

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2004

→ Bewegung im Zeitungsmarkt 2004

Von Horst Röper*

Horizontale Konzentration wächst

Die Krise im Zeitungsmarkt hält an, und die Rezession im Werbemarkt ist noch nicht überwunden. Nachdem die Verlagswirtschaft in den ersten Monaten dieses Jahres keine weiteren Einbrüche bei den Werbeumsätzen gemeldet hat, einige Verlage sogar leichte Zugewinne verzeichneten, scheint die Talsohle erreicht. Noch ist aber nicht absehbar, wie lange die Branche im Tal verharren muss, bevor der Werbemarkt wieder deutlich anziehen wird. Mit der Talfahrt haben auch die erwarteten Anpassungen begonnen: (1) Etliche Lokalausgaben sind inzwischen eingestellt, Verlage vollständig oder teilweise verkauft worden. Die horizontale Konzentration wächst. Die jüngsten Fälle betrafen die Frankfurter Rundschau, die von der SPD-Medienholding Deutsche Druck- und Verlags GmbH zu 90 Prozent übernommen worden ist, die beim Kartellamt angemeldete mehrheitliche Übernahme der Rhein-Zeitung in Koblenz durch den Saarbrücker Zeitungsverlag und damit durch den Holtzbrinck-Konzern sowie den zunächst minoritären Einstieg des Springer-Konzerns beim Westfalen-Blatt in Bielefeld.

Im folgenden Beitrag wird zunächst die aktuelle Entwicklung im Zeitungsmarkt geschildert; es folgt eine Darstellung des Konzentrationsgrades im Zeitungsmarkt anhand einer Untersuchung der zehn größten Verlagsgruppen. Anschließend werden die derzeit vom Bundeswirtschaftsminister geplanten Neuregelungen des Kartellrechts für die Presse diskutiert. Letztlich wird das Kernproblem für die Sicherung von Zeitungsvielfalt beschrieben und ein Vorschlag zu einer Beseitigung dieses Problems vorgestellt.

Innovationen im Zeitungsmarkt

Innovationen bei Zeitungen waren über Jahrzehnte auch im internationalen Markt eher selten. Für Furore sorgen in vielen westeuropäischen Märkten Zeitungen, die in einem sehr kleinen Format, dem so genannten Tabloid-Format erscheinen, das einst vor allem von Boulevardzeitungen genutzt worden ist. Erste Versuche in Großbritannien, inhaltlich identische Produkte neben dem herkömmlichen auch im kleinen Format anzubieten, waren so erfolgreich, dass Wettbewerber eilig nachzogen, um nicht Leser zu verlieren. Inzwischen erscheinen einige Zeitungen sogar ausschließlich im verkleinerten Format. Neben Verlagen in Großbritannien haben auch Anbieter in den skandinavischen Ländern sowie erste Verlage in Belgien, den Niederlanden und der Schweiz auf das Tabloid-Format um-

gestellt oder bieten ihre Zeitung sowohl im traditionellen als auch im kleinen Format an. Die Zurückhaltung deutscher Verlage ist auffällig und dürfte insbesondere mit den fehlenden Druckmaschinen für das kleine Format zusammenhängen. Immerhin testet mit dem Springer-Konzern nun auch der erste Verlag hierzulande das kleine Format (siehe weiter unten).

Neben drucktechnischen Neuerungen wird im Ausland auch der Marktzugang mit neuen Zeitungen gewagt. So erschienen in den Niederlanden und der Tschechischen Republik neue Sonntagszeitungen sowohl mit nationaler als auch mit regionaler Verbreitung. In Großbritannien gibt es erneut Bestrebungen, eine überregionale Qualitätszeitung zu gründen, nachdem mit dem Independent vor Jahren schon einmal eine Markteinführung erfolgreich war. In Österreich startet im Juni Sport, ein Themenblatt, das siebenmal wöchentlich erscheinen wird. In Polen ist Springers Boulevardtitel Fakt seit Oktober letzten Jahres sehr erfolgreich.

Während im europäischen Ausland wenigstens hin und wieder neue Zeitungen erschienen, Verbreitungsgebiete vergrößert oder andere Neuheiten zumindest versuchsweise eingeführt wurden, verharrte die deutsche Branche in den letzten Jahren weitgehend starr. Die meisten Verlage waren seit Beginn der Werbekrise im Jahr 2001 zunächst ausschließlich mit Kostenbegrenzungen beschäftigt. Diese Phase der innerbetrieblichen Neuausrichtung endet nie, aber immerhin scheint die alleinige Konzentration auf Kostenreduktionen inzwischen beendet. Köpfe und Mittel sind frei für neue Schritte.

Plötzlich versuchen sich gleich mehrere Verlage mit Markteinführungen:

- Im sächsischen Görlitz haben lokal engagierte Initiatoren mit einem neuen Verlag das Lokalblatt Görlitzer Allgemeine gegründet, das seit Mitte April gegen den bisherigen Monopolisten Sächsische Zeitung antrat. Wie immer waren die Rahmenbedingungen für den Neuling äußerst schwierig. Der Kontrahent war selbst erst im November letzten Jahres mit der Sonntagszeitung Sachsen am Sonntag in den Markt gegangen, die parallel zur Sächsischen Zeitung als eigenständiger Titel erscheint. Man startete in Dresden und seinem Umland, und rechtzeitig zum Markteintritt des neuen Konkurrenten wurde auch in Görlitz eine Lokalausgabe herausgebracht. Zudem verzichtete die Sächsische Zeitung für ihre Lokalausgabe in Görlitz auf die im übrigen Verbreitungsgebiet am 1. April vollzogene Preiserhöhung von 70 auf 80 Cent. Sechs Wochen nach dem Start wurde das Erscheinen der Görlitzer Allgemeinen zunächst ausgesetzt.
- In Cottbus versucht der Monopolverlag der Lausitzer Rundschau seit Mai, neue Leserkreise mit einer sehr preisgünstigen neuen Zeitung zu erschließen. Der Titel 20 Cent ist Programm, strahlt aber nicht eben das Image redaktioneller Leistung aus.
- Auch der Springer-Konzern testet über den Preis einzelne Marktnischen. Seit Ende Mai wird

Fixierung auf Kostenreduktionen im deutschen Zeitungsmarkt scheint beendet

Neue Markteinführungen

Tabloid-Format und weitere Neuerungen in westeuropäischen Zeitungsmärkten

* Medienwissenschaftler, Geschäftsführer des FORMATT-Instituts, Dortmund.

insbesondere das Nachrichtenangebot der Welt für eine neue Zeitung im kleineren Format genutzt. Welt Kompakt wird mit 32 Seiten während einer Testphase von acht Wochen in Berlin angeboten. Der Preis beträgt 50 Cent.

– Bereits Anfang Mai lancierte der Konzern in den Testmärkten Bremen, Dortmund und Saarbrücken die Sonntagszeitung Sport Live. Das Blatt mit 48 bis 64 Seiten kostet in der Probephase 50 Cent (zunächst 30 Cent). Inzwischen ist der Versuch beendet, das Blatt eingestellt.

Erschließung neuer Umsatzfelder (z.B. Buchbeilagen)

Auf einem anderen Feld versucht der Süddeutsche Verlag, den nachlassenden Zeitungsumsatz in Teilen auszugleichen. Mit der SZ-Bibliothek „50 Romane des 20. Jahrhunderts“ werden Reprints zum günstigen Preis von 4,95 Euro angeboten, wobei Abonnenten die Gesamtreihe zum Vorzugspreis von 4 Euro pro Buch erwerben können. (2) Schon jetzt zeichnet sich eine sehr hohe Auflage ab. Der SZ-Verlag hat die Idee von einem italienischen Zeitungsverlag übernommen, der mit einem ähnlichen Projekt sehr erfolgreich war. Die Aktion ist ein Beispiel für Versuche, Marktpositionen und Leserbeziehungen von Zeitungen auch jenseits des Zeitungsverkaufs für neue Umsatzfelder zu erschließen. Die Süddeutsche Zeitung bietet ihren Lesern zudem seit Anfang Mai ein neues Supplement. Zusammen mit der amerikanischen Mutterredaktion wird die Beilage The New York Times International Weekly aus Beiträgen des Mutterblatts in englischer Sprache zusammengestellt. (3)

Konzentrationsentwicklung

Wie in den Vorjahren basieren die im Folgenden vorgelegten Daten über den Konzentrationsgrad im Zeitungsmarkt auf den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen im Tageszeitungsmarkt. Den dabei berücksichtigten Auflagenzahlen liegen die Angaben der IVW für das erste Quartal 2004 zugrunde. (4) Die Systematik der Statistik entspricht derjenigen aus der letzten Untersuchung im Jahr 2002.

Kriterien der Konzentrationsmessung

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

Tochterverlag ausgewiesen. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.

