84	880,8
1997	10	57	772,8	1993	8	57	709,0
1999	10	57	766,7	1995	10	68	712,8
2001	8	59	772,3	1997	6	54	658,8
Saarland				1999	6	54	615,0
1949	(5)	•	•	2001	7	55	562,7
1954	(4)	•	•	BRD (alte Länder)			
1964	5	23	213,9	1949	137	•	•
1967	4	18	193,9	1954	624	1 500	13 365,3
1976	1	10	188,0	1964	572	1 494	17 313,8
1981	1	10	190,9	1967	534	1 415	18 042,8
1985	1	10	189,7	1976	402	1 228	19 531,0
1989	1	12	186,8	1981	391	1 257	20 433,1
1991	1	12	184,9	1985	381	1 272	20 933,1
1993	1	12	180,5	1989	357	1 343	20 281,7
1995	1	11	182,2	Saarland			
1997	1	11	182,0	1954	(4)	•	•
1999	1	11	175,2	DDR			
2001	1	11	171,7	1954	39	•	•
Sachsen				1989	38	291	9 641,7
1954	(8)	•	•	Deutschland gesamt			
1989	8	72	1 898,4	1991	409	1 672	27 337,2
1991	16	79	1 799,4	1993	383	1 600	25 362,8
1993	12	58	1 489,8	1995	380	1 616	25 001,4
1995	12	65	1 418,9	1997	370	1 581	24 577,3
1997	11	67	1 324,5	1999	354	1 580	24 146,2
1999	11	67	1 246,5	2001	355	1 583	23 674,5
2001	14	65	1 150,4	Ausland (Dänemark)			
Sachsen-Anhalt				1949	•	•	•
1954	(5)	•	•	1954	•	•	•
1989	4	53	1 138,0	1964	1	1	4,5
1991	8	54	1 023,5	1967	1	1	•
1993	6	43	907,2	1976	1	1	3,1
1995	5	46	809,7	1981	1	1	3,2
1997	4	42	754,2	1985	1	1	3,1
1999	4	42	696,6	1989	1	1	2,8
2001	4	42	645,8	1991	1	1	2,9
Schleswig-Holstein				1993	1	1	2,7
1949	10	•	•	1995	1	1	2,8
1954	37	74	450,0	1997	1	1	2,9
1964	39	68	499,2	1999	1	1	2,6
1967	39	62	471,2	2001	1	1	2,4
1976	26	57	503,0				
1981	26	57	545,2				
1985	24	54	528,9				

⑤ Verlage als Herausgeber nach Ländern 1949 bis 2001 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd
Gesamt ¹⁾			
1949	137	•	•
1954	624	1 500	13 365,3
1964	573	1 495	17 318,3
1967	535	1 416	18 042,8
1976	403	1 229	19 534,1
1981	392	1 258	20 436,3
1985	382	1 273	20 936,2
1989	358	1 344	20 284,5
1991	410	1 673	27 340,1
1993	384	1 601	25 365,5
1995	381	1 617	25 004,2
1997	371	1 582	24 580,2
1999	355	1 581	24 148,8
2001	356	1 584	23 676,9

1) 1949 und 1954 ohne Saarland; 1949-1989 ohne DDR und Berlin (Ost).

ebenso wenig verwirklichen wie eine für den 2. Mai 2000 angekündigte „Zeitung zum Abend“, die ebenfalls viermal wöchentlich verteilt werden sollte, dann aber in nur noch zwei Ausgaben je Woche bis November 2000 „gesteckt“ und schließlich eingestellt wurde.

Die daraufhin konsequent betriebene Umkehrung der Verlagspolitik des Freiburger Unternehmens, nun auf eine neue Abonnementzeitung und zusätzliche Gratifikationen über einen langfristig vorausbezahlten Bezugspreis zu setzen, war ebenso wenig erfolgreich. Die dienstags bis sonnabends erscheinende „zus.“ konnte nur drei Monate lang das von der „Badischen Zeitung“ dominierte Zeitungsangebot erweitern. Ihr Ende riss dann auch die weiterhin sonntags verteilte „zus.“ in erhebliche publizistische und wirtschaftliche Schwierigkeiten.

„15 Uhr aktuell“ musste trotz Expansion Insolvenzverfahren beantragen

Rückblickend ist zu konstatieren, wie wenig Gegenreaktionen – abgesehen von den üblichen vor Gericht ausgetragenen Differenzen über die Zulässigkeit solcher Angebote – die erste in Deutschland angebotene „Verteilzeitung“ (8) ausgelöst hat. (9) Seit dem 16. Oktober 1998 wurde „15 Uhr aktuell“ in Berlin verteilt; am 19. April 1999 traten eine Hamburger, am 18. Oktober 1999 eine Münchner Ausgabe hinzu, wodurch sich die verteilte Auflage von „15 Uhr aktuell“ auf 250 000 Stück erhöhte. Bereits am 21. Februar 2000 kam für „15 Uhr aktuell“ durch Insolvenz das endgültige Aus: Die wirtschaftlichen Probleme einer ausschließlich durch Anzeigen finanzierten Zeitung hatten sich nicht ausräumen lassen.

„Kölner Zeitungskrieg“ begann mit kostenloser Verteilung von „20 Minuten Köln“ durch Schibsted

Zu diesem Zeitpunkt tobte seit einem Vierteljahr der „Kölner Zeitungskrieg“: Am 13. Dezember 1999 hatte der norwegische Pressekonzern Schibsted „20 Minuten Köln“ in die Selbstbedienungskästen an Kölner Bahnhofstestellen und Geschäftszentren gebracht – der zweite Versuch nach „15 Uhr aktuell“, Zeitungen nicht mehr zu verkaufen, sondern zu verteilen. Die Startauflage betrug für

das montags bis freitags erscheinende Blatt 150 000 Stück. Wegen seiner wirtschaftlichen Bedeutung bei hoher Einwohnerzahl mit entsprechender Mobilität wurde ausdrücklich Köln dafür ausgewählt, das Testgebiet für den Schritt in weitere deutsche Großstädte zu sein. Doch anders als in Berlin löste dieser Marktzutritt massive Gegenreaktionen bei den in Köln unmittelbar betroffenen Verlagen aus: DuMont Schauberg mit zwei Abonnementzeitungen („Kölner Stadt-Anzeiger“, „Kölnische Rundschau“) und einer Kaufzeitung („Express“), Axel Springer Verlag AG mit „Bild Köln“.

Schon am selben Tag, an dem „20 Minuten Köln“ zum ersten Mal erschien, startete Springer „Köln extra“, während DuMont Schauberg vom 14. bis 21. Dezember 1999 eine als „Leseprobe“ bezeichnete Kurzfassung von „Express“ verteilte, die der Verlag durch Gutscheine für ein kostenlos abzugebendes „Express“-Exemplar ablöste.

Springer und DuMont Schauberg reagierten mit Konkurrenzblättern

Aufgrund einer einstweiligen Verfügung, die Springer am 21. Dezember 1999 gegen „20 Minuten Köln“ erwirkt hatte, erschien dann „20 Minuten Köln“ als „kostenlose Probeausgabe“, nach einer erneuten einstweiligen Verfügung am 23. Dezember 1999 musste „20 Minuten Köln“ auf die lokale und regionale Berichterstattung ganz verzichten; die entsprechenden Seiten blieben unbedruckt. Als am 6. Januar 2000 der „Kölner Morgen“ als völlig neu konzipiertes „Gegenblatt“ aus dem Hause DuMont Schauberg starten sollte, stellten sowohl „20 Minuten Köln“ als auch „Köln extra“ ihr Erscheinen wieder ein. Doch damit war der Kölner Zeitungskrieg nur kurzzeitig unterbrochen. Das Landgericht Köln entschied am 3. Februar gegen DuMont Schauberg, das Landgericht Berlin am 11. Februar gegen Springer und damit für das Projekt von Schibsted. Am 14. Februar 2000 suchten „20 Minuten Köln“ erneut, „Kölner Morgen“ erstmalig ihre Leserschaft, „Köln extra“ folgte einen Tag später.

Rechtliche Auseinandersetzungen

Ein Jahr nach dem Auftritt von „20 Minuten Köln“ hatten sich im Dezember 2000 die verteilten Auflagen von „Köln extra“ und „Kölner Morgen“ bei 80 000 bis 120 000, von „20 Minuten Köln“ bei 130 000 Stück eingependelt. Die Einwohner Kölns erhielten damit an fünf Tagen der Woche in sieben Zeitungen mit je eigener Vollredaktion lokale Informationen. Ganz offensichtlich erreichten die Verteilzeitungen ein spezifisches Publikum, da die Auflageneinbußen der entgeltlichen Blätter minimal blieben.

Verteilzeitungen erreichten spezifisches Publikum

Als im Februar 2001 sich die Anzeichen verdichteten, Schibsted wolle noch im Frühjahr 2001 sein in Köln erprobtes Modell kostenloser Zeitungen auf Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, München und Berlin ausweiten, gab es aus dem Verlagshaus Axel Springer Hinweise, in diesen Städten ebenfalls Zeitungen nach dem Vorbild von „Köln extra“ zu verteilen. Auch im Verlag Gruner + Jahr hat man Pläne für ein Objekt „24 Stunden Berlin“ disku-

Schibsteds weitere Expansionspläne lösten Gegenreaktion der Konkurrenz aus

⑥ Verlage als Herausgeber nach Auflagengrößenklassen 1954 bis 2001¹⁾

Auflagengrößenklassen	1954 (Dez.) Verlage als Herausgeber				1964 (Nov.) Verlage als Herausgeber				1976 (Juli) Verlage als Herausgeber			
	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	
Insgesamt	624	100,0	13 365,3	100,0	573	100,0	17 318,3	100,0	403	100,0	19 534,1	100,0
davon bis 1 000	25	4,0	20,8	0,2	19	3,3	14,9	0,1	7	1,7	4,9	0,0
1 001 - 2 000	80	12,8	120,2	0,9	69	12,0	101,2	0,6	27	6,7	41,7	0,2
2 001 - 5 000	172	27,6	571,0	4,3	127	22,2	429,8	2,5	55	13,6	194,2	1,0
5 001 - 10 000	116	18,6	834,2	6,2	113	19,7	785,1	4,5	92	22,8	674,6	3,5
10 001 - 20 000	84	13,5	1 170,0	8,7	85	14,8	1 221,2	7,1	77	19,1	1 092,1	5,6
20 001 - 40 000	59	9,5	1 698,7	12,7	57	10,0	1 586,7	9,2	55	13,6	1 562,7	8,0
40 001 - 60 000	22	3,5	1 029,5	7,7	22	3,8	1 017,7	5,9	23	5,7	1 131,5	5,8
60 001 - 100 000	23	3,7	1 815,2	13,6	29	5,1	2 352,8	13,6	17	4,2	1 320,6	6,8
100 001 - 150 000	16	2,6	1 852,8	13,9	18	3,1	2 261,6	13,0	15	3,7	1 791,8	9,2
150 001 - 200 000	9	1,4	1 503,6	11,2	4	0,7	705,9	4,1	18	4,5	2 997,2	15,3
200 001 - 250 000	4	0,6	854,2	6,4	8	1,4	1 814,3	10,5	6	1,5	1 358,1	7,0
über 250 000	2	0,3	1 895,1	14,2	4	0,7	5 027,1	29,0	10	2,5	7 364,6	37,7
ohne Angabe	12	1,9	-	-	18	3,1	-	-	1	0,2	-	-
Auflagengrößenklassen	1989 (April) Verlage als Herausgeber				DDR 1989 (Okt.) Verlage als Herausgeber				1991 (Sept.) Verlage als Herausgeber			
	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	
Insgesamt	358	100,0	20 284,5	100,0	38	100,0	9 641,7	100,0	410	100,0	27 340,1	100,0
davon bis 1 000	3	0,8	2,7	0,0	-	-	-	-	1	0,2	1,0	0,0
1 001 - 2 000	15	4,2	24,2	0,1	-	-	-	-	12	2,9	19,1	0,1
2 001 - 5 000	34	9,5	109,8	0,5	2	5,3	6,1	0,0	38	9,3	123,7	0,5
5 001 - 10 000	74	20,7	531,1	2,6	-	-	-	-	86	21,0	634,1	2,3
10 001 - 20 000	80	22,3	1 119,6	5,5	1	2,6	18,4	0,2	85	20,7	1 240,5	4,5
20 001 - 40 000	57	15,9	1 630,7	8,0	8	21,1	236,0	2,4	64	15,6	1 800,5	6,6
40 001 - 60 000	23	6,4	1 096,1	5,4	2	5,3	113,2	1,2	28	6,8	1 331,3	4,9
60 001 - 100 000	17	4,7	1 282,2	6,3	5	13,2	354,7	3,7	22	5,4	1 706,2	6,2
100 001 - 150 000	20	5,6	2 444,9	12,1	1	2,6	114,0	1,2	22	5,4	2 731,6	10,0
150 001 - 200 000	19	5,3	3 296,8	16,3	1	2,6	178,5	1,9	23	5,6	3 932,3	14,4
200 001 - 250 000	7	2,0	1 534,7	7,6	5	13,2	1 062,9	11,0	11	2,7	2 447,0	9,0
über 250 000	9	25,0	7 211,7	35,6	13	34,2	7 557,9	78,4	18	4,4	11 372,8	41,6
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auflagengrößenklassen	1993 (Okt.) Verlage als Herausgeber				1999 (Mai) Verlage als Herausgeber				2001 (Juli) Verlage als Herausgeber			
	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	
Insgesamt	384	100,0	25 365,9	100,0	355	100,0	24 148,8	100,0	356	100,0	23 676,9	100,0
davon bis 1 000	1	0,3	0,9	0,0	2	0,6	1,9	0,0	2	0,6	1,8	0,0
1 001 - 2 000	10	2,9	15,6	0,1	8	2,3	11,9	0,0	5	1,4	7,5	0,0
2 001 - 5 000	35	9,1	112,5	0,4	30	8,5	101,3	0,4	26	7,3	91,1	0,4
5 001 - 10 000	79	20,5	589,5	2,3	65	18,3	478,8	2,0	71	19,9	537,7	2,3
10 001 - 20 000	78	20,3	1 112,6	4,4	79	22,3	1 136,4	4,7	77	21,6	1 109,7	4,7
20 001 - 40 000	63	16,4	1 792,5	7,1	55	15,5	1 561,8	6,5	56	15,7	1 562,5	6,6
40 001 - 60 000	25	6,5	1 180,2	4,7	24	6,8	1 169,6	4,8	28	7,9	1 377,1	5,8
60 001 - 100 000	22	5,7	1 651,7	6,5	22	6,2	1 674,7	6,9	21	5,9	1 586,5	6,7
100 001 - 150 000	21	5,5	2 648,8	10,4	23	6,5	2 860,2	11,8	24	6,7	2 952,3	12,5
150 001 - 200 000	25	6,5	4 284,3	16,9	25	7,0	4 308,0	17,8	26	7,3	4 397,0	18,6
200 001 - 250 000	9	2,3	1 977,3	7,8	9	2,5	2 046,9	8,5	8	2,2	1 853,6	7,8
über 250 000	16	4,2	10 000,0	39,4	13	3,7	8 797,3	36,4	12	3,3	8 200,1	34,6
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1) Bis 1989 BRD West, ab 1991 einschl. neue Bundesländer.