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

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

Die summarischen Konzentrationswerte für den Zeitungsmarkt sind gegenüber 2002 weitgehend unverändert geblieben. Der Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen bei den Abonnementzeitungen liegt mit 28,8 Prozent exakt auf dem gleichen Niveau und beträgt bei den Boulevardzeitungen 95,1 Prozent gegenüber 94,6 Prozent zwei Jahre zuvor. Im Gesamtmarkt ist der Anteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen sogar erstmals seit vielen Jahren rückläufig und liegt bei 56,1 gegenüber 56,3 Prozent (vgl. Tabelle 1). Der Rückgang geht vor allem auf die deutlichen Auflagenverluste bei den Boulevardzeitungen (BILD, Express) und den dadurch gesunkenen Gesamtauflagen der Verlagsgruppen Springer und DuMont zurück. Zudem verzeichnet auch der WAZ-Konzern mit seinen Abonnementzeitungen in Nordrhein-Westfalen und Thüringen erhebliche Auflagenverluste. Kompensiert werden diese Verluste weitgehend durch die fortschreitende horizontale Konzentration und den damit verbundenen Auflagensteigerungen insbesondere der Verlagsgruppen Ippen und Madsack. Dabei spiegelt sich ein Teil der jüngeren Konzentrationsfälle aus methodischen Gründen in dieser Statistik noch nicht wider:

- Dazu gehört die fast vollständige Übernahme der Frankfurter Rundschau durch die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg), deren Vollzug zunächst das Bundeskartellamt zustimmen muss. Die ddvg, eine Holding des Unternehmensbereichs der SPD, wäre ansonsten bereits unter die zehn größten Verlagsgruppen aufgestiegen.
- Der Einstieg des Springer-Konzerns beim Westfalen-Blatt in Bielefeld, da der Konzern im ersten Schritt nur knapp 15 Prozent der Anteile übernimmt und damit die Erfassungsschwelle noch unterschreitet.
- Beim Holtzbrinck-Konzern ist die bislang nur angekündigte, aber nicht vollzogene Übernahme der Mehrheit der Rhein-Zeitung in Koblenz noch nicht berücksichtigt sowie die bereits länger anhängige Übernahme des Berliner Verlags (Berliner

Unveränderter Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen, Auflagenverluste bei Boulevardzeitungen

Jüngere Konzentrationsfälle noch nicht in Statistik berücksichtigt

① **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**

anteilige Auflage, in %

Rang	Verlagsgruppe	2004	2002	2000	1997	1995	1993	1991	1989
Tageszeitungen gesamt									
1.	Axel Springer AG	22,7	23,4	23,6	23,7	23,3	22,8	23,9	26,7
2.	Verlagsgruppe WAZ, Essen	6,0	6,1	6,0	5,9	5,5	5,6	5,0	6,0
3.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	5,0	4,9	5,0	5,0	5,0	5,2	5,0	3,2
4.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4,0	4,2	4,4	4,0	4,4	4,5	4,5	3,3
5.	Ippen-Gruppe	3,9	3,8	2,9	2,7	2,7	2,7	2,4	3,0
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	41,6	42,3	42,3	42,0	41,8	41,9	41,6	42,8
6.	Holtzbrinck, Stuttgart	3,6	3,4	2,5	2,5	2,5	2,5	-	-
7.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	3,1	2,9	3,0	3,0	2,9	3,1	3,2	2,4
8.	Gruner + Jahr, Hamburg	2,8	2,8	2,8	3,4	3,6	3,8	3,2	-
9.	Madsack, Hannover	2,5	2,2	2,4	2,3	2,5	2,1	2,2	1,9
10.	Süddeutsche Zeitung, München	2,5	2,6	3,3	3,2	3,2	3,3	3,2	3,6
	Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen*	56,1	56,3	55,9	55,7	55,7	55,6	54,4	54,8
Abonnementzeitungen									
1.	Verlagsgruppe WAZ, Essen	7,7	7,9	7,9	7,8	7,2	7,2	6,6	8,3
2.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	6,4	6,4	6,5	6,6	6,6	6,7	6,7	4,4
3.	Axel Springer AG	6,0	6	6,3	6,2	6,3	6,3	6,6	5,7
4.	Holtzbrinck, Stuttgart	4,7	4,4	4,2	3,6	3,6	3,7	3,9	1,9
5.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4,0	4,1	3,9	3,9	3,8	4,1	4,2	3,4
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	28,8	28,8	28,8	27,8	27,5	28,0	28,0	24,9
Kaufzeitungen									
1.	Axel Springer AG	81,1	81,5	81,0	80,5	78,2	77,3	74,7	81,9
2.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4,4	4,5	4,8	5,3	6,9	7,2	6,0	6,7
3.	Abendzeitung, München	3,6	3,4	3,3	3,3	3,4	3,7	3,5	4,6
4.	Ippen-Gruppe, München	3,3	3,1	3,2	6,8	7,1	7,4	6,5	2,6
5.	Berliner Kurier	2,7	2,1	2,8	2,6	2,5	2,8	2,5	3,1
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen*	95,1	94,6	95,1	98,5	98,1	98,4	93,2	98,9

* Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Die Rangfolge basiert allein auf den Werten im Jahr 2004. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Zeitung und Berliner Kurier) durch den Holtzbrinck-Konzern. Da das Bundeskartellamt die Übernahme untersagt hat und der anschließende Versuch, eine Ministererlaubnis einzuholen, wegen Aussichtslosigkeit abgebrochen wurde, gehört der Verlag formal weiterhin Gruner + Jahr, obwohl die Hamburger die kartellrechtlichen Probleme schon beim Verkauf gesehen und entsprechend das Risiko auf den Käufer Holtzbrinck verlagert hatten. Mit dem Vollzug des Verkaufs wird Gruner + Jahr dann aus dem Kreis der größten Verlagsgruppen ausscheiden. Der Verkauf der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost in Sachsen, gleichfalls schon vor Jahren angekündigt, ist derzeit nicht aktuell.

Gesamtauflagen im Zeitungsmarkt deutlich gesunken

An der Zusammensetzung der führenden Verlage hat sich im Vergleich zu 2002 nichts geändert, und auch die Rangfolge ist annähernd gleich geblieben. Allein der Süddeutsche Verlag (jetzt Rang 9) und die Verlagsgesellschaft Madsack haben ihre Positionen getauscht. Die Gesamtauflagen im Zeitungs-

markt sind erneut deutlich gesunken. Die von der IVW erfasste Auflage liegt im ersten Quartal dieses Jahres mit 26,3 Millionen Exemplaren um rund 1,25 Millionen unter jener von 2002. Den mit 300 000 Exemplaren relativ höchsten Verlust weisen die Boulevardzeitungen auf, deren Gesamtauflage mit unter fünf Millionen Exemplaren so gering wie seit Jahrzehnten nicht mehr ist. Die Abonnementzeitungen verkauften insgesamt 17,2 Millionen Exemplare und damit 650 000 weniger als noch 2002 (vgl. Tabelle 2).

1. Axel Springer AG, Hamburg/Berlin

Durch die Insolvenz der KirchMedia hatte die Verlegerin Springer die Chance zu einer eigenen Mehrheit im Konzern. Bis dahin war Friede Springer nur indirekt über die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co KG in Berlin am Konzern beteiligt. Die KG hält einen Anteil von 50 Prozent plus einer Aktie. 90 Prozent der Anteile der Familienholding besitzt Friede Springer. Jeweils 5 Prozent halten die Enkel des Konzerngrün-

Friede Springer übernahm Mehrheit im Konzern

② Entwicklung der Tagespresse zwischen 1989 und 2004

Auflage in Exemplaren

Jahr	Tageszeitungen gesamt nach IVW	davon Sonntags- zeitungen	nicht berück- sichtigte Titel	Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	davon Abonnement- zeitungen	Kaufzeitungen
2004	26 283 855	4 091 092	70 126	22 122 637	17 189 663	4 932 974
2002	27 558 789	4 338 003	247 749	23 173 260	17 839 186	5 334 074
2000	28 538 292	4 354 324	247 749	23 936 219	18 364 009	5 572 210
1997	29 661 074	4 603 096	218 537	24 839 441	18 970 793	5 868 648
1995	30 088 032	4 487 265	226 695	25 460 947	19 445 447	6 015 500
1993	30 544 428	4 553 564	209 744	25 855 320	19 854 626	6 000 694
1991	27 438 700	4 222 172	245 708	22 970 820	16 106 242	6 864 578
1989	24 141 886	3 686 783	198 861	20 256 242	14 651 980	5 604 262

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

ders Axel Sven und Ariane Melanie Springer. Da Axel Sven Springer die Erbregelungen angefochten hatte, konnte sich Friede Springer der eigenen Mehrheit am Konzern nicht sicher sein. Durch den Kauf eines Aktienpakets in Höhe von 10 Prozent aus der Hinterlassenschaft des Kirch-Konzerns ist dies anders. Die übrigen Anteile aus dem Paket der KirchMedia haben insbesondere die US-amerikanische Firma Hellman & Friedman (19,4%) sowie der Konzern selbst (10%) übernommen.

Ausbau des Zeitungs- geschäfts im Ausland

Der Zeitungsmarkt hatte stets besondere Bedeutung für den Springer-Konzern, und diese Bedeutung ist mit dem Dienstantritt von Mathias Döpfner als Vorstandsvorsitzender noch gewachsen. Döpfner sieht im Zeitungsmarkt eine Säule des Kerngeschäfts, die er national und international ausbauen möchte. Im Ausland war die Gründung der Boulevardzeitung Fakt in Polen ein Erfolg. Das Blatt hat sich sehr schnell als meist verkaufte Zeitung etabliert. Viel gewichtiger ist der geplante Einstieg bei der Telegraph-Gruppe in London. Die Verlagsgruppe zählt mit einem Marktanteil von 7 Prozent zu den größten Zeitungshäusern in Großbritannien und verlegt insbesondere die überregionalen Titel Daily Telegraph (900 000 Exemplare) und Sunday Telegraph. (5)

Bisher keine wesent- liche Expansion im deutschen Zeitungsmarkt

Im deutschen Markt hat Springer noch keine wesentlichen Expansionsschritte unternommen. Eine erste Beteiligung am Westfalen-Blatt in Ostwestfalen (Auflage 126 700 Exemplare) wird in der Statistik noch nicht berücksichtigt, da Springers Anteil mit 14,5 Prozent zunächst noch deutlich unter der Erfassungsschwelle von 25 Prozent liegt. Dies wird sich in den nächsten Jahren durch Aufstockung der Beteiligung allerdings ändern. Am 24. Mai hat Springer eine verschlankte Ausgabe der Welt als eigenständige Zeitung gestartet. Welt Kompakt ist ein innovativer Versuch, mit dem kleinen Tabloid-Format nach Jahren fehlender Marktzugänge einen neuen Titel zu etablieren. (6) Springer hatte schon während des so genannten Kölner Zeitungskrieges mit der Gratiszeitung Köln Extra Neuland betreten. Nach dem Scheitern des Konkurrenten 20 Minuten Köln vom norwegischen Schibsted-Konzern wurde auch Köln Extra einge-

stellt. Aufbauend auf den Erfahrungen mit der Gratiszeitung war dann im September 2001 der Titel Extra Rhein-Neckar zum Preis von 50 Pfennig gestartet, wegen fehlender Nachfrage aber schon wenige Wochen später wieder eingestellt worden.