⑦ Verlage als Herausgeber nach Ländern und Auflagengrößeklassen 2001

Auflagengrößeklassen	Baden-Württemberg				Bayern				Berlin				Brandenburg			
	Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.	
	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %
Insgesamt	71	100,0	2 226,8	100,0	74	100,0	2 954,4	100,0	9	100,0	1 311,6	100,0	5	100,0	511,9	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	1	1,4	0,9	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001 - 2 000	2	2,8	2,7	0,1	1	1,4	1,3	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001 - 5 000	5	7,0	18,2	0,8	7	9,4	25,6	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001 - 10 000	16	22,6	121,9	5,5	21	28,4	162,0	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001 - 20 000	19	26,8	281,5	12,6	17	23,0	232,7	7,9	1	11,1	14,5	1,1	1	20,0	10,9	2,1
20 001 - 40 000	12	16,9	319,0	14,3	7	9,4	187,7	6,4	-	-	-	-	1	20,0	31,0	6,1
40 001 - 60 000	7	9,9	309,3	13,9	6	8,1	290,8	9,8	2	22,2	116,4	8,9	-	-	-	-
60 001 - 100 000	2	2,8	150,8	6,8	5	6,8	384,7	13,0	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001 - 150 000	6	8,4	708,9	31,8	4	5,4	549,1	18,6	1	11,1	137,9	10,5	2	40,0	272,2	53,2
150 001 - 200 000	2	2,8	314,5	14,1	3	4,0	473,4	16,0	3	33,3	528,6	40,3	1	20,0	197,8	38,6
200 001 - 250 000	-	-	-	-	1	1,4	210,1	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	1	1,4	436,1	14,8	2	22,2	514,2	39,2	-	-	-	-
Auflagengrößeklassen	Bremen				Hamburg				Hessen				Mecklenburg -Vorpommern			
	Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.	
	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %
Insgesamt	3	100,0	252,8	100,0	6	100,0	4 919,9	100,0	32	100,0	1 524,9	100,0	4	100,0	443,6	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001 - 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001 - 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	4	12,5	12,8	0,8	-	-	-	-
5 001 - 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	10	31,2	72,7	4,8	-	-	-	-
10 001 - 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	5	15,6	81,6	5,4	1	25,0	12,5	2,8
20 001 - 40 000	1	33,3	26,6	10,5	2	33,3	43,9	0,9	3	9,4	79,9	5,2	-	-	-	-
40 001 - 60 000	1	33,3	55,0	21,8	-	-	-	-	4	12,5	214,5	14,1	-	-	-	-
60 001 - 100 000	-	-	-	-	1	16,7	72,4	1,5	2	6,2	173,4	11,4	-	-	-	-
100 001 - 150 000	-	-	-	-	1	16,7	119,1	2,4	1	3,1	107,2	7,0	2	50,0	240,1	54,1
150 001 - 200 000	1	33,3	171,2	67,7	-	-	-	-	2	6,2	374,2	24,5	1	25,0	191,0	43,1
200 001 - 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	2	33,3	4 684,5	95,2	1	3,1	408,6	26,8	-	-	-	-
Auflagengrößeklassen	Niedersachsen				Nordrhein-Westfalen				Rheinland-Pfalz				Saarland			
	Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.	
	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in Tsd	in %	in Tsd	in %
Insgesamt	55	100,0	1 610,7	100,0	50	100,0	4 104,8	100,0	8	100,0	772,3	100,0	1	100,0	171,7	100,0
davon bis 1 000	1	1,8	0,9	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001 - 2 000	1	1,8	2,0	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001 - 5 000	2	3,6	6,7	0,4	4	8,0	15,5	0,4	1	12,5	2,5	0,3	-	-	-	-
5 001 - 10 000	13	23,6	99,9	6,2	6	12,0	45,4	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001 - 20 000	15	27,3	204,2	12,7	6	12,0	103,6	2,5	2	25,0	24,8	3,2	-	-	-	-
20 001 - 40 000	14	25,4	401,4	24,9	9	18,0	267,2	6,5	1	12,5	22,6	2,9	-	-	-	-
40 001 - 60 000	3	5,5	137,9	8,6	4	8,0	199,9	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001 - 100 000	2	3,6	142,5	8,8	8	16,0	582,3	14,2	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001 - 150 000	1	1,8	128,3	8,0	2	4,0	256,9	6,3	1	12,5	100,3	13,0	-	-	-	-
150 001 - 200 000	3	5,5	486,9	30,2	6	12,0	984,5	24,0	1	12,5	161,4	20,9	1	100,0	171,7	100,0
200 001 - 250 000	-	-	-	-	2	4,0	474,8	11,6	2	25,0	460,7	59,7	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	3	6,0	1 174,7	28,6	-	-	-	-	-	-	-	-

Fortsetzung nächste Seite

tiert. Es kam zeitgleich zu Gesprächen zwischen Springer und Schibsted mit dem Ziel, die geplanten Aktivitäten zusammenzulegen, die die beiden Verlage jedoch am 13. März ohne Entscheidung beendeten. Ende März 2001 hat die Axel Springer Verlag AG ihre in Köln verteilte Zeitung nach

einem neuen Konzept erheblich umgestaltet, was nicht nur in der Titeländerung in „extra“ (dies als alleiniger Haupttitel, Köln nur noch als nachrangiger Zusatz im Titel) zum Ausdruck kam, sondern

⑦ **Verlage als Herausgeber nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001 (Fortsetzung)**

Auflagengrößenklassen	Sachsen Verlage				Sachsen-Anhalt Verlage				Schleswig-Holstein Verlage				Thüringen Verlage			
	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	14	100,0	1 150,4	100,0	4	100,0	645,8	100,0	12	100,0	510,2	100,0	7	100,0	562,7	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001 - 2 000	1	7,1	1,5	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001 - 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	2	16,7	7,4	1,4	-	-	-	-
5 001 - 10 000	1	7,1	6,9	0,6	-	-	-	-	3	25,0	21,2	4,2	1	14,3	7,7	1,4
10 001 - 20 000	4	28,6	52,4	4,6	1	25,0	18,7	2,9	3	25,0	45,6	8,9	2	28,6	26,7	4,7
20 001 - 40 000	4	28,6	128,8	11,2	1	25,0	31,1	4,8	1	8,3	23,3	4,6	-	-	-	-
40 001 - 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	14,3	53,3	9,4
60 001 - 100 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	14,3	80,4	14,3
100 001 - 150 000	1	7,1	110,4	9,6	-	-	-	-	2	16,7	221,9	43,4	-	-	-	-
150 001 - 200 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	8,3	190,8	37,4	1	14,3	151,0	26,8
200 001 - 250 000	2	14,3	464,4	40,4	-	-	-	-	-	-	-	-	1	14,3	243,6	43,3
über 250 000	1	7,1	386,0	3,6	2	50,0	596,0	92,3	-	-	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	Deutschland gesamt Verlage				Ausland Verlage				Deutschland mit Ausland gesamt Verlage			
	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	355	100,0	23 674,5	100,0	1	100,0	2,4	100,0	356	100,0	23 676,9	100,0
davon bis 1 000	2	0,6	1,8	0,0	-	-	-	-	2	0,6	1,8	0,0
1 001 - 2 000	5	1,4	7,5	0,0	-	-	-	-	5	1,4	7,5	0,0
2 001 - 5 000	25	7,0	88,7	0,4	1	100,0	2,4	100,0	26	7,3	91,1	0,4
5 001 - 10 000	71	20,0	537,7	2,3	-	-	-	-	71	19,9	537,7	2,3
10 001 - 20 000	77	21,7	1 109,7	4,7	-	-	-	-	77	21,6	1 109,7	4,7
20 001 - 40 000	56	15,8	1 562,5	6,6	-	-	-	-	56	15,7	1 562,5	6,6
40 001 - 60 000	28	7,9	1 377,1	5,8	-	-	-	-	28	7,9	1 377,1	5,8
60 001 - 100 000	21	5,9	1 586,5	6,7	-	-	-	-	21	5,9	1 586,5	6,7
100 001 - 150 000	24	6,8	2 952,3	12,5	-	-	-	-	24	6,7	2 952,3	12,5
150 001 - 200 000	26	7,3	4 397,0	18,6	-	-	-	-	26	7,3	4 397,0	18,6
200 001 - 250 000	8	2,2	1 853,6	7,8	-	-	-	-	8	2,2	1 853,6	7,8
über 250 000	12	3,3	8 200,1	34,6	-	-	-	-	12	3,3	8 200,1	34,6

die Absicht deutlich machte, bundesweite Auftritte auch an anderen Orten zu ermöglichen. (10)

„Kölner Zeitungskrieg“ im Juli 2001 mit Einstellung aller Verteilzeitungen beendet

Noch bevor am 11. Mai 2001 die Entscheidung, ob kostenlose Tageszeitungen zulässig seien, für Schibsted und gegen DuMont Schauberg erging, hatte Schibsted am 3. April 2001 mitgeteilt, seine Expansion in Deutschland zunächst zurückzustellen – offensichtlich unter dem Eindruck der auch von anderen deutschen Zeitungsverlagen bekundeten Bereitschaft, sich mit eigenen Verteilzeitungen gegen Konkurrenzgründungen zu wehren. Der „Kölner Zeitungskrieg“ endete innerhalb von drei Tagen: Am 11. Juli 2001 wurde letztmalig „20 Minuten Köln“ verteilt; dann stellten „extra“ am 12. Juli und „Kölner Morgen“ am 13. Juli 2001 ihr Erscheinen ein.

„Frankfurter Rundschau am Abend“ erschien nur wenige Monate

Episode blieb schließlich der Versuch der „Frankfurter Rundschau“, ihre am Vorabend des Erscheinentages verkaufte V(Voraus)-Ausgabe „Frankfurter Rundschau am Abend“ zu einer eigenständigen, von Montag bis Freitag mittags auf den Markt

kommenden Kaufzeitung für den Raum Frankfurt/Main aufzuwerten: weiterhin mit dem Anzeigenteil der „Frankfurter Rundschau“, jedoch mit einem eigenen, nicht mehr mit dem der „Frankfurter Rundschau“ identischen redaktionellen Teil. Erstmalig erschien „City“ am 28. April 2000; die letzte Ausgabe kam am 14. Juli 2001 heraus, weil die verkaufte Auflage bei nur 4 000 Stück stagnierte.

In der Kategorie der „Verlage als Herausgeber“ waren mit der Einstellung von drei Zeitungen auch deren Verlage aus der Statistik der Zeitungsunternehmen zu streichen: In Unterfranken erschienen am 15. Juli 2000 der „Bote vom Grabfeld“ (Bad Königshofen; Auflage 3 000 Stück) und am 31. März 2000 „Der Steigerwald-Bote“ (Gerolzhofen; Auflage 1 700 Stück) zum letzten Male und wurden durch Ausgaben der Würzburger „Main Post“ abgelöst; in Rheinland-Pfalz gibt es seit dem 1. Januar 2000 das „Saarburger Kreisblatt“ (dreimal wöchentlich; Auflage 1 300 Stück) nicht mehr.

Nach Veränderungen in den Eigentumsverhältnissen kommen seit März 2000 die „Kreisnachrichten“ (Calw; Auflage 12 700 Stück), seit Juni 2001

Einstellung von drei Zeitungen reduziert die Anzahl der „Verlage als Herausgeber“

die „Allgäuer Zeitung. Füssener Blatt“ (Auflage 11 000 Stück), seit 1. Januar 2000 die „Speyerer Tagespost“ (Auflage 5 400 Stück) und seit Ende 1999 die „Barmstedter Zeitung“ (Auflage 2 000 Stück) nicht mehr in je einem eigenen Verlag heraus, sondern werden als Ausgaben der übernehmenden Zeitungen – in Calw des „Schwarzwälder Boten“ (Oberndorf), in Füssen der „Allgäuer Zeitung“ (Kempten), in Speyer des „Mannheimer Morgen“ und in Barmstedt des „Pinneberger Tageblatts“ – weitergeführt.

Änderungen im Impressum durch Streichung bisheriger je eigener Herausgeber, die für das publizistische Angebot folgenlos blieben, sich jedoch auf die Zahl der „Verlage als Herausgeber“ statistisch auswirken, sind bei folgenden Titeln zu registrieren, die nur noch als Ausgaben ihrer bisherigen Kooperationspartner herausgebracht werden: Die „Hallertauer Zeitung“ (Mainburg) ist nun Ausgabe der „Landshuter Zeitung“, die „Schwabmünchner Allgemeine“ und die „Donau Zeitung“ (Dillingen) der „Augsburger Allgemeinen“, die „Odenwälder Heimatzeitung“ (Erbach) des „Darmstädter Echos“, die „Wetterauer Zeitung“ (Bad Nauheim) der „Gießener Allgemeinen“, das „Wiesbadener Tagblatt“ der „Allgemeinen Zeitung“ (Mainz), die „Ems-Zeitung“ (Papenburg) der „NOZ. Neuen Osnabrücker Zeitung“.

Umwandlung dreier Zeitungen in lokale Anzeiger

Dreimal wurden im Berichtszeitraum Zeitungen in lokale Anzeiger umgewandelt und erscheinen jetzt ohne aktuellen überörtlichen Teil: in Hessen der „Griesheimer Anzeiger“ (2x wöchentlich; Auflage 3 400 Stück), in Niedersachsen der „General-Anzeiger“ (Stadthagen; bis 30. April 2000 6x, dann nur noch 1x wöchentlich; Auflage 3 000 Stück) (11) und in Schleswig-Holstein der „Dithmarscher Kurier“ (Burg/Dithmarschen; 3x wöchentlich; Auflage 1 100 Stück), nun als ortsbezogene Beilage zu der im Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag erscheinenden „Dithmarscher Rundschau“.

Zeitungsfusionen an drei Standorten – schwieriger Marktzutritt erneut bestätigt

An drei Standorten im Bundesgebiet kam es zu Zeitungsfusionen: In Torgau wurde die „Torgauer Allgemeine“, eine Ausgabe der „Leipziger Volkszeitung“, mit dem „Neuen Torgauer Kreisblatt“ am 1. April 2000 zur „Torgauer Zeitung“ zusammengelgt. Zwischen den beiden fusionierten Titeln hatte schon vorher eine enge redaktionelle und wirtschaftliche Kooperation bestanden, wobei hervorzuheben ist, dass das „Neue Torgauer Kreisblatt“ eine der wenigen Neugründungen (durch die „Sindelfinger Zeitung“) in Ostdeutschland ist, die die schwierige Anfangsphase überwunden hat. Auch an der Veränderung der Wettbewerbssituation im thüringischen Meiningen ist eine nach der politischen Wende in der DDR neu entstandene Zeitung beteiligt, die sich bis heute behaupten konnte: Das „Meininger Tageblatt“ erscheint seit dem 1. Juni 2001 mit der Ausgabe Meiningen des „Freien Wortes“ (Suhl) in einer gemeinsamen Verlagsgesellschaft, wobei sich die Kooperation auf die Erstellung eines identischen Lokalteils beider Zeitungen beschränkt. Die beiden Zeitungen haben jedoch weiterhin einen eigenen Titel und jeweils eigenen Mantel (beim „Meininger Tageblatt“ wie bisher der

der „Saale-Zeitung“, Bad Kissingen, beim „Freien Wort“ Meiningen der dafür auf Berliner Format reduzierte Mantel aus Suhl). Am dritten Fall lässt sich erneut belegen, wie gering die Chancen für einen Zutritt auf dem deutschen Zeitungsmarkt sind: Am 1. September 1995 erschien zum ersten Mal das „Lampertheimer Tageblatt“ als Konkurrent der „Lampertheimer Zeitung“; sie schlossen sich am 1. Oktober 1999 zur „Die Lampertheimer“ zusammen. (12)

Ohne Auswirkung auf die Statistik des Zeitungsangebotes blieben sowohl die Übernahme der „Eckernförder Zeitung“ im März 2001 durch die „Dithmarscher Landeszeitung“ (Heide) als auch die der „Schwetzinger Zeitung“ am 1. April 2001 durch den „Mannheimer Morgen“. Weder in den Verlagsangaben noch in den bestehenden redaktionellen Kooperationsbeziehungen waren Änderungen festzustellen. Auch der Zusammenschluss von mehreren Zeitungsunternehmen in Bayern und Thüringen, die bis dahin nur durch dieselben Eigentümer verbunden waren, zur Zeitungsgruppe Hof/Coburg/Suhl am 1. Februar 2001 ist zunächst nicht statistisch relevant geworden. Noch unterhalten am Ende des Berichtszeitraumes die am Zusammenschluss beteiligten Verlage vier Vollredaktionen. Die Fusion der Verlage von „Wilhelmshavener Zeitung“ und „Anzeiger für Harlingerland“/„Jeverisches Wochenblatt“ (Wittmund/Jever) zum Verlag Brune-Mettcker (Wilhelmshaven) zum 1. September 1999 blieb ebenfalls bisher ohne Auswirkung auf die unterschiedlichen redaktionellen Kooperationen der betroffenen Zeitungen und deren Verlage.

Wie sich Einstellungen und Übernahmen vor allem kleinerer Zeitungen auswirken, lässt sich an der Gruppe „Gießener Anzeiger“/Redaktionsgemeinschaft deutscher Heimatzeitungen belegen. 1999 kooperierten in dieser einzigen in Deutschland noch bestehenden „klassischen“ Redaktionsgemeinschaft 13, im Jahre 2001 nur acht Zeitungsverlage, um einen gemeinsamen „Mantel“ zu erstellen. (13)

Angesichts des dargestellten Rückganges bei der Zahl der „Verlage als Herausgeber“ und der damit teilweise verbundenen Minderung des publizistischen Angebotes muss überraschen, dass sich deren Summe von 1999 auf 2001 sogar von 355 auf 356 „Verlage als Herausgeber“ erhöht hat. Mit der Aufnahme von 18 „neuen“ Zeitungsverlagen in die Statistik läuft jedoch keineswegs eine Erweiterung des publizistischen Angebotes parallel; es bleibt vielmehr davon völlig unberührt. So lässt die Verlagsgruppe Madsack („Hannoversche Allgemeine“) zwei ihrer bisherigen Bezirksausgaben – „Peiner Allgemeine“ und „SN. Schaumburger Nachrichten“ – nun in je einem eigenen Verlag erscheinen. (14) Der Versuch der „Sächsischen Zei-

Einige Übernahmen blieben ohne Auswirkungen auf Verlagszahl und redaktionelle Kooperationen

Redaktionsgemeinschaften verlieren an Bedeutung

Leichter Anstieg der „Verlage als Herausgeber“ bedeutet keine Erweiterung des publizistischen Angebotes

tung“ (Dresden), alle Ausgaben auf je eigene lokale Verlage auszugliedern, scheiterte teilweise an heftigen Arbeitskämpfen (15) und ließ sich zunächst nur für sechs (von insgesamt 21) Ausgaben in drei neugegründeten Verlagen in Bautzen, Freital und Pirna umsetzen. Konsequenter ist die wirtschaftliche Ausgliederung von örtlichen Ausgaben (16) bei der auflagenstärksten Zeitung des Landes Baden-Württemberg, der „Schwäbischen Zeitung“ (Leutkirch), vorgenommen worden. Die Zeitung, deren Gesellschafterkreis sich zum Teil aus den früheren Lokalblättern im Verbreitungsgebiet zusammensetzt, ist selbst unmittelbar nur noch an der Herausgabe von acht ihrer 25 Ausgaben beteiligt. (17) Für alle übrigen 17 Ausgaben hat man insgesamt 13 neue Verlage gegründet, die auf lokaler Ebene Verlagsaufgaben wahrnehmen, also auch Vertragspartner der für die Lokalteile tätigen Journalisten sind, während für den Zeitungsmantel weiterhin der Mutterverlag in Leutkirch verantwortlich ist.

Hinter statistischer Konstanz verbirgt sich starker Rückgang der Zahl von Zeitungsunternehmen

Trotz der Fülle der dargestellten Vorgänge, die die Zeitungsstruktur im Bundesgebiet beeinflussen, ist das statistische Gesamtbild doch relativ konstant geblieben. Lediglich die zuletzt genannten „Teilungen“ von Zeitungsverlagen wirken sich deutlich in den länderbezogenen Angaben über die „Verlage als Herausgeber“ (Tabellen 5 und 7) aus, verdecken aber, wie stark die Zahl der Zeitungsunternehmen – ließe man die Ausgliederungen unberücksichtigt – geschrumpft ist.

Leichter Anstieg der Zahl der Ausgaben ist auf gegensätzliche Strategien der Verlagshäuser zurückzuführen

Trotz des Rückgangs bei den Anbietern ist andererseits von 1999 auf 2001 das Angebot sogar leicht, nämlich von 1581 auf 1584 Ausgaben gestiegen. Offensichtlich verfolgen Verlagsunternehmen angesichts tatsächlicher oder vermeintlicher wirtschaftlicher Probleme zwei gegensätzliche Strategien: Entweder versuchen sie, Kosten durch Zusammenlegung von lokalen Ausgaben zu senken, oder sie bemühen sich, mit der weiteren Aufgliederung in zusätzliche, vom Verbreitungsgebiet her noch kleiner geschnittene orts- oder teilortsbezogene Ausgaben ihre Leser-Blatt-Bindung weiter zu stärken. (18) Für beide Vorgehensweisen lassen sich Beispiele finden, nicht aber für einen Rückzug aus der Fläche, also das Aufgeben nicht wirtschaftlicher Ausgaben in nachrangiger Wettbewerbsposition.

„Qualitätszeitungen“ mit zusätzlichen Angeboten

Zusätzliche Angebote haben auch die „Qualitätszeitungen“ (19) geschaffen. Fast zeitgleich mit dem Umzug der Bundesregierung von Bonn nach Berlin hat die „Frankfurter Allgemeine“ seit dem 1. September 1999 dort eine eigene Lokalausgabe mit „Berliner Seiten“ und verstärkt damit den ohnehin intensiven Wettbewerb auf dem Berliner Zeitungsmarkt. Am 3. April 2000 erschien erstmalig die „English Edition“ der „Frankfurter Allgemeinen“ –

jedoch nicht als selbständig vertriebene Ausgabe ihres Stammblasses, sondern als Beilage (2. Buch mit acht Seiten) der in Deutschland abgesetzten Exemplare der „International Herald Tribune“. Am 17. April 2001 nahm die „Frankfurter Allgemeine“ ihr neues Druckzentrum in Maisach bei München in Betrieb; dies kommt der Aktualität des in Süddeutschland vertriebenen Auflageanteils zugute, hat aber (noch) nicht zu weiteren regionalen Ausgaben geführt. Nachdem „Die Welt“ versuchsweise im Herbst 1999 die Berichterstattung aus Bayern in der Montagsausgabe verstärkt hatte, wurde vom 9. Oktober 2000 an ein erweiterter Bayernteil jeweils am Montag und Donnerstag zu einer festen Rubrik. Diese hat der Verlag vom 19. Februar 2001 an zu einer eigenen Ausgabe für Bayern mit täglich mehrseitiger Berichterstattung ausgebaut. Das war Anlass für die „Süddeutsche Zeitung“, Nachrichten und Berichten aus Bayern in den entsprechenden Ausgaben noch mehr Seiten einzuräumen.

„die tageszeitung“ hat in ihrer für Nordrhein-Westfalen bestimmten Ausgabe vom 4. Mai 2000 an ebenfalls den Regionalbezug mit einmal wöchentlich erscheinenden Wechselseiten (Köln, Münster, Ruhr) verstärkt. Dagegen blieb das Experiment, mit dem Mantel des Berliner „Tagesspiegels“ jeweils donnerstags das Wochenblatt „Hamburger Rundschau“ anzureichern, auf die Zeit von Mai bis Juli 2000 begrenzt.

Wie in den vorausgegangenen Dokumentationen kann man für den Zeitraum von 1999 bis 2001 einen Anstieg der Erscheinenshäufigkeit registrieren (Tabellen 8 und 9): Zwei Zeitungen, der „Mannheimer Morgen“ und die „Kreiszeitung“ (Syke) (20), sind zu den Verlagen getreten, die ihre Leser nun an allen Tagen der Woche beliefern. Keine Zeitung hat die Erscheinenshäufigkeit reduziert.

Wie sich aus Tabelle 10 ergibt, sind von Auflagenverlusten inzwischen Kaufzeitungen wie Abonnementzeitungen gleichermaßen betroffen. Verlust von Abonnenten kann man nicht auf den deutlichen Rückgang der früher außerordentlich hohen Auflagedichte (21) in den neuen Ländern allein zurückführen. Hier waren allerdings die Einbrüche bei den Auflagen besonders drastisch: Zeitungen auf dem Gebiet der früheren DDR (neue Länder einschließlich Berlin-Ost) haben 1989 noch 9 641,7 Tsd Exemplare abgesetzt; der Verkauf hat sich bis zum Jahre 2001 auf 3 747,9 Tsd Stück verringert – ein Minus von 61,1 Prozent. Auch wenn die Auflagenrückgänge in den alten Bundesländern deutlich niedriger lagen, ist nicht mehr zu übersehen, dass der stetige Rückgang der Akzeptanz von Kaufzeitungen seit 1983 nun auch auf die Abonnementzeitungen übergreifen hat, die bis 1991 insgesamt noch Zuwächse bei den verkauften Auflagen aufweisen konnten (Tabelle 11).