Die anteilige Gesamtauflage des Konzerns ist in den beiden letzten Jahren um 400 000 auf fünf Millionen Exemplare deutlich gesunken. Der Verlust geht überwiegend auf das Konto von Bild, die allein 300 000 Exemplare weniger verkauft. In ihrer besten Zeit hatte die Boulevardzeitung mehr als fünf Millionen Exemplare verkauft. In den 90er Jahren ist die Auflage deutlich zurückgegangen und hat im ersten Quartal 2004 mit nur noch 3,8 Millionen Exemplaren einen neuen Tiefstand erreicht (vgl. Tabelle 3). Entsprechend ist auch der Anteil des Springer-Konzerns am Gesamtmarkt rückläufig und liegt aktuell bei 22,7 Prozent (2002: 23,4%). An den Abonnementzeitungen hält Springer einen Anteil von 6,0 Prozent (6,0%) und bei den Boulevardzeitungen 81,1 Prozent (81,5%).

2. Verlagsgruppe WAZ, Essen

Auch der WAZ-Konzern hat sowohl in Nordrhein-Westfalen als auch in Thüringen Auflage eingebüßt. Bei der Zusammensetzung der Verlagsgruppe haben sich in den letzten beiden Jahren aber keine Veränderungen ergeben. Allein bei der Ostthüringer Zeitung in Gera will der Konzern dem jahrelangen Drängen des Bundeskartellamts entsprechen und den Besitz am Verlag auf die ursprünglich vereinbarte Beteiligungshöhe reduzieren. Der WAZ-Konzern hatte mit dem Kartellamt und der damaligen Teuhandanstalt eine Beteiligung in Höhe von 40 Prozent vereinbart. 60 Prozent sollten abgegeben werden. Verkauft wurde aber nur ein Anteil von 40 Prozent. Und dieser Anteil wurde schon bald wieder zurückgekauft. Nachdem die Klage des Konzerns gegen den Entscheid des Bundeskartellamts auf Beteiligungsreduktion vom Bundesgerichtshof abschlägig beurteilt worden war, hatten die Kartellrichter einen Teilverkauf angeordnet und letztlich ein Zwangsgeld angedroht.

Der Anteil am Gesamtmarkt ist von 6,1 auf 6,0 Prozent gesunken. Bei den Abonnementzeitungen

Deutliche Auflagen- verluste bei Bild

Unveränderte Zusammensetzung der Verlagsgruppe

③ Axel Springer AG, Hamburg/Berlin¹⁾

Titel	Anteil in %	2002 ²⁾		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV ³⁾	4 083 300	4 083 300	3 781 300	3 781 300
Hamburger Abendblatt	MV ³⁾	288 200	288 200	283 400	283 400
B.Z. (7 x wö)	MV ³⁾	262 500	262 500	220 300	220 300
Die Welt	MV ³⁾	233 700	233 700	202 700	202 700
Elmshorner Nachrichten ³⁾	MV ³⁾	11 400	11 400	10 700	10 700
Berliner Morgenpost	100	157 700	157 700	152 300	152 300
Bergedorfer Zeitung ³⁾	100	20 800	20 800	20 000	20 000
Ostsee-Zeitung ⁴⁾	74,5	182 100	135 665	171 200	127 500
Leipziger Volkszeitung ⁵⁾	50,0	220 200	110 100	226 800	113 400
Dresdner Neueste Nachrichten ⁶⁾	50,0	35 300	17 650	33 500	16 800
Lübecker Nachrichten ⁷⁾	49,0	109 500	53 655	111 600	54 700
Naumburger Tageblatt ⁸⁾	37,5	18 300	6 862	17 000	6 400
Pinneberger Tageblatt ⁹⁾	28,7	22 700	6 515	24 500	7 000
Harburger Anzeigen und Nachrichten ³⁾¹⁰⁾	24,8	22 200	5 506	20 000	5 000
Kieler Nachrichten ¹¹⁾	24,5	106 300	26 044	102 500	25 100
Gesamtauflage		5 786 000	5 425 497	5 377 800	5 026 600

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

- 1) Nicht aufgeführt werden kleinere, indirekte Beteiligungen des Konzerns, z. B. am nordkurier in Neubrandenburg oder der Segeberger Zeitung.
- 2) Wegen der unterschiedlichen Zusammensetzung der Verlagsgruppen in den einzelnen Jahren ergeben die Summenbildungen für 2002 nicht zwingend die ausgewiesenen Werte.
- 3) Die Bergedorfer Zeitung, die Elmshorner Nachrichten und die Harburger Anzeigen und Nachrichten sowie die Uetersener Nachrichten übernehmen den Mantel von der Arbeitsgemeinschaft Norddeutscher Zeitungen. Bis Ende März 2004 gehörte die Zentralredaktion zu den Harburger Anzeigen. Seit April 2004 wird den vier Titeln der Mantel von einer eigens in der Springer-Zentrale eingerichteten Redaktion geliefert.
- 4) Ostsee-Zeitung: Das Blatt gehört je zur Hälfte den Lübecker Nachrichten und dem Springer-Konzern. Der Konzern ist also direkt und indirekt beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich ein Kapitalanteil von 74,5 %.
- 5) Leipziger Volkszeitung: Der Konzern ist direkt mit 50 % beteiligt. Die andere Hälfte der Anteile gehört zur Verlagsgruppe Madsack (vgl. weiter unten). Die Auflage der in 2002 noch verzeichneten LVZ/Muldentalzeitung wird inzwischen unter der Leipziger Volkszeitung subsummiert.
- 6) Dresdner Neueste Nachrichten: Der Springer-Konzern hält die Beteiligung über den Verlag der Leipziger Volkszeitung.
- 7) Lübecker Nachrichten: 49 % gehören der Axel Springer AG. Eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlagsbeteiligungs AG bleibt unberücksichtigt.
- 8) Am Tageblatt in Naumburg ist der Verlag der Leipziger Volkszeitung mit 75,1 % beteiligt.
- 9) Pinneberger Tageblatt: Der Springer-Konzern hält direkt 23,4 % und ist über die Beteiligung in Kiel an weiteren 21,6 % beteiligt. Insgesamt wird der Verlagsgruppe eine Beteiligung von 28,7 % angerechnet. Die übrigen Anteile am Pinneberger Verlag hält der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag in Flensburg.
- 10) Harburger Anzeigen und Nachrichten: Der Konzern hält direkt einen Anteil von 24,8 %. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.
- 11) Kieler Nachrichten: Der Konzern hält direkt knapp 25 % der Anteile. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

hält der Konzern 7,7 Prozent (7,9%), ist aber trotz des Verlustes mit Abstand Marktführer geblieben (vgl. Tabelle 4).

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

Übernahme einer weiteren Lokalzeitung

Die baden-württembergische Gruppe ist erneut um einen Titel gewachsen. Die Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft hat Anfang dieses Jahres das Lokalblatt Kornwestheimer Zeitung vollständig übernommen. Das Blatt hatte schon zuvor genau wie viele andere Zeitungen in Baden-Württemberg den Mantel von den Stuttgarter Nachrichten bezogen. Zumindest der Verleger der Südwest Presse in Ulm, Eberhard Ebner, hatte sich auch für die Rhein-Zeitung in Koblenz interessiert, war aber gescheitert. Die baden-württembergische Gruppe weist nur einen geringen Auflagenrückgang auf und hat in einem kleineren Markt den Anteil auf 5,0 Prozent (4,9%) leicht gesteigert. Bei den Abonnementzeitungen kommt sie genau wie vor zwei Jahren auf 6,4 Prozent (vgl. Tabelle 5).

4. Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Der Konzern DuMont Schauberg hatte – ausgelöst durch die Werbekrise – in den letzten Geschäftsjahren hohe Verluste erlitten. Im Zuge von Sparmaßnahmen hat die Kölnische Rundschau ihre Ausgabe für Leverkusen eingestellt. Beim Kölner Stadt-Anzeiger wurde die Lokalredaktion in Gummersbach geschlossen. In Oberbergischen Kreisen erscheinen beide Zeitungen nun mit identischem Lokalteil. Nachdem die Kosten durch Einsparungen und durch Verkäufe von Randaktivitäten deutlich gesenkt worden sind, will auch die Kölner Gruppe wieder expandieren. Genau wie viele andere Verlage hatte sich auch DuMont für die Rhein-Zeitung interessiert, deren Verbreitungsgebiet an jenes der Kölner Titel angrenzt, war aber nicht zum Zuge gekommen. In diesem Jahr wurde die Marktstellung im Rheinland durch eine kleinprozentige Überkreuzbeteiligung mit dem Verlag des General-Anzeigers in Bonn festigt. Seit der Übernahme der Kölnischen Rundschau besteht zwar in Bonn ein direktes Wettbewerbsverhältnis im Zeitungsmarkt, die Kontakte zwischen den beiden Verlagen hat diese Konkurrenz aber nicht eingeschränkt. Die Konkurrenz ist ohnehin begrenzt, denn die Bonner Ausgabe der Rundschau hat erhebliche Auflagen-

Nach Einsparungen und Verkäufen soll wieder expandiert werden

④ Verlagsgruppe WAZ, Essen¹⁾

Titel	Anteil in %	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westfälische Allgemeine Zeitung	MV*	1 049 700	1 049 700	999 900	999 900
Westfälische Rundschau ²⁾	100				
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung ³⁾	100				
Westfalenpost ⁴⁾	100				
Osthüringer Zeitung ^{5) 6)}	100	147 000	147 000	135 000	135 000
Thüringische Landeszeitung ⁷⁾	100	52 000	52 000	45 000	45 000
Thüringer Allgemeine ⁵⁾	50	237 000	118 500	220 000	110 000
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung ⁸⁾	24,8	29 100	7 217	24 400	6 100
Die Kitzinger ⁹⁾	100	6 300	6 300	6 100	6 100
Saale-Zeitung ¹⁰⁾	100	15 900	15 900	15 500	15 500
Meininger Tageblatt ¹¹⁾	50	16 570	8 285	15 100	7 600
Gesamtauflage		1 553 570	1 404 902	1 461 000	1 325 200