Im westlichen Bundesgebiet (ohne Berlin) haben Abonnementzeitungen 1989 13 636,1 Tsd Exemplare verkauft, 1999 waren es 13 550,2 Tsd Stück (= 99,4% gegenüber 1989). 2001 war der Absatz weiter auf 13 321,3 Tsd Exemplare zurück-

Erscheinenshäufigkeit der Zeitungen ist weiter angestiegen

Auflagenrückgänge bei Kauf- und Abozeitungen; Ostdeutschland besonders betroffen

⑧ **Erscheinenshäufigkeit der Ausgaben der deutschen Tageszeitungen 1954 bis 2001¹⁾**

	1954		1964		1976		1983		1985		1989		DDR 1989	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Ausgaben gesamt	1 500	100,0	1 495	100,0	1 229	100,0	1 255	100,0	1 273	100,0	1 344	100,0	291	100,0
davon mit Erscheinensweise														
2 x wtl.	18	1,2	17	1,1	7	0,6	6	0,5	5	0,4	5	0,4	-	-
3 x wtl.	91	6,1	57	3,8	20	1,6	21	1,7	21	1,6	12	0,9	-	-
4 x wtl.	144	9,6	38	2,5	3	0,2	3	0,2	3	0,2	3	0,2	-	-
5 x wtl.	6	0,4	2	0,1	10	0,8	12	1,0	10	0,8	9	0,7	-	-
6 x wtl.	1 235	82,2	1 373	91,9	1 189	96,8	1 158	92,3	1 143	89,8	1 205	89,7	291	100,0
7 x wtl.	6	0,4	8	0,5	-	-	55	4,4	91	7,2	110	8,2	-	-
	1991		1993		1995		1997		1999		2001			
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %		
Ausgaben gesamt	1 673	100,0	1 601	100,0	1 617	100,0	1 582	100,0	1 581	100,0	1 584	100,0		
davon mit Erscheinensweise														
2 x wtl.	6	0,4	6	0,4	3	0,2	3	0,2	4	0,3	2	0,1		
3 x wtl.	9	0,5	9	0,6	9	0,5	9	0,5	8	0,5	7	0,4		
4 x wtl.	1	0,0	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1		
5 x wtl.	8	0,5	8	0,5	2	0,1	2	0,1	2	0,1	4	0,3		
6 x wtl.	1 532	91,6	1 425	89,0	1 495	90,2	1 447	91,5	1 428	90,3	1 405	88,7		
7 x wtl.	117	7,0	152	9,5	143	8,8	120	7,6	138	8,7	165	10,4		

1) Bis 1989 BRD West, ab 1991 einschl. neue Bundesländer.

⑨ **Erscheinenshäufigkeit der Abonnementzeitungen nach Auflagen 1985 bis 2001¹⁾**

	1985		1989		DDR 1989		1991		1993	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Auflagen Abozeitungen gesamt	14 343,3	100,0	14 681,4	100,0	9 436,9	100,0	20 455,1	100,0	19 203,6	100,0
davon mit Erscheinensweise										
2 x wtl.	13,2	0,1	13,7	0,1	-	-	14,4	0,0	14,3	0,1
3 x wtl.	57,7	0,4	35,5	0,2	-	-	28,4	0,1	28,7	0,1
4 x wtl.	4,5	0,0	4,5	0,0	-	-	1,7	0,0	1,7	0,0
5 x wtl.	91,6	0,6	84,8	0,6	-	-	53,1	0,3	52,3	0,3
6 x wtl.	12 868,3	89,7	13 093,1	89,2	9 436,9	100,0	18 770,3	91,8	16 817,8	87,9
7 x wtl.	1 308,0	9,1	1 450,0	9,9	-	-	1 587,2	7,8	2 234,8	11,6
	1995		1997		1999		2001			
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %		
Auflagen Abozeitungen gesamt	19 068,5	100,0	18 711,5	100,0	18 329,8	100,0	17 982,5	100,0		
davon mit Erscheinensweise										
2 x wtl.	7,9	0,0	7,9	0,0	13,3	0,1	5,2	0,0		
3 x wtl.	32,7	0,2	27,6	0,1	24,7	0,1	26,7	0,1		
4 x wtl.	1,7	0,0	1,7	0,0	1,0	0,0	0,9	0,0		
5 x wtl.	7,8	0,0	7,7	0,0	7,6	0,0	235,6	1,3		
6 x wtl.	16 902,5	88,6	16 920,4	90,4	16 456,1	89,8	15 769,3	87,7		
7 x wtl.	2 115,9	11,1	1 746,2	9,3	1 827,1	10,0	1 944,8	10,8		

1) Bis 1989 BRD West, ab 1991 einschl. neue Bundesländer.

gegangen (= 97,0% gegenüber 1989, 97,6% gegenüber 1999). Die Vergleichszahlen für die neuen Länder (wiederum ohne Berlin) zeigen ein deutlich schlechteres Bild: 1999 wurden von den dort erscheinenden Abonnementzeitungen 3 470,2 Tsd, 2001 nur noch 3 202,5 Tsd Exemplare (= 92,3% gegenüber 1999) abgesetzt.

Bei titelbezogener Betrachtung der Auflagenentwicklung konnte man für 1999 folgendes registrieren: 67,2 Prozent der deutschen Abonnementzeitungen hatten gegenüber 1997 Auflagenverluste, 17,6 Prozent konnten die Auflage steigern und 15,2 Prozent sie halten. Die Zahlen für 2001 - jeweils

78,5% der Abozeitungen hatten 2001 geringere Auflage als früher - Auflassengewinne für Qualitätszeitungen

⑩ **Publizistische Einheiten, Ausgaben und Auflagen nach Vertriebsformen 1954 bis 2001**

Jahr ¹⁾	Publizistische Einheiten				Ausgaben				Verk. Aufl. in Tsd.		Straßenverkaufs-	
	Abonnement- zeitungen		Straßenverkaufs- zeitungen		Abonnement- zeitungen		Straßenverkaufs- zeitungen		Abonnement- zeitungen		zeitungen	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
1954	213	94,7	12	5,3	1 483	99,1	17	0,9	10 867,0	81,3	2 498,3	18,7
1964	172	93,9	11	6,1	1 472	98,5	23	1,5	11 906,1	68,8	5 412,2	31,2
1967	148	93,7	10	6,3	1 393	98,4	23	1,6	12 076,5	66,8	5 966,3	33,2
1976	113	93,4	8	6,6	1 194	97,2	35	2,8	13 256,8	67,9	6 277,3	32,1
1979	114	93,4	8	6,6	1 198	96,6	42	3,4	13 994,1	68,0	6 551,3	32,0
1981	117	94,4	7	5,6	1 218	96,8	40	3,2	14 231,2	69,6	6 205,1	30,4
1983	118	94,4	7	5,6	1 221	97,3	34	2,7	14 311,2	67,5	6 885,0	32,5
1985	119	94,4	7	5,6	1 238	97,2	35	2,7	14 343,3	68,5	6 592,9	31,5
1987	114	94,2	7	5,8	•	•	•	•	14 534,4	70,2	6 181,2	29,8
1989 BRD	113	95,0	6	5,0	1 312	97,6	32	2,4	14 681,4	72,4	5 603,1	27,6
DDR	37	97,4	1	2,6	290	99,7	1	0,3	9 436,9	97,9	204,8	2,1
1991	147	93,0	11	7,0	1 626	97,2	47	2,8	20 455,1	74,8	6 885,0	25,2
1993	129	94,2	8	5,8	1 551	96,9	50	3,1	19 203,6	75,7	6 161,9	24,3
1995	128	94,8	7	5,2	1 570	97,0	47	3,0	19 068,5	76,3	5 935,7	23,7
1997	128	94,8	7	5,2	1 535	97,0	48	3,0	18 711,5	76,1	5 868,7	23,9
1999	128	94,8	7	5,2	1 538	97,3	43	2,7	18 329,8	75,9	5 819,0	24,1
2001	129	94,9	7	5,1	1 541	97,3	43	2,7	17 982,5	75,9	5 694,4	24,1

1) Bis 1989 Deutschland West, ab 1991 inkl. neuer Bundesländer.

⑪ **Abonnementzeitungen nach Verbreitungsgebiet 1989 bis 2001**

Jahr ¹⁾	Publiz. Einheiten		Verlage als Hrsg.		Ausgaben		Verk. Aufl. in Tsd.	
	abs.	in % ²⁾	abs.	in % ²⁾	abs.	in % ²⁾	abs.	in % ²⁾
Abonnementzeitungen mit überwiegend überregionaler Verbreitung								
1989								
BRD	5	4,4	7	2,0	11	0,8	691,6	4,7
DDR	7	19,4	7	18,9	16	5,5	3 342,9	35,4
1991	10	6,8	12	3,0	23	1,4	1 089,0	5,3
1993	7	5,4	7	1,9	13	0,8	828,8	4,3
1995	6	4,7	6	1,6	18	1,1	764,0	4,0
1997	6	4,7	6	1,7	17	1,1	783,4	4,2
1999	6	4,7	6	1,7	18	1,2	793,1	4,3
2001	8	6,2	8	2,3	21	1,4	1 037,3	5,8
Abonnementzeitungen mit überwiegend lokaler/regionaler Verbreitung								
1989								
BRD	108	95,6	343	98,0	1 301	99,2	13 989,8	95,3
DDR	29	80,6	30	81,1	274	94,5	6 094,0	64,6
1991	137	93,2	385	97,0	1 603	98,6	19 366,1	94,7
1993	122	94,6	366	98,1	1 538	99,2	18 374,8	95,7
1995	122	95,3	365	98,4	1 552	98,9	18 304,5	96,0
1997	122	95,3	355	98,3	1 518	98,9	17 928,1	95,8
1999	122	95,3	339	98,3	1 520	98,8	17 536,7	95,7
2001	121	93,8	338	97,7	1 520	98,6	16 945,2	94,2

1) Ab 1991 einschließlich neue Bundesländer.

2) Basis: alle Abonnementzeitungen.

nur bezogen auf Zeitungen, die kein externes Wachstum durch Fusionen oder Übernahmen aufwiesen - sind schlechter: 78,5 Prozent der Abonnementzeitungen blieben hinter ihrer früheren Auf-

lage zurück, bei 10,4 Prozent der hier relevanten Titel stagnierte der Absatz, und 11,0 Prozent konnten ihre verkaufte Auflage gegenüber 1999 erhöhen. Zu letzteren gehörte die Mehrzahl der „Qualitätszeitungen“ (überregionale Abonnementzeitungen und Zeitungen mit überregionaler publizistischer Geltung). Es ist nicht möglich, im Rah-

⑫ Rangfolge der Verlage als Herausgeber deutscher Tageszeitungen nach Auflagenhöhe 2001¹⁾

Rangplatz	Verlage als Herausgeber	Standort	Auflage in Tsd	Rangplatz	Verlage als Herausgeber	Auflage Standort	in Tsd
1	Bild ⁵⁾	Hamburg	4 396,3	36	Hannoversche Allgemeine Zeitung	Hannover	161,4
2	Westdeutsche Allgemeine	Essen	558,3	37	Allgemeine Zeitung	Mainz	161,4
3	Süddeutsche Zeitung	München	436,1	38	Neue Westfälische	Bielefeld	160,9
4	Frankfurter Allgemeine ⁴⁾	Frankfurt/Main	408,6	39	Passauer Neue Presse	Passau	160,8
5	Freie Presse ²⁾	Chemnitz	386,0	40	Badische Zeitung	Freiburg	159,1
6	Rheinische Post	Düsseldorf	341,8	41	Braunschweiger Zeitung	Braunschweig	157,9
7	Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	Halle	332,3	42	Handelsblatt ⁴⁾	Düsseldorf	155,7
8	Hamburger Abendblatt	Hamburg	288,2	43	Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	155,4
9	Kölner Stadt-Anzeiger	Köln	274,6	44	Westfalenpost	Hagen	152,4
10	Magdeburger Volksstimme ²⁾	Magdeburg	263,7	45	Ostthüringer Zeitung ²⁾	Gera	151,0
11	B.Z. ³⁾	Berlin	259,0	46	Münchner Merkur		
12	Die Welt ⁴⁾	Berlin	255,2		[Zeitungsverlag Oberbayern]	Wolfratshausen	150,3
13	Die Rheinpfalz	Ludwigshafen	247,1	47	tz ³⁾	München	149,5
14	Thüringer Allgemeine ²⁾	Erfurt	243,6	48	Lausitzer Rundschau ²⁾	Cottbus	149,2
15	Sächsische Zeitung ²⁾	Dresden	240,6	49	Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	147,5
16	Ruhr-Nachrichten	Dortmund	240,3	50	Main Post	Würzburg	140,2
17	Express ³⁾	Köln	234,5	51	Südkurier	Konstanz	139,3
18	Leipziger Volkszeitung ²⁾	Leipzig	223,8	52	Der Tagesspiegel	Berlin	137,9
19	Rhein-Zeitung	Koblenz	213,6	53	Kölnische Rundschau	Köln	131,8
20	Augsburger Allgemeine	Augsburg	210,1	54	Nürnberger Nachrichten	Nürnberg	130,8
21	Märkische Allgemeine ²⁾	Potsdam	197,8	55	Mittelbayerische	Regensburg	128,6
22	Berliner Zeitung	Berlin	197,3	56	Nordwest Zeitung	Oldenburg	128,3
23	Frankfurter Rundschau	Frankfurt/Main	192,2	57	Westfälische Nachrichten	Münster	125,1
24	Ostsee-Zeitung ²⁾	Berlin	191,0	58	Märkische Oderzeitung ²⁾	Frankfurt/Oder	123,0
25	Flensburger Tageblatt/Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag	Flensburg	190,8	59	Nordkurier ²⁾	Neubrandenburg	120,1
26	Westfälische Rundschau	Dortmund	187,6	60	Schweriner Volkszeitung ²⁾	Schwerin	120,0
27	HNA. Hessische/Niedersächsische Allgemeine	Kassel	182,0	61	Hamburger Morgenpost ³⁾	Hamburg	119,1
28	Saarbrücker Zeitung	Saarbrücken	171,7	62	Schwarzwälder Bote	Oberndorf	116,6
29	Weser Kurier	Bremen	171,2	63	Lübecker Nachrichten	Lübeck	113,7
30	Neue OZ. Osnabrücker Zeitung	Osnabrück	167,6	64	Dresdner Morgenpost ²⁾³⁾	Dresden	110,4
31	Berliner Morgenpost	Berlin	165,8	65	Kieler Nachrichten	Kiel	108,2
32	Berliner Kurier ³⁾	Berlin	165,5	66	Frankfurter Neue Presse	Frankfurt/Main	107,2
33	NRZ. Neue Ruhr Zeitung	Essen	165,3	67	Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	102,7
34	WZ. Westdeutsche Zeitung	Düsseldorf	162,6	68	Südwest Presse	Ulm	102,0
35	Abendzeitung ³⁾	München	162,3	69	Heilbronner Stimme	Heilbronn	100,8
				70	Trierischer Volksfreund	Trier	100,3

1) Mit einer verkauften Auflage von mehr als 100 000 Exemplaren (Stand: II. Quartal 2001). Auflagen von kooperierenden „Verlagen als Herausgeber“ bleiben unberücksichtigt.

2) Standort neue Bundesländer.

3) Straßenverkaufszeitungen.

4) Zeitungen mit überwiegend überregionaler Verbreitung.

men dieser primär statistischen Untersuchung zuverlässige Aussagen über die vielfältigen Gründe für Auflagengewinne und -verluste zu machen. Die in der Zeitungsstatistik 1997 geäußerte Vermutung, man könne „vorsichtig den Schluss ziehen, dass Erfolg und Zukunft von Zeitungen sowohl in der Aufmachung als auch im Inhalt mehr durch Seriosität als durch Boulevardisierung bestimmt sein werden“ (22), lässt sich heute in beide Richtungen belegen.

Boulevardisierung und die Flut farbiger Bilder führten zu Auflagenverlusten

Die Spannweite publizistischen Handelns im intermedialen Wettbewerb ist groß: Erfolgreiche Titel sind von „Modernisierungen“ weitgehend unberührt geblieben; doch Zeitungen mit inzwischen deutlich geringerer Akzeptanz waren darin „erfolgreich“, kostspielige Internetauftritte zum Nachteil

der publizistischen Qualität ihrer Titel zu finanzieren oder mit ausufernder farbiger Bebilderung zu Lasten eines reduzierten und dazu noch leserunfreundlich gestalteten Textteils nicht bröckelnde Auflagen zu stabilisieren, sondern daraus gravierende Auflagenverluste zu machen. (23)

Gewinne und Verluste in der Auflage wirkten sich daher auch auf die in Tabelle 12 dargestellte Rangfolge der großen deutschen Tageszeitungen aus. Doch ist die Zahl der Titel, deren verkaufte Auflage 100 000 Stück übersteigt, mit 70 gleich geblieben. (24)

13 Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1954 bis 2001

Jahr ¹⁾	Kreisfreie Städte/Kreise													
	gesamt		davon: mit Zeitungsdichte											
	abs.	in %	1 abs.	1 in %	2 abs.	2 in %	3 abs.	3 in %	4 abs.	4 in %	5 abs.	5 in %	6 abs.	6 in %
1954	558	100,0	85	15,2	162	29,0	190	34,1	89	15,9	28	5,0	2	0,4
1964	566	100,0	121	21,4	201	35,5	184	32,5	53	9,4	6	1,1	-	-
1967	564	100,0	145	25,7	228	40,4	152	27,0	35	6,2	3	0,5	-	-
1976	343	100,0	156	45,4	139	40,5	37	10,8	7	2,0	3	0,9	1	0,3
1979	331	100,0	150	45,3	133	40,2	38	11,5	5	1,5	4	1,2	-	-
1981	328	100,0	152	46,3	133	40,5	34	10,4	4	1,2	4	1,2	-	-
1983	328	100,0	154	46,9	132	40,2	32	9,8	4	1,2	5	1,5	-	-
1985	328	100,0	157	47,9	136	41,4	27	8,2	3	0,9	4	1,2	-	-
1989	328	100,0	160	48,8	132	40,2	28	8,5	2	0,6	5	1,5	-	-
1993	543	100,0	296	54,5	198	36,4	35	6,4	9	1,7	4	0,7	-	-
1997	439	100,0	242	55,1	164	37,4	24	5,5	4	0,9	4	0,9	-	-
1999	440	100,0	244	55,5	164	37,3	23	5,2	4	0,9	4	0,9	-	-
2001	440	100,0	246	55,9	163	37,0	22	5,0	4	0,9	4	0,9	-	-

Jahr ¹⁾	Kreisfreie Städte/Kreise									
	7		davon: mit Zeitungsdichte				10		Zeitungs- dichte Ø	
	abs.	in %	8 abs.	8 in %	9 abs.	9 in %	10 abs.	10 in %		
1954	-	-	1	0,2	-	-	1	0,2	2,7	
1964	-	-	-	-	1	0,2	-	-	2,3	
1967	-	-	1	0,2	-	-	-	-	2,2	
1976	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	
1979	1	0,3	-	-	-	-	-	-	1,7	
1981	1	0,2	-	-	-	-	-	-	1,7	
1983	1	0,2	-	-	-	-	-	-	1,7	
1985	1	0,3	-	-	-	-	-	-	1,7	
1989	1	0,3	-	-	-	-	-	-	1,7	
1993	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1,6	
1997	-	-	-	-	1	0,2	-	-	1,6	
1999	-	-	-	-	1	0,2	-	-	1,6	
2001	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1,6	

1) Bis 1989 BRD West, ab 1993 einschl. neue Bundesländer.

Zeitungs-dichte nahezu unverändert

Da die weiter oben genannten zahlreichen Veränderungen in der Verlagsstruktur auf dem deutschen Zeitungsmarkt das durch lokale/regionale Ausgaben geprägte Zeitungsangebot kaum tangiert haben, sind ihre Auswirkungen auf die Zeitungsdichte gegenüber früheren Zeiträumen deutlich zurückgegangen. Nur in drei Ländern war je ein Fall abnehmender Zeitungsdichte zu registrieren; sie haben sich in den sonst gegenüber 1999 weitgehend unveränderten Tabellen 13 und 14 niedergeschlagen. Die Angaben über das Zeitungsangebot in deutschen Großstädten (Tabelle 15) änderten sich nur für Berlin, das mit der Berlin-Ausgabe der „Frankfurter Allgemeinen“ nun die siebte lokal berichtende Abonnementzeitung besitzt.

Infolgedessen zeigt auch Tabelle 16 über die durch Alleinstellungen von Zeitungen betroffene/nicht betroffene Bevölkerung ein gegenüber 1999 kaum verändertes Bild. Bewertet man die Daten, wonach 41,9 Prozent der Deutschen sich nur aus einer einzigen Zeitung über das aktuelle örtliche Geschehen informieren können, aber noch 58,1 Prozent über Wahlmöglichkeiten verfügen, muss man jedoch, um unangebrachten Optimismus zu vermeiden, eines beachten: Zeitungsdichte 2 und mehr ist ein Indikator für redaktionelle Vielfalt und deshalb statistisch auch dann gegeben, wenn (a) Kaufzeitungen lokal berichten oder (b) zwischen Abonnementzeitungen nur scheinbar Wettbewerb besteht, weil diese durch Kooperationen oder Beteiligungen miteinander verflochten sind. Die Feststellung zu (b) gilt deshalb auch für die Interpretation der Tabellen 17 und 18: Ein großer Teil der Abonnementzeitungen in nachrangiger Position unterliegt nicht den für solche Titel schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen, da sie durch Vorgänge einer „latenten Pressekonzentration“ in marktstarke Unternehmen eingebunden sind. (25)

Anzahl der Ein-Zeitungs-Kreise ebenfalls nahezu konstant, dennoch „latente Pressekonzentration“

⑭ Zeitungsdichte nach Regierungsbezirken und Ländern 2001

Bundesland	Kreisfreie Städte/Kreise															
	gesamt		davon: mit Zeitungsdichte													
	abs.	in %	1 abs.	1 in %	2 abs.	2 in %	3 abs.	3 in %	4 abs.	4 in %	5 abs.	5 in %	6-9 abs.	6-9 in %	10 abs.	10 in %
Baden-Württemberg	44	100,0	22	50,0	21	47,7	1	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-
RB Stuttgart	13		8		4		1		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Karlsruhe	12		5		7		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Freiburg	10		5		5		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Tübingen	9	4		5		-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bayern	96	100,0	55	57,3	36	37,5	3	3,1	-	-	2	2,1	-	-	-	-
RB Oberbayern	23		14		7		-		-	-	2		-	-	-	-
RB Niederbayern	12		12		-		-		-	-	-		-	-	-	-
RB Oberpfalz	10		4		5		1		-	-	-		-	-	-	-
RB Oberfranken	13		6		6		1		-	-	-		-	-	-	-
RB Mittelfranken	12		3		8		1		-	-	-		-	-	-	-
RB Unterfranken	12		3		9		-		-	-	-		-	-	-	-
RB Schwaben	14		13		1		-		-	-	-		-	-	-	-
Berlin	1	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100,0
Brandenburg	18	100,0	13	72,2	5	27,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bremen	2	100,0	1	50,0	-	-	-	-	1	50,0	-	-	-	-	-	-
Hamburg	1	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100,0	-	-	-	-
Hessen	26	100,0	10	38,5	11	42,3	4	15,4	1	3,8	-	-	-	-	-	-
RB Darmstadt	14		3		6		4		1		-	-	-	-	-	-
RB Gießen	5		1		4		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Kassel	7		6		1		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	18	100,0	15	83,3	3	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Niedersachsen	47	100,0	32	68,1	12	25,5	3	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-
RB Braunschweig	11		8		3		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Hannover	8		5		1		2		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Lüneburg	11		10		1		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Weser-Ems	17		9		7		1		-	-	-	-	-	-	-	-
Nordrhein-Westfalen	54	100,0	5	9,3	39	72,2	8	14,8	1	1,8	1	1,8	-	-	-	-
RB Düsseldorf	15		1		11		2		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Köln	12		-		9		2		1		-	-	-	-	-	-
RB Münster	8		2		6		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Detmold	7		-		6		1		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Arnsberg	12		2		7		3		-	-	-	-	-	-	-	-
Rheinland-Pfalz	36	100,0	26	72,2	8	22,2	2	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-
RB Koblenz	11		8		1		2		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Trier	5		5		-		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Rheinhessen-Pfalz	20		13		7		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Saarland	6	100,0	5	83,3	1	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sachsen	29	100,0	22	75,9	5	17,2	1	3,4	1	3,4	-	-	-	-	-	-
RB Chemnitz	12		9		2		1		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Dresden	11		9		1		-		1		-	-	-	-	-	-
RB Leipzig	6		4		2		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Sachsen-Anhalt	24	100,0	19	79,2	5	20,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RB Dessau	6		6		-		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Halle	7		5		2		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Magdeburg	11		8		3		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Schleswig-Holstein	15	100,0	10	66,7	5	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Thüringen	23	100,0	11	47,8	12	52,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Deutschland	440	100,0	246	55,9	163	37,0	22	5,0	4	0,9	4	0,9	-	-	1	0,2

15 **Zeitungsangebot in den Großstädten 2001**

(Abonnementzeitungen mit für die betreffende Großstadt bestimmter lokaler Berichterstattung)

| Großstädte über 100 000 Einwohner (n gesamt = 83)

davon:

1. mit nur einer Abonnementzeitung (n = 30)

Augsburg ¹⁾	Freiburg	Hildesheim	Koblenz	Regensburg
Braunschweig	Göttingen	Ingolstadt	Leipzig ¹⁾³⁾	Saarbrücken ¹⁾
Bremerhaven ²⁾	Hamm	Kaiserslautern	Lübeck ¹⁾	Salzgitter
Chemnitz ⁴⁾	Heidelberg	Karlsruhe	Magdeburg ²⁾³⁾	Schwerin
Cottbus	Heilbronn	Kassel	Oldenburg ¹⁾	Wuppertal ¹⁾
Darmstadt	Herne ¹⁾	Kiel	Osnabrück	

2. mit zwei Abonnementzeitungen der gleichen Verlagsgruppe (n = 17)