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

- Der Konzern meldet der IVW keine Einzelaufgaben der Zeitungen, wohl aber die Summe aller Titel in Nordrhein-Westfalen sowie die Summe der Titel in Thüringen inkl. der kooperierenden Thüringischen Landeszeitung. Für den Iserlohner Kreisanzeiger nennt der Konzern abweichend eine Teilaufgabe. Die übrige Auflage in Nordrhein-Westfalen dürfte sich auf die vier Titel in etwa wie folgt verteilen: WAZ 560 000, WR 160 000, NRZ 145 000, WP 135 000 Exemplare.
- Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau. Dem Konzern gehören am Verlag 86,9 %.
- Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4 % des Verlages.
- Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
- Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 403 700 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- Der Konzern besitzt die Osthüringer Zeitung in Gera noch vollständig. Das Bundeskartellamt verlangt eine deutliche Anteilsreduktion, die aber bislang nicht vollzogen worden ist.
- Die Auflage der Thüringischen Landeszeitung (TLZ) wird in dieser Statistik dem Konzern analog zur Zurechnung des Bundeskartellamts angerechnet, obwohl keine Kapitalverflechtungen bestehen. Der Konzern nimmt über ein Tochterunternehmen freilich alle Verlagstätigkeiten der TLZ bis auf die Redaktion wahr.
- Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8 %. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.
- Mitte 2001 hat der WAZ-Konzern Die Kitzinger vollständig übernommen.
- Der WAZ-Konzern hat Anfang 2002 95 % am bayerischen Verlag in Bad Kissingen übernommen. Entsprechend wird die Auflage vollständig zugerechnet.
- Zum Verlag der Saale-Zeitung gehört auch ein Anteil von 50 % an der Meininger Mediengesellschaft. Der Verlag gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meiningen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört über den Verlag des Freien Worts überwiegend zur Verlagsgruppe der Süddeutschen Zeitung.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

anteile eingebüßt, ohne dass gezielte Anstrengungen für Gegenmaßnahmen erkennbar wären. Schon vor der wechselseitigen Beteiligung gab es zahlreiche Kooperationen (so z.B. im Vertrieb oder bei Anzeigenblättern). Für diese Statistik über Verlagsgruppen spielt die Beteiligung am General-Anzeiger wegen ihrer geringen Höhe keine Rolle.

Probleme mit Boulevardzeitung Express

Inzwischen anhaltende Probleme hat die Verlagsgruppe mit ihrem Boulevardtitel Express. Die Auflage ist von rund 210 000 auf knapp 190 000 Exemplare gesunken. Insbesondere der Ableger Düsseldorf Express hat gegenüber erfolgreichen Jahren die Hälfte der Käufer verloren und dürfte mit nur noch 54 000 Exemplaren nicht mehr kostendeckend sein. Der Ableger Mitteldeutscher Express in Sachsen-Anhalt war schon vor Jahren eingestellt worden. Die Verlagsgruppe verkauft gegenüber 2002 gut 70 000 Exemplare weniger (vgl. Tabelle 6). Der Marktanteil ist von 4,2 auf 4,0 Prozent gesunken. Bei den Abonnementzeitungen kommt DuMont noch auf 4,0 Prozent (4,1 %), bei den Boulevardzeitungen auf 4,4 Prozent (4,5 %).

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

Die seit Jahrzehnten expandierende Verlagsgruppe des Verlegers Dirk Ippen ist zuletzt weitgehend unverändert geblieben. Durch eine Neuordnung der

Beteiligungen an der Hersfelder Zeitung ist auch dieser Titel, der in Nachbarschaft zur Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen (HNA) erscheint, anteilig zur Gruppe hinzugekommen. Der Verlag der HNA hält eine direkte Beteiligung und zudem eine indirekte über die MBG Medien Beteiligungsgesellschaft mbH. Sehr ähnlich verhält es sich inzwischen bei der Werra Rundschau in Eschwege. Der Verlag der HNA hält schon seit Jahren eine Beteiligung in Höhe von 20 Prozent. Die gleichfalls schon vor Jahren beabsichtigte Verdoppelung des Anteils hatte das Bundeskartellamt untersagt. Nun hat die MBG Medien einen Anteil von 20 Prozent übernommen und damit faktisch die ursprüngliche Absicht umgesetzt. Nicht mehr aufgeführt ist das Lokalblatt Vlothoer Anzeiger in Ostwestfalen, das mit Wirkung zum Jahresende 2003 an den Nachbarverlag des Mindener Tageblatts verkauft worden ist. (7) Die kleine Zeitung hatte für die Verlagsgruppe keine Bedeutung mehr, nachdem der Versuch Ippens, sich am Westfalen-Blatt zu beteiligen, gescheitert war. Für Ippen war das Westfalen-Blatt auch deshalb lukrativ, weil sich gerade deren auflagenstarke südliche Ausgaben an das Verbreitungsgebiet der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen anschließen. Mit dem beabsichtigten Einstieg beim Westfalen-Blatt wäre der nordrhein-west-

Wichtigste Teilmärkte sind Bayern und Hessen

⑤ **Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung / Die Rheinpfalz, Ludwigshafen / Südwest Presse, Ulm**

Titel	Anteil in %	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung ^{1) 2)} und Stuttgarter Nachrichten ^{1) 3)}	MV*	209 400	209 400	202 200	202 200
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV*	247 300	247 300	247 000	247 000
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV*	106 500	106 500	106 200	106 200
freie presse ⁴⁾	100	377 200	377 200	350 800	350 800
Märkische Oderzeitung ⁶⁾	100	118 100	118 100	109 300	109 300
Südwest Presse, Metzingen ⁷⁾ und Reutlinger Nachrichten	100	13 900	13 900	13 700	13 700
Alb Bote ⁸⁾	100	5 200	5 200	5 200	5 200
Rundschau für den Schwäbischen Wald ⁹⁾	100	5 100	5 100	5 000	5 000
Tauber-Zeitung ¹⁰⁾	100	6 100	6 100	5 900	5 900
Pirmasenser Zeitung ¹¹⁾	100	14 300	14 300	13 800	13 800
Kornwestheimer Zeitung ^{12)**}	100	k. A.	k. A.	4 600	4 600
Leonberger Kreiszeitung ¹³⁾	50	16 400	8 200	16 100	8 000
Geislinger Zeitung ¹⁴⁾	50	14 900	7 450	14 600	7 300
Waiblinger Kreiszeitung ¹⁵⁾	36	47 500	17 100	46 000	16 600
Hohenloher Tagblatt ¹⁶⁾	69,2	15 600	10 795	15 000	10 400
Gesamtauflage		1 197 500	1 146 645	1 155 400	1 106 000

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

** Gehörte 2002 noch nicht zur Verlagsgruppe.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

fälische Markt für die Gruppe wieder bedeutender geworden. Die wichtigsten Teilmärkte sind heute Bayern und Hessen. Die Gruppe verfügt über keine Holding, sondern wird vom Verleger von München aus gesteuert. Im Zuge der Übernahme der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeine hat sich deren ehemaliger Eigner, die Familie Dierichs, an der Ippen-Gruppe beteiligt. Die Dierichs-Verwaltungs GmbH besitzt einen Anteil an dem kleinen Verlag der Leine Deister Zeitung, über den zugleich wesentliche Beteiligungen der Gruppe ge-

halten werden. Im Gesamtmarkt kommt die Ippen-Gruppe nun auf 3,9 Prozent (3,8%), bei den Boulevardtiteln mit der tz auf 3,3 Prozent (3,1%) (vgl. Tabelle 7).

6. Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Die Darstellung der Verlagsgruppe Holtzbrinck ist derzeit schwierig, da die Beteiligungen in Berlin nicht so geordnet werden konnten, wie der Konzern es geplant hatte. Durch das Veto des Bundeskartellamts gegen den Kauf des Berliner Verlags (Berliner Zeitung und Berliner Kurier) und durch die Übernahme des kartellrechtlichen Risikos bei

Für den Kauf des Berliner Verlags hofft Holtzbrinck auf Deregulierung des Kartellrechts

⑥ Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Titel	Anteil in %	2002		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau ¹⁾	MV*	405 100	405 100	387 300	387 300
Express ¹⁾	MV*	209 300	209 300	188 500	188 500
Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	100	315 300	315 300	286 800	286 800
Düsseldorf-Express ³⁾	50	63 200	31 600	53 900	26 900
Naumburger Tageblatt ⁴⁾	24,9	18 300	4 557	17 000	4 200
Gesamtauflage		1 011 200	965 857	933 500	893 700

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

diesem Kauf hat sich der Holtzbrinck-Konzern in eine schwierige Lage gebracht. Die angedachte Lösung, den Tagesspiegel an den ehemaligen Konzernmanager Gerckens zu veräußern und damit beim Berliner Verlag freie Hand zu bekommen, ist gescheitert. Das Bundeskartellamt war nicht von der Ernsthaftigkeit und von der Dauerhaftigkeit des Verkaufs überzeugt und ordnet den Tagesspiegel weiterhin dem Holtzbrinck-Konzern zu. Die verfahren Situation in Berlin lässt sich aus der Sicht des Konzerns mit dem derzeitigen Kartellrecht nicht beheben. Der Konzern hofft, dass die im Wirtschaftsministerium geplante Deregulierung des Kartellrechts demnächst eine Lösung der strittigen Besitzverhältnisse bei den Berliner Zeitungen zulässt. Ohne kartellrechtliche Probleme hatte Holtzbrinck zuvor seinen Anteil am Tagesspiegel von 74,9 auf 99 Prozent erhöht.

Einigung zur weitgehenden Übernahme der Rhein-Zeitung

Unterdessen hat sich der Konzern mit den derzeitigen Eignern der Rhein-Zeitung in Koblenz über eine weitgehende Übernahme geeinigt. Angestrebt ist die Übernahme der Anteile von drei der vier Besitzerfamilien. Nur die Familie Theissen will als Minderheitsseigner im Unternehmen bleiben. Mit der Rhein-Zeitung würde der Konzern die Region vom Saarland bis zur Grenze zwischen Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen größtenteils beherrschen. An den Monopolzeitungen Saarbrücker Zeitung und Trierischer Volksfreund ist der Konzern jeweils mehrheitlich beteiligt. An das Verbreitungsgebiet des Volksfreund schließt im Norden die Rhein-Zeitung direkt an. Zum Stichtag dieser Untersuchung war die Beteiligung allerdings noch nicht vollzogen und bleibt daher unberücksichtigt. Bei einer weitgehenden Übernahme der Rhein-Zeitung (229 000 Exemplare) würde der Marktanteil der Verlagsgruppe Holtzbrinck auf 4,4 Prozent steigen. Derzeitig beträgt er im Gesamtmarkt 3,6 Prozent (3,4%) und 4,7 Prozent (4,4%) bei den Abonnementzeitungen. Der leichte Zuwachs bei der anteiligen Auflage geht auf eine Erhöhung der Kapitalbeteiligung am Saarbrücker Verlag und damit auch an seinen Tochterunternehmen zurück (vgl. Tabelle 8).

7. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Bei der Verlagsgruppe der FAZ haben sich keine Veränderungen ergeben. Auch als die Nachbarzeitung Frankfurter Rundschau wegen anhaltender wirtschaftlicher Probleme einen Partner suchte, zeigte sich die FAZ am Verlag nicht interessiert, sehr wohl aber an der Druckerei der Frankfurter Rundschau. Da Verlag und Druckerei in einer Hand bleiben sollten, blieb das Interesse einseitig. Der Auflagenrückgang von nur 1 Prozent ist vergleichsweise gering. Im schrumpfenden Gesamtmarkt hat die FAZ-Gruppe ihren Anteil sogar von 2,9 auf 3,1 Prozent gesteigert (vgl. Tabelle 9).

Vergleichsweise geringer Auflagenrückgang

8. Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg

Da der Verkauf der beiden Zeitungen in Berlin noch nicht vollzogen werden konnte, zählt Gruner + Jahr mit einem Anteil von gleichbleibend 2,8 Prozent noch zu den größten Verlagsgruppen. Der gleichfalls geplante Verkauf der sächsischen Titel ist vorläufig ausgesetzt worden. Langfristig soll allein die Wirtschaftszeitung Financial Times Deutschland gehalten werden, deren Auflage erneut gestiegen ist (vgl. Tabelle 10). (8)

Weitgehender Ausstieg aus dem Zeitungsmarkt noch nicht vollzogen

9. Verlagsgruppe Madsack/Gerstenberg, Hannover

Die Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover ist in den letzten Jahren insbesondere ins Nachbarland Hessen expandiert. Zunächst hat sie 51 Prozent an der Oberhessischen Presse in Marburg übernommen und zudem Anfang des Jahres die Waldeckische Landeszeitung in Korbach vollständig gekauft. Die beiden Zeitungen haben zusammen eine Auflage von knapp 60 000 Exemplaren und sind maßgeblich für die Steigerung der Gesamtauflage und den damit verbundenen Aufstieg auf den neunten Rang unter den größten Verlagsgruppen. Der Anteil im Gesamtmarkt stieg von 2,2 auf 2,5 Prozent. Die Zukäufe waren für Madsack leicht zu finanzieren, da die Verlagsgesellschaft die Werbekrise besser als viele andere Verlage gemeistert hat. Trotz sinkender Werbeumsätze und eines rückläufigen Gesamtumsatzes wurde ein stattlicher Gewinn er-

Aufstieg auf den neunten Rang unter den größten Verlagsgruppen

⑦ Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger/Ippen

Titel	Anteil in %	2002 ¹⁾		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur ²⁾	MV*	201 300	201 300	209 100	209 100
tz ²⁾	MV*	164 900	164 900	161 300	161 300
Oberbayerisches Volksblatt ³⁾	MV*	75 300	75 300	73 600	73 600
Westfälischer Anzeiger ⁴⁾	MV*	48 700	48 700	46 000	46 000
Oranienburger Generalanzeiger ⁵⁾	100	30 200	30 200	28 700	28 700
Leine Deister Zeitung ⁶⁾	100	5 200	5 200	5 200	5 200
Fehmarnsches Tageblatt ⁷⁾	100	2 300	2 300	2 200	2 200
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁸⁾	100	2 100	2 100	2 100	2 100
Hessische/Nieders. Allgemeine ⁹⁾	100	179 700	179 700	176 100	176 100
Rotenburger Kreiszeitung ¹⁰⁾	75	11 800	8 850	11 400	8 500
Schongauer Nachrichten ¹¹⁾	70,4	9 800	6 899	9 600	6 800
Allgemeine Zeitung + Isenhagener Kreisblatt ¹²⁾	70	26 800	18 760	25 600	17 900
Altmark-Zeitung ¹³⁾	70	29 700	20 790	24 500	17 100
Lüdenscheider Nachrichten ¹⁴⁾	60,8	36 100	21 949	34 300	20 300
Kreiszeitung, Syke ¹⁵⁾	50,9	80 400	40 924	74 300	37 800
Wildeshauser Zeitung ¹⁶⁾	50,9	3 100	1 578	3 000	1 500
Offenbach Post ¹⁷⁾	50	49 600	24 800	48 000	24 000
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ¹⁷⁾	50	4 300	2 150	4 300	2 100
Soester Anzeiger ¹⁸⁾	40	38 800	15 520	33 300	13 300
Werra Rundschau ¹⁹⁾	40	k. A.	k. A.	12 800	5 100
Hersfelder Zeitung ²⁰⁾	25	k. A.	k. A.	16 200	5 200
Gesamtauflage		1 005 300	877 120	1 001 600	863 900

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

** Gehörte 2002 noch nicht zur Verlagsgruppe.

- 1) Wegen der unterschiedlichen Zusammensetzung der Verlagsgruppen in den einzelnen Jahren ergeben die Summenbildungen für 2002 nicht zwingend die ausgewiesenen Werte.
- 2) Bei den Verlagen des Münchener Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Dirk Ippen hält 24,99 %, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 26,4 %, die Oberbayerisches Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 29,2 %, der Verleger Alfons Döser 6,9 % und die Süddeutsche Verlag GmbH 12,5 %. Der Süddeutsche Verlag wurde trotz dieses Anteils aber nicht dieser Verlagsgruppe zugerechnet, da er mit dieser konkurriert und eine eigene Verlagsgruppe bildet.
- 3) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 4) Westfälischer Anzeiger: Ippen ist über den Verlag der Leine-Deister-Zeitung an seinem Stammverlag in Hamm beteiligt. Dieser unterhält enge Kontakte mit den westfälischen Verlagen, an denen die Gruppe beteiligt ist, bildet mit ihnen einen Anzeigenverbund und liefert ihnen den Hauptteil. Redaktionelle Kooperationen bestehen zudem mit dem Hellweger Anzeiger in Unna und dem Patriot in Lippstadt.
- 5) Oranienburger Generalanzeiger: Die Zeitung gehört über den Westfälischen Anzeiger vollständig zur Verlagsgruppe.
- 6) Leine-Deister-Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört der Familie Ippen. Über diesen Verlag wird eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen der Gruppe gehalten.
- 7) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, 80 % der Anteile. Die Auflage wird entsprechend der Verlagsgruppe vollständig zugeordnet.
- 8) Die Heiligenhafener Post wird vom Verlag des Fehmarnsches Tageblatts herausgegeben.
- 9) Die Ippen-Gruppe hält 90 % der Anteile. Der Verlag der HNA ist auch an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- 10) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke hält 75% der Anteile, beliefert das Blatt mit dem überregionalen Mantel.
- 11) Schongauer Nachrichten: Die Lokalzeitung gehört überwiegend zur Verlagsgruppe. Der Anteil der Verlagsgruppe wird gehalten vom Verleger Ippen in Höhe von 45,5 % und vom Mutterverlag des Oberbayerischen Volksblatts (24,9 %). Insgesamt ergibt sich ein Anteil von 70,4 %. Die übrigen Anteile halten Geschäftsfreunde von Dirk Ippen.
- 12) Der Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide gibt auch das Isenhagener Kreisblatt heraus, dessen Auflage in den Daten für die Allgemeine Zeitung enthalten ist.
- 13) Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide, an dem Dirk Ippen einen Anteil von 70 % hält.
- 14) Lüdenscheider Nachrichten: Neben dem Lüdenscheider Titel erscheinen auch die Meinerzhagener Zeitung, das Altenaer Kreisblatt, der Allgemeine Anzeiger (Halver) und der Süderländer Volksfreund in der Märkischen Zeitungsverlag GmbH & Co KG. Die Anteile halten im Wesentlichen die drei früheren Verlage der Zeitungen und der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich auf 60 %.
- 15) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7 % hält die Leine-Deister-Zeitung. Hinzu kommen gut 10 % durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- 16) Wildeshauser Zeitung: Die Kreiszeitung in Syke besitzt den kleinen Verlag vollständig. Sie liefert dem Kleinverlag auch den Hauptteil und bildet mit ihm eine Anzeigenkooperation.
- 17) Offenbach Post: An der Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG hält der Westfälische Anzeiger 60 % und die Leine-Deister-Zeitung 40 %. An der persönlich haftenden GmbH ist der Westfälische Anzeiger mit 30 % beteiligt, die Leine-Deister-Zeitung mit 20 %. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 18) Soester Anzeiger: Der 40-Prozent-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten. Der Verlag in Soest verlegt auch die Mendener Zeitung.
- 19) Die anteilige Zuordnung der Hersfelder Zeitung zur Gruppe ist schwierig, da über den Verlag der HNA direkt nur ein Anteil von 19,5 % gehalten wird. Zusammen mit einer indirekten Beteiligung liegt die Beteiligung bei gut 25 %. Darüber hinaus ist ein Teil der übrigen Eigner auch über andere Geschäftsbeziehungen mit der Verlagsgruppe verflochten.
- 20) Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau beteiligt.