Aachen	Essen ¹⁾	Hannover ¹⁾³⁾	Nürnberg ¹⁾³⁾	Würzburg ¹¹⁾
Bergisch-Gladbach	Fürth	Köln ¹⁾⁴⁾	Oberhausen	
Erfurt	Gera	Leverkusen	Stuttgart ²⁾³⁾	
Erlangen	Hagen ¹⁾	Mülheim ¹⁾	Wiesbaden ³⁾	

3. mit zwei Abonnementzeitungen (n = 26)

Bielefeld ¹⁾	Halle ³⁾	München ¹⁾⁴⁾	Potsdam	Ulm
Bochum ¹⁾	Krefeld ¹⁾	Münster ¹⁾¹⁾	Recklinghausen	Wolfsburg ¹⁾
Bonn ¹⁾³⁾	Ludwigshafen	Neuss ¹⁾	Remscheid	Zwickau
Botrop	Mainz	Offenbach	Reutlingen	
Dresden ¹⁾³⁾	Mannheim ¹⁾	Paderborn	Rostock ¹⁾	
Gelsenkirchen ¹⁾²⁾	Mönchengladbach	Pforzheim	Solingen	

4. mit drei Abonnementzeitungen, darunter zwei der gleichen Verlagsgruppe (n = 8)

Bremen ¹⁾³⁾	Duisburg ¹⁾	Hamburg ¹⁾²⁾⁴⁾	Siegen ¹⁾
Dortmund ¹⁾	Frankfurt ¹⁾³⁾	Moers	Witten ¹⁾

5. mit drei Abonnementzeitungen (n = 1)

Düsseldorf¹⁾⁴⁾

6. mit sieben Abonnementzeitungen (n = 1)

Berlin¹⁾⁴⁾

- 1) Großstädte, in denen Abonnementzeitungen regelmäßig auch stadtteilbezogene Ausgaben herausbringen.
- 2) Großstädte, in denen außerdem noch selbständige Stadtteilzeitungen für Teile des Stadtgebietes erscheinen.
- 3) Großstädte, in denen zusätzlich eine lokal berichtende Straßenverkaufszeitung erscheint.
- 4) Großstädte, in denen zusätzlich mehr als eine lokal berichtende Straßenverkaufszeitung erscheint.

Erscheinungsorte in kursiv = Landeshauptstädte.

Zeitungen, die sich auf das Kerngeschäft konzentrieren, werden im intermediären Wettbewerb bestehen

Die für die meisten deutschen Zeitungen aus ihrer Allein- oder Erstanbieterposition herrührende ausgezeichnete intramediare Wettbewerbssituation müsste sie in die Lage versetzen, auch bei zunehmendem intermediären Wettbewerb ihre Position zu behaupten, wenn in ihrem Angebot die Vorzüge der gedruckten Zeitung erkennbar bleiben.

Anmerkungen:

- 1) Sie knüpft unmittelbar an den vorausgegangenen Bericht über den Zeitraum 1997 bis 1999 an; vgl. Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1999. Ergebnisse der fünften gesamtdeutschen Zeitungsstatistik. In: Media Perspektiven 1/2000, S. 8-39; darauf aufbauend und ergänzend Schütz, Walter J.: Zeitungsstandorte in Deutschland - ein Überblick. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '99. Bonn 1999, S. 277-293. Für einen langfristigen Überblick über den Zeitraum 1949 bis 1999 vgl. Schütz, Walter J.: Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln, Weimar und Wien 1999, S. 109-154 und S. 777.
- 2) Titelbezogene Auflageangaben zu erhalten, wird zunehmend schwieriger, weil die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) in ihren Listen mehr

und mehr nur die Auflage von sog. Anzeigenbelegungseinheiten nachweist, in denen redaktionell selbständige Zeitungen zusammengefasst werden. Die Recherchen zur Aufschlüsselung nach einzelnen Zeitungstiteln gestalten sich sehr zeitraubend. Wenn Verlage entsprechende Angaben ohne erkennbaren Grund verweigern, muss man aus früheren exakten Zahlen unter Berücksichtigung inzwischen eingetretener Auflagenänderungen der übergeordneten Belegungseinheit auf bestimmte Titel zurückrechnen. Eine dadurch u. U. entstehende Unschärfe wäre derzeit noch tolerabel, bietet aber langfristig keine Perspektive, dieses für die Zeitungsstatistik ernste Problem zu lösen.

- 3) Die Frage, ob und in wie viel Fällen hinter den „Verlagen als Herausgeber“ tatsächlich Firmen stehen oder nur Personen genannt werden, ließ sich bisher kaum exakt beantworten. Nun hat die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) auf der Basis des letzten Berichtes „Deutsche Tagespresse 1999“ (vgl. Anm. 1) die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse der Tages- und Wochenzeitungsverlage in Deutschland nach dem Stand vom 1. November 1999 untersucht; vgl. Böckelmann, Frank: Wem gehören die Zeitungen? Konstanz 2000. Daraus ergibt sich, dass in der hier verwendeten Kategorie „Verlage als Herausgeber“ tatsächlich in fast allen Fällen Verlagsbetriebe stehen, wenn Böckelmann auch zutreffend (S. XI) sagt: „Wie Schütz sind wir der Auffassung, dass sich die Zahl der in Deutschland tatsächlich als Unternehmen tätigen Zeitungsverlage (etwa gleichzusetzen der Zahl der Verlage, die Anstellungsverträge mit Redakteuren schließen) nicht exakt bestimmen lässt. Insbesondere ist es nicht bekannt und wohl auch sehr schwer zu ermitteln, welche Zeitungsunternehmen alle Verlagsrechte selbständig wahrnehmen bzw. bestimmte Rechte an andere Verlagsunternehmen abgetreten oder verpachtet haben. Nicht in jedem Fall entsprechen somit die

⑩ Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise/Wohnbevölkerung nach Ländern 1976 bis 2001

Bundesland/Jahr	Kreisfreie Städte/Kreise				davon: mit Zeitungsdichte 1				mit Zeitungsdichte 2 und mehr			
	gesamt		Wohnbevölkerung		abs.		Wohnbevölkerung		abs.		Wohnbevölkerung	
	abs.	in %	in Tsd	in %	abs.	in %	in Tsd	in %	abs.	in %	in Tsd	in %
Baden-Württemberg												
1976	44	100,0	9 133,7	100,0	18	40,9	3 769,3	41,3	26	59,1	5 364,3	58,7
1989	44	100,0	9 290,7	100,0	21	47,7	4 492,1	48,4	23	52,3	4 798,6	51,6
1993	44	100,0	9 887,9	100,0	21	47,7	4 786,6	48,4	23	52,3	5 101,3	51,6
1997	44	100,0	10 319,4	100,0	20	45,4	4 827,0	46,8	24	54,6	5 491,8	53,2
1999	44	100,0	10 392,6	100,0	21	47,7	5 027,7	48,4	23	52,3	5 364,9	51,6
2001	44	100,0	10 451,0	100,0	22	50,0	5 427,7	51,9	22	50,0	5 023,3	48,1
Bayern												
1976	96	100,0	10 799,6	100,0	50	52,0	4 783,7	44,3	46	48,0	6 016,3	55,7
1989	96	100,0	10 910,3	100,0	52	54,2	5 067,4	46,4	44	45,8	5 842,9	53,5
1993	96	100,0	11 521,0	100,0	52	54,2	5 370,6	46,6	44	45,8	6 150,0	53,4
1997	96	100,0	11 993,5	100,0	55	57,3	5 965,1	49,7	41	42,7	6 028,4	50,3
1999	96	100,0	12 056,7	100,0	55	57,3	6 015,0	49,9	41	42,7	6 041,7	50,1
2001	96	100,0	12 117,0	100,0	55	57,3	6 060,3	50,0	41	42,7	6 056,7	50,0
Berlin												
1976	1	100,0	1 966,7	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 966,7	100,0
1989	1	100,0	2 016,1	100,0	-	-	-	-	1	100,0	2 016,1	100,0
1993	1	100,0	3 437,9	100,0	-	-	-	-	1	100,0	3 437,9	100,0
1997	1	100,0	3 471,4	100,0	-	-	-	-	1	100,0	3 471,4	100,0
1999	1	100,0	3 446,6	100,0	-	-	-	-	1	100,0	3 446,6	100,0
2001	1	100,0	3 392,9	100,0	-	-	-	-	1	100,0	3 392,9	100,0
Brandenburg												
1993	44	100,0	2 563,2	100,0	34	77,3	1 688,3	65,9	10	22,7	874,9	34,1
1997	18	100,0	2 542,0	100,0	12	66,7	1 692,2	66,6	6	33,3	849,9	33,4
1999	18	100,0	2 545,5	100,0	13	72,2	1 833,1	72,0	5	27,8	712,4	28,0
2001	18	100,0	2 592,5	100,0	13	72,2	1 862,0	71,8	5	27,8	730,5	28,2
Bremen												
1976	2	100,0	713,4	100,0	1	50,0	142,7	20,0	1	50,0	570,7	80,0
1989	2	100,0	660,1	100,0	1	50,0	126,8	19,2	1	50,0	533,3	80,8
1993	2	100,0	683,1	100,0	1	50,0	130,8	19,1	1	50,0	552,3	80,9
1997	2	100,0	679,8	100,0	1	50,0	130,4	19,2	1	50,0	549,4	80,8
1999	2	100,0	676,2	100,0	1	50,0	128,0	18,9	1	50,0	548,2	81,1
2001	2	100,0	666,1	100,0	1	50,0	123,8	18,6	1	50,0	542,3	81,4
Hamburg												
1976	1	100,0	1 707,4	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 707,4	100,0
1989	1	100,0	1 593,6	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 593,6	100,0
1993	1	100,0	1 660,7	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 660,7	100,0
1997	1	100,0	1 707,9	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 707,9	100,0
1999	1	100,0	1 706,8	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 706,8	100,0
2001	1	100,0	1 701,8	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 701,8	100,0
Hessen												
1976	30	100,0	5 540,2	100,0	8	26,7	1 463,8	26,4	22	73,3	4 076,2	73,6
1989	26	100,0	5 508,4	100,0	10	38,5	1 749,2	31,8	26	61,5	3 759,2	68,2
1993	26	100,0	5 791,3	100,0	11	42,3	1 955,8	33,8	15	57,7	3 835,5	66,2
1997	26	100,0	6 009,9	100,0	11	42,3	2 037,5	33,9	15	57,7	3 972,4	66,1
1999	26	100,0	6 031,3	100,0	10	38,5	1 793,8	29,7	16	61,5	4 237,5	70,3
2001	26	100,0	6 042,9	100,0	10	38,5	1 794,3	29,7	16	61,5	4 248,6	70,3
Mecklenburg-Vorpommern												
1993	37	100,0	1 908,6	100,0	31	83,8	1 481,2	77,6	6	16,2	427,4	22,4
1997	18	100,0	1 823,1	100,0	15	83,3	1 431,3	78,5	3	16,7	391,8	21,5
1999	18	100,0	1 815,8	100,0	15	83,3	1 430,0	78,8	3	16,7	385,8	21,2
2001	18	100,0	1 794,9	100,0	15	83,3	1 420,6	79,1	3	16,7	374,3	20,9

16 Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise/Wohnbevölkerung nach Ländern 1976 bis 2001 (Fortsetzung)

Bundesland/Jahr	Kreisfreie Städte/Kreise				davon: mit Zeitungsdichte 1				mit Zeitungsdichte 2 und mehr			
	gesamt abs.	in %	Wohnbevölkerung in Tsd	in %	abs.	in %	Wohnbevölkerung in Tsd	in %	abs.	in %	Wohnbevölkerung in Tsd	in %
Niedersachsen												
1976	58	100,0	7 229,3	100,0	37	63,8	4 310,9	59,6	21	36,2	2 918,7	40,4
1989	47	100,0	7 162,1	100,0	31	66,0	4 615,9	64,4	16	34,0	2 546,2	35,6
1993	47	100,0	7 423,7	100,0	31	66,0	4 783,5	64,4	16	34,0	2 640,2	35,6
1997	47	100,0	7 780,4	100,0	31	66,0	5 024,6	64,6	16	34,0	2 755,8	35,4
1999	47	100,0	7 832,3	100,0	32	68,1	5 145,5	65,7	15	31,9	2 686,8	34,3
2001	47	100,0	7 878,2	100,0	32	68,1	5 176,7	65,7	15	31,9	2 701,5	34,3
Nordrhein-Westfalen												
1976	54	100,0	17 090,4	100,0	1	1,9	290,3	1,7	53	98,1	16 800,3	98,3
1989	54	100,0	16 712,9	100,0	5	9,3	1 195,0	7,2	49	90,7	15 517,9	92,8
1993	54	100,0	17 414,9	100,0	5	9,3	1 251,3	7,2	49	90,7	16 163,6	92,8
1997	54	100,0	17 893,0	100,0	5	9,3	1 290,1	7,2	49	90,7	16 602,9	92,8
1999	54	100,0	17 962,2	100,0	5	9,3	1 293,8	7,2	49	90,7	16 668,4	92,9
2001	54	100,0	17 983,1	100,0	5	9,3	1 294,8	7,2	49	90,7	16 688,3	92,9
Rheinland-Pfalz												
1976	36	100,0	3 656,3	100,0	28	77,8	2 876,4	78,7	8	22,2	779,9	21,3
1989	36	100,0	3 631,6	100,0	26	72,2	2 563,8	70,6	10	27,8	1 067,8	29,4
1993	36	100,0	3 785,1	100,0	26	72,2	2 669,9	70,5	10	27,8	1 115,2	29,5
1997	36	100,0	3 977,9	100,0	26	72,2	2 808,1	70,6	10	27,8	1 169,8	29,4
1999	36	100,0	4 009,8	100,0	26	72,2	2 830,7	70,6	10	27,8	1 179,1	29,4
2001	36	100,0	4 028,2	100,0	26	72,2	2 843,3	70,6	10	27,8	1 184,9	29,4
Saarland												
1976	6	100,0	1 092,9	100,0	5	83,3	991,6	90,7	1	16,7	101,3	9,3
1989	6	100,0	1 055,5	100,0	5	83,3	955,8	90,6	1	16,7	99,7	9,4
1993	6	100,0	1 074,6	100,0	5	83,3	972,3	90,5	1	16,7	102,3	9,5
1997	6	100,0	1 084,4	100,0	5	83,3	978,5	90,2	1	16,7	105,8	9,8
1999	6	100,0	1 082,7	100,0	5	83,3	976,7	90,2	1	16,7	106,0	9,8
2001	6	100,0	1 072,5	100,0	5	83,3	966,6	90,1	1	16,7	105,9	9,9
Sachsen												
1993	54	100,0	4 723,4	100,0	33	61,1	2 166,6	45,9	21	38,9	2 556,8	54,1
1997	29	100,0	4 566,6	100,0	21	72,4	2 829,4	62,0	8	27,6	1 737,2	38,0
1999	29	100,0	4 537,6	100,0	21	72,4	2 839,5	62,6	8	27,6	1 698,1	37,4
2001	29	100,0	4 476,3	100,0	22	75,9	2 831,9	63,3	7	24,1	1 644,4	36,7
Sachsen-Anhalt												
1993	40	100,0	2 849,9	100,0	28	61,1	1 698,2	59,6	12	30,0	1 151,7	40,4
1997	24	100,0	2 738,9	100,0	19	72,4	1 876,9	68,5	5	20,8	862,0	31,5
1999	24	100,0	2 714,7	100,0	19	72,4	1 867,0	68,8	5	20,8	847,7	31,2
2001	24	100,0	2 663,6	100,0	19	79,2	1 842,2	69,2	5	20,8	821,4	30,8
Schleswig-Holstein												
1976	15	100,0	2 583,2	100,0	8	53,8	1 479,7	57,3	7	46,7	1 103,4	42,7
1989	15	100,0	2 554,5	100,0	9	60,0	1 509,4	59,1	6	40,0	1 045,1	40,9
1993	15	100,0	2 634,1	100,0	10	66,7	1 644,6	62,4	5	33,3	989,5	37,6
1997	15	100,0	2 725,5	100,0	10	66,7	1 690,7	62,0	5	33,3	1 034,8	38,0
1999	15	100,0	2 749,6	100,0	10	66,7	1 699,7	61,8	5	33,3	1 049,9	38,2
2001	15	100,0	2 770,0	100,0	10	66,7	1 705,2	61,6	5	33,3	1 064,8	38,4
Thüringen												
1993	40	100,0	2 591,7	100,0	8	20,0	404,6	15,6	32	80,0	2 187,1	84,4
1997	22	100,0	2 503,8	100,0	11	50,0	1 063,8	42,5	11	50,0	1 450,0	57,5
1999	23	100,0	2 484,9	100,0	11	47,8	1 055,8	42,4	12	52,2	1 429,1	57,4
2001	23	100,0	2 455,9	100,0	11	47,8	1 040,8	42,4	12	52,2	1 415,1	57,6
Deutschland gesamt												
1976	343	100,0	61 512,9	100,0	156	45,4	20 108,4	32,7	187	54,6	41 405,2	67,3
1989	328	100,0	61 095,8	100,0	160	48,8	22 275,4	36,5	168	51,2	38 820,4	63,5
1993	543	100,0	79 951,1	100,0	296	54,5	31 004,3	38,8	247	45,5	48 946,8	61,2
1997	439	100,0	81 817,4	100,0	242	55,1	33 646,2	41,1	197	44,9	48 171,3	58,9
1999	440	100,0	82 045,3	100,0	244	55,5	33 936,3	41,4	196	44,5	48 109,0	58,6
2001	440	100,0	82 086,9	100,0	246	55,9	34 390,2	41,9	194	44,1	47 696,7	58,1

⑰ **Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung nach Ländern 2001**

Land	Verlage als Herausgeber gesamt	davon überwiegend in			Land	Verlage als Herausgeber gesamt	davon überwiegend in		
		Allein-anbieter position	Erst-anbieter position	nach-rangiger Position			Allein-anbieter position	Erst-anbieter position	nach-rangiger Position
Baden-Württemberg					Sachsen				
Anzahl	71	30	33	8	Anzahl	12	8	1	3
Gesamtauflage in Tsd	2 226,8	989,6	1 097,3	139,9	Gesamtauflage in Tsd	1 038,5	968,8	14,6	55,1
Gesamtauflage in %	100	44,4	49,2	6,3	Gesamtauflage in %	100,0	93,3	1,4	5,3
Bayern					Sachsen-Anhalt				
Anzahl	70	41	24	5	Anzahl	4	3	-	1
Gesamtauflage in Tsd	2 606,5	1 431,1	1 084,8	90,6	Gesamtauflage in Tsd	645,8	614,7	-	31,1
Gesamtauflage in %	100,0	54,9	41,6	3,5	Gesamtauflage in %	100,0	95,2	-	4,8
Berlin					Schleswig-Holstein				
Anzahl	3	-	1	2	Anzahl	11	5	6	-
Gesamtauflage in Tsd	501,0	-	197,3	303,7	Gesamtauflage in Tsd	503,7	430,3	73,4	-
Gesamtauflage in %	100,0	-	39,0	60,6	Gesamtauflage in %	100,0	85,4	14,6	-
Brandenburg					Thüringen				
Anzahl	5	3	1	1	Anzahl	7	2	2	3
Gesamtauflage in Tsd	511,9	470,0	31,0	10,9	Gesamtauflage in Tsd	562,7	231,4	253,8	77,5
Gesamtauflage in %	100,0	91,8	6,1	2,1	Gesamtauflage in %	100,0	41,1	45,1	13,8
Bremen					Deutschland gesamt				
Anzahl	3	1	1	1	Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung				
Gesamtauflage in Tsd	252,8	55,0	171,2	26,6	Anzahl	335	140	157	38
Gesamtauflage in %	100,0	21,8	67,7	10,5	Anteil in %	100,0	41,8	46,9	11,3
Hamburg					Gesamtauflage in Tsd				
Anzahl	3	-	3	-	16 934,8	7 952,7	7 559,4	1 422,7	
Gesamtauflage in Tsd	332,1	-	332,1	-	Anteil in %				
Gesamtauflage in %	100,0	-	100,0	-	100,0	47,0	44,6	8,4	
Hessen					übrige Zeitungen				
Anzahl	31	6	21	4	Abonnementzeitungen mit überregionaler Verbreitung				
Gesamtauflage in Tsd	1 116,3	376,8	699,1	40,4	Anzahl	8			
Gesamtauflage in %	100,0	33,8	62,6	3,6	Gesamtauflage in Tsd	1 037,3			
Mecklenburg-Vorpommern					Abonnementzeitungen sprachlicher Minderheiten				
Anzahl	4	3	-	1	Anzahl	3			
Gesamtauflage in Tsd	443,6	431,1	-	12,5	Gesamtauflage in Tsd	10,4			
Gesamtauflage in %	100,0	97,2	-	2,8	Straßenverkaufszeitungen				
Niedersachsen					Anzahl				
Anzahl	55	29	23	3	10				
Gesamtauflage in Tsd	1 610,7	1 100,6	434,4	75,7	Gesamtauflage in Tsd	5 694,4			
Gesamtauflage in %	100,0	68,3	27,0	4,7	alle Zeitungen gesamt				
Nordrhein-Westfalen					Anzahl				
Anzahl	47	5	36	6	356				
Gesamtauflage in Tsd	3 638,4	120,6	2 959,1	558,7	Gesamtauflage in Tsd	23 676,9			
Gesamtauflage in %	100,0	3,3	81,3	15,4					
Rheinland-Pfalz									
Anzahl	8	3	5	-					
Gesamtauflage in Tsd	772,3	561,0	211,3	-					
Gesamtauflage in %	100,0	72,6	27,4	-					
Saarland									
Anzahl	1	1	-	-					
Gesamtauflage in Tsd	171,7	171,7	-	-					
Gesamtauflage in %	100,0	100,0	-	-					

18 Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung (ohne Zeitungen sprachlicher Minderheiten) nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001

Auflagengrößenklassen	Verlage als Herausgeber gesamt		davon überwiegend in				nachrangiger Position	
	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Alleinanbieterposition		Erstanbieterposition		Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd
			Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd		
Baden-Württemberg								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	2	2,7	-	-	-	-	2	2,7
2 001- 5 000	5	18,2	1	3,1	4	15,1	-	-
5 001- 10 000	16	121,9	6	42,7	7	54,9	3	24,3
10 001- 20 000	19	281,5	12	180,4	6	90,2	1	10,9
20 001- 40 000	12	319,0	4	108,7	7	173,2	1	37,1
40 001- 60 000	7	309,3	3	136,7	4	172,6	-	-
60 001-100 000	2	150,8	-	-	1	85,9	1	64,9
100 001-150 000	6	708,9	2	203,5	4	505,4	-	-
150 001-200 000	2	314,5	2	314,5	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	71	2 226,8	30	989,6	33	1 097,3	8	139,9
Bayern								
bis 1 000	1	0,9	-	-	1	0,9	-	-
1 001- 2 000	1	1,3	-	-	1	1,3	-	-
2 001- 5 000	7	25,6	3	10,7	3	10,4	2	4,5
5 001- 10 000	21	162,0	13	101,1	6	45,8	1	15,1
10 001- 20 000	16	218,2	10	139,1	6	79,1	-	-
20 001- 40 000	6	166,1	2	46,6	3	89,9	1	29,6
40 001- 60 000	6	290,8	5	249,4	-	-	1	41,4
60 001-100 000	5	384,7	5	384,7	-	-	-	-
100 001-150 000	3	399,6	1	128,6	2	271	-	-
150 001-200 000	2	311,1	1	160,8	1	150,3	-	-
200 001-250 000	1	210,1	1	210,1	-	-	-	-
über 250 000	1	436,1	-	-	1	436,1	-	-
alle Abonnementzeitungen	70	2 606,5	41	1 431,1	24	1 084,8	5	90,6
Berlin								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	1	137,9	-	-	-	-	1	137,9
150 001-200 000	2	363,1	-	-	1	197,3	1	165,8
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	3	501	-	-	1	197,3	2	303,7

⑱ Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung
(ohne Zeitungen sprachlicher Minderheiten) nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001 (Fortsetzung)

Auflagengrößen- klassen	Verlage als Herausgeber gesamt		davon überwiegend in					
	Anzahl	Gesamt- aufl. in Tsd	Alleinanbieter- position	Gesamt- aufl. in Tsd	Erstanbieter- position	Gesamt- aufl. in Tsd	nachrangiger Position	Gesamt- aufl. in Tsd
Brandenburg								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	1	10,9	-	-	-	-	1	10,9
20 001- 40 000	1	31,0	-	-	1	31,0	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	2	272,2	2	272,2	-	-	-	-
150 001-200 000	1	197,8	1	197,8	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnement- zeitungen	5	511,9	3	470,0	1	31,0	1	10,9
Bremen								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	1	26,6	-	-	-	-	1	26,6
40 001- 60 000	1	55,0	1	55,0	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	1	171,2	-	-	1	171,2	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnement- zeitungen	3	252,8	1	55,0	1	171,2	1	26,6
Hamburg								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	2	43,9	-	-	2	43,9	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	-	-	-	-	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	1	288,2	-	-	1	288,2	-	-
alle Abonnement- zeitungen	3	332,1	-	-	3	332,1	-	-

18 Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung (ohne Zeitungen sprachlicher Minderheiten) nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001 (Fortsetzung)

Auflagengrößenklassen	Verlage als Herausgeber gesamt		davon überwiegend in					
	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Alleinanbieterposition		Erstanbieterposition		nachrangiger Position	
			Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd
Hessen								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	4	12,8	-	-	3	8,4	1	4,4
5 001- 10 000	10	72,7	-	-	8	56,6	2	16,1
10 001- 20 000	5	81,6	3	45,5	1	16,2	1	19,9
20 001- 40 000	3	79,9	-	-	3	79,9	-	-
40 001- 60 000	4	214,5	1	50,1	3	164,4	-	-
60 001-100 000	2	173,4	1	99,2	1	74,2	-	-
100 001-150 000	1	107,2	-	-	1	107,2	-	-
150 001-200 000	2	374,2	1	182,0	1	192,2	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	31	1 116,3	6	376,8	21	699,1	4	40,4
Mecklenburg-Vorpommern								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	1	12,5	-	-	-	-	1	12,5
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	2	240,1	2	240,1	-	-	-	-
150 001-200 000	1	191,0	1	191,0	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	4	443,6	3	431,1	-	-	1	12,5
Niedersachsen								
bis 1 000	1	0,9	-	-	1	0,9	-	-
1 001- 2 000	1	2,0	-	-	1	2,0	-	-
2 001- 5 000	2	6,7	-	-	1	3,6	1	3,1
5 001- 10 000	13	99,9	5	46,9	7	45,3	1	7,7
10 001- 20 000	15	204,2	8	108,8	7	95,4	-	-
20 001- 40 000	14	401,4	9	275,6	5	125,8	-	-
40 001- 60 000	3	137,9	3	137,9	-	-	-	-
60 001-100 000	2	142,5	1	77,6	-	-	1	64,9
100 001-150 000	1	128,3	1	128,3	-	-	-	-
150 001-200 000	3	486,9	2	325,5	1	161,4	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	55	1 610,7	29	1 100,6	23	434,4	3	75,7