Quelle: FORMAT-Institut, Dortmund.

zielt. Die ohnehin dominante Marktstellung im südlichen Niedersachsen war schon in den letzten

Jahren durch eine Kooperation mit dem Verlag der Dewezet in Hameln gestärkt worden. Seit April dieses Jahres übernehmen die Dewezet und die

⑧ Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Titel	Anteil in %	2002		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Main Post und Fränkisches Volksblatt ¹⁾	100	149 600	149 600	148 500	148 500
Südkurier ²⁾	100	146 700	146 700	143 300	143 300
Handelsblatt ³⁾	100	141 300	141 300	144 300	144 300
Der Tagesspiegel ⁴⁾	100	138 500	103 737	136 300	136 300
Saarbrücker Zeitung ⁵⁾	55,9	170 700	92 349	160 000	89 400
Lausitzer Rundschau ⁶⁾	55,9	142 700	77 201	126 900	70 900
Trierischer Volksfreund ⁷⁾	55,9	99 600	53 884	100 300	56 000
Pfälzischer Merkur ⁷⁾	55,9	10 200	5 518	9 400	5 200
Potsdamer Neueste Nachrichten ⁸⁾	100	10 700	10 700	10 100	10 100
Gesamtauflage		1 010 000	780 989	979 100	804 000

- 1) Der Verlag der Main Post gehört vollständig zum Konzern, nachdem 1 % der Anteile von der KirchBeteiligung zurückerworben worden ist. Zum Verlag gehörten auch das Fränkische Volksblatt und die Lokalzeitung Steigerwald Bote. In der Auflagenzahl für die Main Post sind das Fränkische Volksblatt, der Bote vom Haßgau und der Steigerwald Bote enthalten.
- 2) Die drei Gesellschafter der Holtzbrinck-Zentrale halten jeder ein Drittel der Anteile an der Südkurier GmbH. Der Konstanzer Verlag besitzt den Alb-Boten in Waldshut, dessen Auflage in jener des Südkuriers berücksichtigt ist.
- 3) Der Anteil der Verlagsgruppe am Handelsblatt ist wieder auf 90 % gestiegen. Den Rest hält die Dow Jones & Company. Die Verlagsgruppe hat einen Teil der einst an Dow Jones abgegebenen Anteile wieder übernommen. Da der Kapitalanteil über der Schwelle von 75 % liegt, wird die Auflage des Handelsblatts vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 4) Die Familie von Holtzbrinck hat ihren Anteil zunächst auf 99 % aufgestockt. Im Zuge der kartellrechtlichen Auseinandersetzungen wegen der geplanten Übernahme des Berliner Verlags ist der Tagesspiegel formal dann an den ehemaligen Holtzbrinck-Manager Pierre Gerckens abgegeben worden. Das Bundeskartellamt ist von dieser Transaktion nicht überzeugt und ordnet den Tagesspiegel weiterhin Holtzbrinck zu. Entsprechend wird hier verfahren.
- 5) An der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH sind die drei Gesellschafter der Holtzbrinck-Zentrale nach einer geringen Anteilsaufstockung mit zusammen 55,9 % beteiligt.
- 6) Die Lausitzer Rundschau erscheint in einem Tochterunternehmen des Saarbrücker Verlags.
- 7) Der Trierische Volksfreund und der Pfälzische Merkur in Zweibrücken gehören zum Verlag der Saarbrücker Zeitung.
- 8) Die Potsdamer Neuesten Nachrichten gehören vollständig zum Konzern.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑨ Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Titel	Anteil in %	2002		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV*	390 700	390 700	386 200	386 200
Frankfurter Neue Presse ¹⁾	100	98 300	98 300	108 900	108 900
Märkische Allgemeine ²⁾	100	193 500	193 500	180 100	180 100
Gesamtauflage		682 500	682 500	675 200	675 200

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

- 1) Die beiden wichtigsten Gesellschafter der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH sind die Fazit-Stiftung mit 56,4 % und die Frankfurter Societäts-Druckerei, der Verlag der Frankfurter Neuen Presse, mit 27,6 %. 11,5 % hält die GmbH an eigenen Anteilen. Der Rest verteilt sich auf kleine Beteiligungen der FAZ-Herausgeber. Die Frankfurter Societäts-Druckerei gehört zu 51 % der Fazit-Stiftung. Den Rest teilen sich die Verleger Peter Kluthe 9,9 % (Werra Rundschau) und Werner Wirthle (2 %) sowie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (37,1 %).
- 2) Die Märkische Allgemeine gehört vollständig der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

mit ihr verflochtenen Lokalzeitungen den überregionalen Teil von der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung. Die Dewezet hat ihre Hauptredaktion geschlossen (vgl. Tabelle 11).

Erhebliche Schwierigkeiten durch Werbekrise

10. Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag
Nach äußerst gewinnträchtigen Jahren ist der Süddeutsche Verlag mit der Werbekrise in erhebliche Schwierigkeiten geraten. Kosteneinsparungen in großem Umfang wurden unumgänglich. So wurde unter anderem die speziell für Nordrhein-Westfalen erstellte Ausgabe wieder eingestellt und die Redaktion aufgelöst. Nach langem Zögern mussten die Eignerfamilien zudem einen Teil des Unternehmens verkaufen. Die Südwestdeutsche Medien Holding in Stuttgart hat einen Anteil von knapp 20

Prozent übernommen, der der baden-württembergischen Verlagsgruppe wegen des Unterschreitens der Relevanzschwelle allerdings nicht zugerechnet wird. Der Einstieg der Stuttgarter war mit kartellrechtlichen Problemen behaftet, da der Süddeutsche Verlag über das Beteiligungsunternehmen Frankenpost mit der Stuttgarter Gruppe im Wettbewerb stand. Dies galt insbesondere für die zur Frankenpost gehörende Lokalzeitung Vogtland Anzeiger, die in Sachsen in einem Teil des Verbreitungsgebietes der Freien Presse erscheint. Die Freie Presse wiederum gehört zur baden-württembergischen Verlagsgruppe. Die kartellrechtlichen Probleme wurden schließlich durch den Verkauf der Mehrheitsanteile an der Frankenpost an den Min-

⑩ Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg

Titel	Anteil in %	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Berliner Zeitung ¹⁾	100	191 300	191 300	192 500	192 500
Berliner Kurier (7 x wö) ¹⁾	100	152 400	152 400	134 600	134 600
Sächsische Zeitung ²⁾	60	329 700	197 820	307 500	184 500
Morgenpost für Sachsen ³⁾	60	104 900	62 940	103 500	62 000
Financial Times Deutschland ⁴⁾	50	80 400	40 200	93 900	47 000
Gesamtauflage		858 700	644 660	831 800	620 600

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑪ Verlagsgruppe Madsack, Hannover¹⁾

Titel	Anteil in %	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover ²⁾	MV [*]	229 900	229 900	224 600	224 600
Göttinger Tageblatt ³⁾	100	48 200	48 200	46 900	46 900
Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine ⁴⁾	100	35 100	35 100	36 900	36 900
Peiner Allgemeine Zeitung ⁵⁾	100	22 400	22 400	21 800	21 800
Waldeckische Landeszeitung ^{6**)}	100	k. A.	k. A.	27 000	27 000
Schaumburger Nachrichten ⁷⁾	100	16 900	16 900	17 000	17 000
Oberhessische Presse ^{8**)}	51	k. A.	k. A.	31 500	16 100
Leipziger Volkszeitung ⁹⁾	50	220 200	110 100	226 800	113 400
Dresdner Neueste Nachrichten/Die Union ⁹⁾	50	35 300	17 650	33 500	16 700
Naumburger Tageblatt ¹⁰⁾	37,5	18 300	6 863	17 000	6 400
Cellesche Zeitung ¹¹⁾	50	32 800	16 400	33 100	16 600
Gandersheimer Kreisblatt ¹²⁾	33	5 900	1 947	5 600	1 900
Täglicher Anzeiger ¹³⁾	30	12 300	3 690	11 900	3 600
AZ Alfelder Zeitung ¹⁴⁾	24,5	9 800	2 401	9 500	2 300
Gesamtauflage		698 900	517 451	743 100	551 200

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

** Gehörte 2002 noch nicht zur Verlagsgruppe.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

derheitseigner, die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg), beseitigt. Die ddvg gehört zum Unternehmensbereich der SPD. Da die ddvg einen Teilverkauf der Frankenpost angekündigt hat, wäre

auch ein Wiedereinstieg der Süddeutschen Zeitung möglich.

⑫ Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag, München

Titel	Anteil in %	2002 ¹⁾		2004	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Süddeutsche Zeitung	MV*	434 700	434 700	437 100	437 100
Neue Presse, Coburg ²⁾	70	29 800	20 860	28 900	20 300
Freies Wort ²⁾ und stz Südthüringer Zeitung ³⁾	70	93 200	65 240	87 400	61 200
Meininger Tageblatt ⁴⁾	35	16 570	5 800	15 100	5 300
Donau Kurier ⁵⁾	25	87 500	21 875	87 500	21 900
Gesamtauflage		730 870	596 845	656 000	545 800

* MV = Mutterverlag; Anteilshöhe nicht immer 100 %.

1) Wegen der unterschiedlichen Zusammensetzung der Verlagsgruppen in den einzelnen Jahren ergeben die Summenbildungen für 2002 nicht zwingend die ausgewiesenen Werte.

2) Am Verlag des Freien Wort in Suhl und der Neuen Presse in Coburg halten der Süddeutsche Verlag je 70 %, die SPD je 30 %.

3) Dem Verlag in Suhl gehört die stz Südthüringer Zeitung.

4) Zum Verlag des Freien Worts gehört auch ein Anteil von 50 % an der Meininger Mediengesellschaft. Der Verlag gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meiningen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört mittelbar zur Verlagsgruppe der WAZ.

5) Am Donau Kurier in Ingolstadt ist der Süddeutsche Verlag mit 25 % beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Vor allem durch den Verkauf der Frankenpost ist die Gesamtauflage der Münchener Verlagsgruppe um rund 75 000 Exemplare gesunken. Der Marktanteil beträgt noch 2,5 Prozent (2,6%) (vgl. Tabelle 12).

Kartellrecht

Im Zeichen der derzeitigen Krise und angespornt von zeitweiligen Verhandlungen über eine Ministererlaubnis zur Übernahme der Berliner Zeitung durch den Holtzbrinck-Konzern plant Wirtschaftsminister Wolfgang Clement nun eine Novellierung der Presseklause im Kartellrecht. Die Vorbereitungen im vorparlamentarischen Raum sind weit gediehen. Das Kabinett hat die Vorschläge Clements im Mai verabschiedet. Die Änderungen zum Pressemarkt sollen zusammen mit Anpassungen des nationalen Kartellrechts an EU-Regeln vom Parlament verabschiedet werden und sollten wegen des von der EU gesetzten Termins noch im Frühjahr umgesetzt werden. Dieser Termin ließ sich nicht halten. Nun soll sich der Bundestag nach der Sommerpause mit der Novellierung befassen, wobei das Junktim mit den EU-Regelungen und damit der Zeitdruck bestehen bleiben, ohne dass dieser für die Presseregulungen sachlich bedingt wäre.