⑱ Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung
(ohne Zeitungen sprachlicher Minderheiten) nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001 (Fortsetzung)

Auflagengrößen- klassen	Verlage als Herausgeber gesamt		davon überwiegend in					
	Anzahl	Gesamt- aufl. in Tsd	Alleinanbieter- position	Gesamt- aufl. in Tsd	Erstanbieter- position	Gesamt- aufl. in Tsd	nachrangiger Position	Gesamt- aufl. in Tsd
Nordrhein-Westfalen								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	4	15,5	-	-	3	12,0	1	3,5
5 001- 10 000	6	45,4	1	9,9	4	26,1	1	9,4
10 001- 20 000	6	103,6	2	36,9	4	66,7	-	-
20 001- 40 000	9	267,2	1	25,0	8	242,2	-	-
40 001- 60 000	4	199,9	1	48,8	3	151,1	-	-
60 001-100 000	7	506,1	-	-	6	445	1	61,1
100 001-150 000	2	256,9	-	-	1	125,1	1	131,8
150 001-200 000	5	828,8	-	-	3	475,9	2	352,9
200 001-250 000	1	240,3	-	-	1	240,3	-	-
über 250 000	3	1 174,7	-	-	3	1 174,7	-	-
alle Abonnement- zeitungen	47	3 638,4	5	120,6	36	2 959,1	6	558,7
Rheinland-Pfalz								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	1	2,5	-	-	1	2,5	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	2	24,8	-	-	2	24,8	-	-
20 001- 40 000	1	22,6	-	-	1	22,6	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	1	100,3	1	100,3	-	-	-	-
150 001-200 000	1	161,4	-	-	1	161,4	-	-
200 001-250 000	2	460,7	2	460,7	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnement- zeitungen	8	772,3	3	561,0	5	211,3	-	-
Saarland								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	1	171,7	1	171,7	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnement- zeitungen	1	171,7	1	171,7	-	-	-	-

18 Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung (ohne Zeitungen sprachlicher Minderheiten) nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2001 (Fortsetzung)

Auflagengrößenklassen	Verlage als Herausgeber gesamt		davon überwiegend in					
	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Alleinanbieterposition		Erstanbieterposition		nachrangiger Position	
			Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd	Anzahl	Gesamt-aufl. in Tsd
Sachsen								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	1	6,9	-	-	-	-	1	6,9
10 001- 20 000	4	52,4	2	25,9	1	14,6	1	11,9
20 001- 40 000	4	128,8	3	92,5	-	-	1	36,3
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	-	-	-	-	-	-	-	-
200 001-250 000	2	464,4	2	464,4	-	-	-	-
über 250 000	1	386	1	386,0	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	12	1 038,5	8	968,8	1	14,6	3	55,1
Sachsen-Anhalt								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	1	18,7	1	18,7	-	-	-	-
20 001- 40 000	1	31,1	-	-	-	-	1	31,1
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	-	-	-	-	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	2	596,0	2	596,0	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	4	645,8	3	614,7	-	-	1	31,1
Schleswig-Holstein								
bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	2	7,4	-	-	2	7,4	-	-
5 001- 10 000	2	14,7	1	5,9	1	8,8	-	-
10 001- 20 000	3	45,6	1	11,7	2	33,9	-	-
20 001- 40 000	1	23,3	-	-	1	23,3	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-
100 001-150 000	2	221,9	2	221,9	-	-	-	-
150 001-200 000	1	190,8	1	190,8	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-
alle Abonnementzeitungen	11	503,7	5	430,3	6	73,4	-	-

- Besitzverhältnisse den tatsächlichen Verfügungs- und Einflussverhältnissen.“ Der Herausgeber der Studie, Walter A. Mahle, ergänzt das im Vorwort (S. VIII) noch durch die Feststellung „Im übrigen handelt es sich bei manchen Anteilseignern um Strohleute bekannter Unternehmen oder Personen. Nicht alle dieser Fälle sind uns bekannt, und sofern sie uns bekannt sind, können wir sie nur selten belegen und dürfen nicht von ihnen berichten.“ Für die hier vorliegende Zeitungsstatistik 2001 lässt sich nach dem Abgleich zwischen der AKM-Studie (S. XI, Anm. 8) und der Durchsicht der Impressa der hier relevanten Zeitungen sagen: 2001 sind lediglich fünf „Verlage als Herausgeber“ als Personen ohne Verlagsbenennung in den folgenden Fällen in den Impressa und damit auch in der Statistik vertreten: „Mindelheimer Zeitung“, „Frankenpost. Sechsamterbote“ (Wunsiedel), „Frankenpost. Sechsamter Neueste Nachrichten“ (Arzberg), „Lauterbacher Anzeiger“ und „Öffentlicher Anzeiger“ (Bad Kreuznach).
- 4) Nach Abgleich mit Böckelmann (Anm. 3), S. XI, Anm. 7, sind in der vorliegenden Statistik folgende Unternehmen mehrfach (je Titel) vertreten:
 - Axel Springer Verlag AG, Hamburg/Berlin: „Die Welt“ „Bild“ „Hamburger Abendblatt“ „Elmshorner Nachrichten“
 - Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover: „Hannoversche Allgemeine“ „Neue Presse“
 - DuMont Schauberg, Köln: „Kölner Stadt-Anzeiger“ „Express“
 - Bremer Presse AG, Bremen: „Weser Kurier“ „Bremer Nachrichten“
 - G + J Berliner Verlag, Berlin: „Berliner Zeitung“ „Berliner Kurier“
 - Ullstein GmbH, Berlin: „Berliner Morgenpost“ „B.Z.“
 - 5) Der Bezug des „Handelsblattes“ konnte als Betriebsausgabe für ein Wirtschaftsfachblatt steuerlich geltend gemacht werden; es setzte sich deshalb auch inhaltlich deutlich vom Stoffangebot der Tageszeitungen ab.
 - 6) Vgl. Informationen für den Menschen im Manager. Nun auch Sport und Kultur in der deutschen Wirtschaftspresse. In: Neue Zürcher Zeitung vom 23.2.2001, S. 49.
 - 7) Ähnliche Pläne von Rolf-Michael Kühne, in Kooperation mit örtlichen Zeitungsverlegern ein bundesweites Netz von verteilten, nicht primär als Anzeigenblätter konzipierten Sonntagszeitungen aufzubauen, scheiterten Mitte der 70er Jahre desaströs. Parallel zu den Freiburger Aktivitäten plante eine Gesellschaft für kundenorientiertes Marketing in Holzgerlingen (bei Stuttgart), von November 1999 an in acht deutschen Städten kostenlose Sonntagszeitungen herauszubringen (vgl. Mielke, Ralf: Alles umsonst. In: Berliner Zeitung vom 20.10.1999, S. 21), doch wurde das Vorhaben nicht umgesetzt.
 - 8) „Gratiszeitungen“ sind nur für den Leser kostenlos, müssen aber voll von den Anzeigenkunden finanziert werden. Statt des branchenüblichen Begriffs der „Gratiszeitung“ wird hier deshalb bewusst der Begriff der „Verteilzeitung“ verwendet. Begründet wird dies mit dem wichtigsten Unterschied zu Abonnement- und Kaufzeitungen, deren Auflage grundsätzlich verkauft, aber nicht verteilt wird. „Gratiszeitungen“ wären auch die Exemplare des „Sonstigen Verkaufs“ von Tageszeitungen, wenn sie zum Beispiel als Bordexemplare an Flugreisende verschenkt wurden. Schließlich macht der Begriff „Zeitung“ in „Verteilzeitung“ deutlich, dass es sich nicht um ein Anzeigenblatt handelt, sondern dieses Periodikum die Kriterien einer Zeitung erfüllt.
 - 9) Zur Entwicklung der Gratispresse vgl. auch Vogel, Andreas: Die tägliche Gratispresse. Ein neues Geschäftsmodell für Zeitungen in Europa. In: Media Perspektiven 11/2001, S. 576-584.
 - 10) Nach der Einstellung von „extra Köln“ hat mit gleichem Konzept die Axel Springer Verlag AG am 12. September 2001 montags bis freitags „extra Rhein-Neckar“ als Kaufzeitung mit einem Einzelverkaufspreis von 0,50 DM und einer Auflage von zunächst 50 000 Stück gestartet. „extra“ zielte auf ein junges Publikum, das jedoch nicht erreicht wurde; deshalb nahm der Verlag „extra Rhein-Neckar“ nach einem Monat wieder vom Markt.
 - 11) Der „General-Anzeiger“ wurde am 17. Oktober 2001 auch als Wochenblatt eingestellt.
 - 12) „Die Lampertheimer“ nahm zum 1. September 2001 wieder den traditionellen Namen „Lampertheimer Zeitung“ an.
 - 13) 1954 bezogen 48, 1964 54 Zeitungsverlage in sechs Bundesländern von der RdH ihren Zeitungsmantel. Vgl. auch Schütz, Walter J.: Zeitungsprognosen und Zeitungsentwicklung – historisch und aktuell. In: Jarren, Otfried/Gerd G. Kopper/Gabriele Toepser-Ziegler (Hrsg.): Zeitung. Medium mit Vergangenheit und Zukunft. München 2000, S. 213ff.
 - 14) Für die „SN. Schaumburger Nachrichten“ ist das im Zusammenhang mit der Einstellung des konkurrierenden „General-Anzeigers“ (Stadthagen) zu sehen.
 - 15) Die „Sächsische Zeitung“ wurde nach vorausgegangenen Warnstreiks vom 1. bis 20. Dezember 1999 bestreikt.
 - 16) Bei dem in der Fachpresse mehrfach behandelten „Outsourcing“ in Bad Ems sind die davon betroffenen beiden Ausgaben „Rhein-Lahn-Zeitung“ (Bad Ems/Lahnstein und Diez) nach wie vor in den Verlag der „Rhein-Zeitung“ (Koblenz) integriert. Aus dem Impressum beider Ausgaben ergibt sich kein Hinweis auf eine Ausgliederung aus dem Koblenzer Unternehmen; es heißt im Gegenteil: „Herausgeber und Verleger: Rhein-Zeitung Koblenz“. Nur für die redaktionellen Aufgaben wird eine rz-Rhein-Lahn GmbH genannt.
 - 17) Nach „BDZV intern“ v. 5.10.2001, S. 5 wurde die Ausgliederung in weitere Tochterverlage inzwischen fortgesetzt.
 - 18) So hat die „Westdeutsche Allgemeine“ (Essen) die Zahl ihrer lokalen Ausgaben noch einmal von 54 (1997) auf 59 (2001) gesteigert.
 - 19) Als „Qualitätszeitungen“ gelten hier sowohl die überregionalen Zeitungen („Die Tagespost“, „Junge Welt“, „Die Welt“, „Frankfurter Allgemeine“, „Neues Deutschland“, „die tageszeitung“ sowie – erstmalig in der Zeitungsstatistik 2001 – „Handelsblatt“ und „Financial Times Deutschland“, die mehr als die Hälfte ihrer Auflage ohne Bindung an ein bestimmtes örtliches oder regionales Verbreitungsgebiet absetzen) als auch Zeitungen mit überwiegender Verbreitung in einer Stadt oder Region, aber weitreichender publizistischer Geltung (als Beispiele seien genannt „Süddeutsche Zeitung“, „Der Tagesspiegel“, „Frankfurter Rundschau“, „Stuttgarter Zeitung“).
 - 20) Die „Kreiszeitung“ lässt die Sonntagsausgaben mit dem Titel der betreffenden Zeitung und dem Haupttitel „Sonntags-Tipp“ über den Kreis der Abonnenten hinaus „allen erreichbaren Haushalten“ zustellen. Vgl. auch Schütz, Walter J.: Zeitungsprognosen und Zeitungsentwicklung – historisch und aktuell (Anm. 13), S. 216f.
 - 21) Auflagedichte = Zahl der verkauften Zeitungsexemplare je 1 000 Einwohner; vgl. Schütz, Walter J.: Auflagedichte im deutschen Zeitungsmarkt. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen 2000. Berlin 2000, S. 252-265. 1999 betrug die Auflagedichte, bezogen auf je 1 000 deutsche Einwohner, sowohl im westlichen als auch im östlichen Bundesgebiet, übereinstimmend je 323 Zeitungsexemplare. Durch die seither eingetretenen größeren Auflagenverluste im Osten Deutschlands ist die Auflagedichte dort inzwischen niedriger als in den alten Bundesländern.
 - 22) Schütz, Walter, J.: Deutsche Tagespresse 1997. In: Media Perspektiven 12/1997, S. 676.
 - 23) Vgl. auch Schütz (Anm. 13), S. 217-225.
 - 24) Aus dem Kreis der größten deutschen Zeitungen ist die „Schwäbische Zeitung“ nach der Aufteilung in Lokalverlage ausgeschieden; neu aufgenommen wurde das „Handelsblatt“.
 - 25) Aufschlüsse darüber gibt das Nachschlagewerk von Böckelmann (Anm. 3).