Wirtschaftsminister plant Novellierung der Presseklause im Kartellrecht

Geplante Änderung würde Expansionswünschen mittlerer Verlage entgegenkommen

Seit den 70er Jahren hat sich das Parlament nicht mehr gründlich mit dem Pressemarkt beschäftigt, das Thema allenfalls etwa bei spezifischen Regelungen zum Datenschutz gestreift. Dieses Versäumnis wiegt um so schwerer, da Clement plant, die Presseklause nicht nur zu modifizieren, sondern die Regelungen grundsätzlich zu ändern. Zum einen soll die Erfassungsschwelle für die Zuständigkeit des Bundeskartellamts bei Fusionen von derzeit 25 auf 50 Millionen Euro erhöht werden. Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) hatte nach kontroverser interner Debatte sogar eine Erhöhung auf 100 Mio Euro gefordert. Die geplante Änderung würde vor allem den mittleren Verlagen und deren Expansionswünschen entgegenkommen. Sie könnten künftig bei Unter-

schreiten der Umsatzschwelle, ohne das Veto des Bundeskartellamts befürchten zu müssen, sogar direkte Konkurrenten übernehmen. Solche Fälle ökonomischer Konzentration wären ohne Zweifel mit verstärkter publizistischer Konzentration verbunden, denn betriebswirtschaftlich macht es häufig für Verlage keinen Sinn, in einem Gebiet zwei Zeitungen anzubieten. Letztlich ist die neue Höhe der Erfassungsschwelle voluntaristisch festgelegt worden, denn über Folgeabschätzungen unterschiedlicher Regelungen ist nichts bekannt.

Zudem soll auch für die Presse eine Bagatellklause eingeführt werden, die auf einen Jahresumsatz von 2 Mio Euro fixiert ist, wobei es ausreicht, wenn ein an der Fusion beteiligter Verlag die Schwelle unterschreitet. Auch diese Regelung eröffnet kontrollfreie Räume. In der Praxis dürfte die Fallzahl wegen der geringen Umsatzhöhe aber begrenzt sein, da ein Teil der Verlage mit geringen Umsätzen schon heute zu größeren Verlagsgruppen gehört.

Weit folgenreicher wäre aber wohl ein im Gesetzentwurf vorgesehener Einschnitt, der einem Paradigmawechsel im Kartellrecht gleichkäme. Danach ist vorgesehen, dass das Kartellamt im Zeitungsmarkt selbst wettbewerbsschädliche Übernahmen akzeptieren muss, (9) wenn „die beteiligten Zeitungen langfristig als eigenständige redaktionelle Einheiten erhalten bleiben“. Dies sei zu vermuten, wenn entweder der verkaufende Verleger oder ein beliebiger Dritter einen Anteil von mehr als 25 Prozent des Kapitals behält bzw. übernimmt, die Titelrechte besitzt und zudem bestimmte Rechte in Bezug auf Unternehmensentscheidungen mit publizistischen Folgen wahrnehmen kann. Der Dritte soll damit die unabhängige Existenz der Zeitung sichern.

Diese beabsichtigte Regelung beinhaltet weitreichende Gefahren. Zum einen ist sie deutlich auf

Kartellamt soll zukünftig auch wettbewerbsschädliche Übernahmen akzeptieren

Großverlage zugeschnitten, die bereits heute über erheblichen publizistischen Einfluss verfügen. Zudem sind die Regeln diffus und öffnen dem Missbrauch Tür und Tor. Selbstverständlich verfügen alle Großverlage über eine Vielzahl von Kontakten zu Dritten, die sich beinahe spielend als Interessenvertreter der Mehrheitseigner instrumentalisieren ließen, ohne dass ihre tatsächliche Abhängigkeit bzw. Parteilichkeit gerichtsfest nachzuweisen wäre. In der Wirtschaftsgeschichte gibt es eine Fülle von Fällen mit so genannten Strohleuten.

Zweiter Referentenentwurf: Bedingungen für wettbewerbsschädliche Übernahme

Im nachgebesserten zweiten Referentenentwurf wurde versucht, die weitreichende Deregulierung einzugrenzen. Die Sonderregelung ist konditioniert worden. Eine Übernahme trotz dadurch bewirkter Nachteile für den Wettbewerb soll nur erlaubt werden, „wenn der Fortbestand der erworbenen Zeitung als eigenständige redaktionelle Einheit aufgrund anhaltender Probleme der betroffenen Zeitung mit hoher Wahrscheinlichkeit ohne den Zusammenschluss ernsthaft gefährdet wäre.“ (10) Eine solche Regelung aber ist überflüssig. Schon bislang hat das Bundeskartellamt bei Einstellungsgefahr für einen Titel die Sanierungsfusion zugelassen. Bekanntes Beispiel dafür ist der Kauf der Kölnischen Rundschau durch den örtlichen Wettbewerber Kölner Stadt-Anzeiger. Der Sinn der neuen Regelung erschließt sich erst über den Kommentar. Darin ist nicht mehr von einer ernsthaften Existenzgefährdung die Rede, sondern von „wirtschaftlichen Schwierigkeiten“. Diese seien „dann zu vermuten, wenn in den letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahren vor Anmeldung des Zusammenschlusses die Anzeigen- und Beilagenlöse der erworbenen oder erwerbenden Zeitung rückläufig waren oder erheblich unter dem Durchschnitt vergleichbarer Zeitungen lagen.“ (11) Dies entspricht zum jetzigen Zeitpunkt einer Öffnungsklausel für fast alle Zeitungen, da die Branche seit 2001 in einer tiefen Werbekrise verharrt. Dass auch die wirtschaftlichen Schwierigkeiten der erwerbenden Zeitung – nicht etwa jene des Verlags oder gar der Verlagsgruppe – zu berücksichtigen sind, passt in Sonderheit zur aktuellen Situation im Berliner Zeitungsmarkt, wo die Übernahme der Berliner Zeitung durch den Tagesspiegel vom Kartellamt untersagt worden ist. Mit eben diesem Fall war der Minister im Verfahren um eine Ministererlaubnis befasst. Insgesamt ergibt sich der Eindruck, als solle die Presseklausel speziell mit einer Lex Tagesspiegel durchlöchert werden.

Kartellregeln führen nicht zu Nachteilen im internationalen Wettbewerb

Die generelle Linie des Wirtschaftsministers verfolgt das Ziel, mit den Neuregelungen die Grenzen für betriebswirtschaftliches Wachstum von Großverlagen aufzuheben. Im Markt sind diese Grenzen aber auch heute kaum gegeben. Auch der Holtzbrinck-Konzern, dessen Aufkäufe in Berlin Anlass für die geplante Neuregelung gaben, könnte heute fast überall problemlos Zeitungen aufkaufen, nur unter Umständen in jenen Regionen nicht, in

denen er bereits mit einer Zeitung im Markt agiert. Ähnliches gilt entsprechend für die anderen Großverlage. Die zum Teil von ihnen vorgetragene Behauptung, die Kartellregeln führten zu einer Benachteiligung der deutschen Verlage und damit zu mangelnder internationaler Wettbewerbsfähigkeit der hiesigen Industrie, hält einer Überprüfung nicht stand.

Die führenden deutschen Verlage sind allesamt auch in ausländischen Märkten aktiv und überwiegend sehr erfolgreich. Gruner + Jahr erlöst schon seit vielen Jahren mehr als die Hälfte seines Umsatzes im Ausland. Bei Holtzbrinck, Springer, Burda, Bauer und der WAZ ist es weniger, gleichwohl sind auch deren Auslandsengagements stattlich. Augenscheinlich ist keine nationale Verlagsbranche im Ausland so erfolgreich tätig wie die deutsche. Dies gilt insbesondere in Ost- und Mitteleuropa, wo es Verlage im inländischen Besitz kaum noch gibt. Speziell die jeweils führenden Zeitungen und Zeitschriften werden sehr häufig von Unternehmen deutscher Verlage herausgegeben.

Clements Vision einer Absicherung der noch vorhandenen Reste publizistischer Vielfalt in betriebswirtschaftlich starken Großverlagen beruht wohl auf Erfahrungen, die er als Journalist selbst gemacht hat. Vor seinem Eintritt in die Politik hat Clement u.a. für die Westfälische Rundschau in Dortmund gearbeitet und dort die Übernahme durch den WAZ-Konzern miterlebt. Die damals sanierungsbedürftige Rundschau ist unter der Federführung der WAZ zunächst redaktionell eigenständig geblieben. Diese Eigenständigkeit ist aber schleichend ausgehöhlt worden. Heute ist das redaktionelle Angebot der Dortmunder Ausgaben von „WAZ“ und „Rundschau“ an manchen Tagen bis zu einem Drittel identisch. Der Anzeigenteil ist ohnehin derselbe.

Ähnliches gilt auch für andere Gebiete, wo das Modell mit redaktionell unterschiedlichen Zeitungen aus einem Verlag einen Rest an Vielfalt sichern sollte. In Bremen beispielsweise unterscheiden sich die Schwesterblätter Weser Kurier und Bremer Nachrichten nur noch in der Politikberichterstattung. Alle anderen Seiten sind längst identisch, stammen aus zusammengelegten Redaktionen. Sehr ähnlich sieht die Zeitungslandschaft seit wenigen Monaten auch in der Region Aachen aus. Dort waren in den 70er Jahren die beiden Tageszeitungen am Ort in einem Verlag zusammengelegt worden, um sie nach dem so genannten Aachener Modell redaktionell getrennt voneinander zu erhalten. Ende letzten Jahres wurden die meisten Lokalredaktionen von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten zusammengelegt und ähnlich auch fast alle Ressorts für die überregionale Berichterstattung. Unterschiedlich sind nur noch wenige Seiten mit der Politikberichterstattung.

Auch wenn diese Modelle in Einzelfällen, zum Beispiel in Stuttgart, noch funktionieren und ein Mindestmaß an publizistischer Vielfalt erhalten, hat sich doch längst erwiesen, dass sie keine Garantie für Zeitungsvielfalt darstellen. Unter Fachleuten

Bundeskartellamt und Monopolkommission sind gegen Neuregelung des Kartellrechts

steht diese Erfahrung nicht in Frage. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass sowohl das Bundeskartellamt (12), die Monopolkommission (13) sowie der wissenschaftliche Beirat beim Bundeswirtschaftsministerium (14) von Clements geplanter Neuregelung nichts halten. Auch die Mediengewerkschaften haben sich gegen Clements Vorhaben ausgesprochen. Abgelehnt werden sie auch von der Unions- und der FDP-Fraktion. Und selbst die Grünen haben Nachbesserungen angekündigt. Wohl nur selten ist eine Novellierung so einheitlich und umfassend abgelehnt worden. Der Vielfalt im Zeitungsmarkt wäre gedient, wenn die Neuregelungen so gestutzt würden, dass das bestehende Kartellrecht möglichst wenig geändert wird. Dieses hat sich längst als wirkungsvolles Mittel gegen die Konzentration erwiesen, auch wenn Wünsche offen geblieben sind, insbesondere seitdem eine wachsende Zahl von Verlagen sich gesetzeswidrig verhält.

Das Kernproblem für die Zeitungsvielfalt: Die Auflagen-Anzeigen-Spirale

Die Wirkungszusammenhänge der Auflagen-Anzeigen-Spirale sind seit Jahrzehnten bekannt, ohne dass diese Kenntnis für marktstrategische Entscheidungen von der Politik genutzt worden wäre. Der Begriff fasst die Interdependenzen von Entwicklungen im Leser- und im Anzeigenmarkt zusammen. Um so geringer die Auflage einer im Markt nachrangigen Tageszeitung, um so geringer ist die Reichweite und um so geringer das Interesse der Anzeigenkunden. Die Werbeeinnahmen lassen nach und entsprechend ist der Verlag nicht in der Lage, in die Redaktion zu investieren. Bei nachlassender redaktioneller Leistung geht die Auflage zurück, und der Titel wird für den Anzeigenmarkt noch unattraktiver. Eine Ausnahme von dieser Regel besteht nur, wenn die Zeitung eine spezielle Leserschaft hat, die als Zielgruppe für Anzeigenkunden von besonderem Interesse ist. Abgesehen von den wenigen überregionalen und den sehr wenigen Fachtiteln ist dies im Zeitungsmarkt jedoch regelmäßig nicht der Fall.

Nur in einzelnen Teilmärkten konnten nachrangige Zeitungen dem Teufelskreis entrinnen

Nachrangige Zeitungen befinden sich demnach in einem Teufelskreis, aus dem kaum ein Entrinnen möglich ist. Entsprechend gelingt es auch kaum einem nachrangigen Titel, dem größeren Konkurrenten die Marktführerschaft streitig zu machen. Nur in einzelnen Teilmärkten ist dies gelungen, wenn Verlage außerhalb dieser Teilmärkte verdiente Mittel in Zielgebieten einsetzten und damit das Einnahmeminus nach der Auflagen-Anzeigen-Spirale ausglich. Insbesondere in den 50er und 60er Jahren haben größere Verlage mit gezieltem Mittelsatz kleinauflagige Konkurrenten angegriffen, ihnen Marktanteile abgerungen und sie schließlich in die Auflagen-Anzeigen-Spirale für nachrangige Titel gezwungen. Der dafür zum Teil hohe Mittelsatz war ein marktstrategischer Preis mit dem Ziel, letztlich den Wettbewerber zu übernehmen, damit weitere Marktanteile zu kaufen und im aus der Sicht des expandierenden Verlags Idealfall ein Monopol aufzubauen.

Gegen diese Expansionsstrategien hat sich das Mitte der 70er Jahre verschärfte Kartellrecht als wirksames Instrument erwiesen. Den Verdrängungsstrategien wurde damit zu einem großen Teil der Boden entzogen, da Wettbewerber marode Konkurrenten regelmäßig nicht mehr übernehmen durften. Der Einsatz hoher Mittel im Verdrängungswettbewerb war damit weitgehend obsolet, da er selbst im relativ günstigen Fall nur zum Wechsel des Besitzers beim Wettbewerber führte. Für die vollständige Verdrängung durch Marktaustritt bedürfte es im relativ trägen Zeitungsmarkt eines langen Atems.

Gegen die langsamen Veränderungen, ausgelöst durch die Wirkweise der Auflagen-Anzeigen-Spirale, war allerdings auch das Kartellrecht machtlos. Seit Jahrzehnten hält der Rückzug von nachrangigen Zeitungen an: Kleine Zeitungen werden vollständig aufgegeben, Regionalzeitungen schließen einzelne Lokalredaktionen, stellen Lokalausgaben ein, die Zeitungsdichte sinkt. Anders als noch in den 50er und 60er Jahren sind in den ausgedünnten Märkten heute solche Rückzüge in der Regel mit dem Entstehen von Angebotsmonopolen verbunden. Seitdem es Dritt- und Viertelzeitungen kaum noch gibt, sind es heute Zweitzeitungen, die aufgegeben werden. Der Grad der Monopolisierung im Zeitungsmarkt ist bereits sehr hoch. In weit mehr als der Hälfte der Kreise und kreisfreien Städte wird bundesweit bereits nur noch eine Tageszeitung angeboten. (15) Mit Beginn der Werbekrise ist die Monopolisierungstendenz noch deutlich beschleunigt worden. Die jüngsten Entwicklungen im Zeitungsmarkt von Nordrhein-Westfalen zeigen dies sehr deutlich. Den NRW-Markt zeichnete bis dahin eine im Vergleich mit anderen Flächenländern relativ große Zeitungsdichte aus. Das Angebot von zwei – allerdings auch nur selten mehr – Zeitungen mit jeweils eigenständiger Lokalinformation war typisch und in großen Teilen des Landes gegeben. Der Grad der Monopolisierung war relativ gering. Um so stärker war diese Angebotsstruktur im Vergleich zu anderen Ländern mit Beginn der Werbekrise gefährdet. In Nordrhein-Westfalen wurde in den letzten Krisen Jahren ein Teil der langjährigen Konzentrationsentwicklung in anderen Bundesländern im Zeitraffer nachvollzogen. In den 80er Jahren war der Anteil der Monopolgebiete in NRW fast konstant geblieben. Knapp 9 Prozent der Bevölkerung hatte in Bezug auf die lokale Information keine Wahlmöglichkeit. Von 1992 bis 2002 war dieser Anteil auf 12,6 Prozent gestiegen. Von Ende 2002 bis Mitte 2004 sind in NRW 14 Lokalteile eingestellt worden. Betroffen waren insbesondere das Münsterland, Ostwestfalen und die Region Aachen. Verbunden mit der Einstellung dieser Lokalteile waren regelmäßig Entwicklungen zu Monopolen, da es Drittzeitungen als Alternativen nicht gab. Innerhalb weniger Monate

Mitte der 70er Jahre verschärfte Kartellrecht hat sich bewährt

Monopolisierung des Zeitungsmarkts schreitet weiter voran

13 Entwicklung der Zeitungsmonopole von 1981 bis Mitte 2004 in NRW

Jahr	Gemeinden	Einwohner in 1 000	Einwohner in %
1981	46	1 500	8,6
1992	47	1 513	9
2002	66	2 263	12,6
2003	102	3 048	16,9
1.5.2004	110	3 304	18,5

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

stieg der Anteil der in Monopolgebieten lebenden Bevölkerung auf 18,5 Prozent (vgl. Tabelle 13).

Publizistische Vielfalt kann nur durch politische Entscheidung geschützt werden

Will die Politik jenseits von Lippenbekenntnissen einen Rest an Vielfalt sichern, scheint Eile geboten. Der Trend zu Monopolen muss durch Maßnahmen zum Schutz des Bestandes gebrochen werden. Es bedarf einer politischen Entscheidung, die allein die publizistische Vielfalt wirkungsvoll schützt und dafür auch Nachteile im Anzeigenmarkt akzeptiert. Das Bundeskartellamt hat im Zuge der Fusionskontrolle Untersagungen aber überwiegend mit Nachteilen im Anzeigenmarkt begründet. Eine politische Prioritätsentscheidung zugunsten publizistischer Vielfalt müsste dem Anzeigenmarkt eine dienende Funktion zuweisen. Damit ließe sich auch die Auflagen-Anzeigen-Spirale durchbrechen. Voraussetzung dafür ist, dass der nachrangige Wettbewerber nicht wesentlich weniger Anzeigenbuchungen erhält als der Marktführer. Eine solche Gleichstellung könnte zum Beispiel durch eine Anzeigenkombination der beiden Wettbewerber erreicht werden. Auf den Wettbewerb zwischen den beiden Wettbewerbern im Anzeigenmarkt würde also gezielt verzichtet.

Eine finanzielle Gleichstellung der Wettbewerber wäre damit nicht verbunden. Da der Anzeigenumsatz nicht vom Anzeigenvolumen allein, sondern zudem von der Auflagenhöhe abhängt (Tausendkontaktpreis), flößen selbst bei gleichem Anzeigenvolumen der hochauflagigen Zeitung immer noch mehr Mittel zu als der nachrangigen im Markt. Diese würde allerdings finanziell deutlich besser gestellt. Traditionell haben Lokal- und Regionalzeitungen bis zur 2001 einsetzenden Werbekrise rund zwei Drittel ihres Umsatzes mit Werbung erlöst. Der Verkauf des Produktes machte nur ein Drittel des Umsatzes aus. Durch eine Anzeigenkombination könnte die wirtschaftliche Position einer Zweitzeitung also erheblich verbessert werden.

Bundesgerichtshof akzeptierte 1982 Belegungszwang im Anzeigenmarkt

Diese Erkenntnis und der verfassungsrechtlich hohe Rang der Pressevielfalt haben 1982 auch dazu geführt, dass der Bundesgerichtshof den so genannten Belegungszwang im Anzeigenmarkt akzeptiert hat. Der BGH hat die von diesem Belegungszwang ausgehende Umsatzsteigerung und die damit verbundene Stabilisierung der Zweitzei-

tung höher gewichtet als die vom Belegungszwang ausgehende Wettbewerbsbeschränkung im Anzeigenmarkt. Belegungszwang bedeutet, dass Verlage bzw. Verlagsgruppen, die in einem Regionalmarkt mit zwei Titeln vertreten sind, diese im Lesermarkt zwar getrennt anbieten, im Anzeigenmarkt aber nur in Kombination. Der Inserent hat demnach keine Wahl, den einen oder den anderen Titel zu belegen. Er kann seine Insertion nur in beiden Titeln schalten, oder er muss in einem Zweitzeitungsmarkt auf die Zeitungsanzeige verzichten.

Im bundesweiten Zeitungsmarkt besteht dieser Belegungszwang nur innerhalb eines Verlags oder einer Verlagsgruppe, so zum Beispiel zwischen den Titeln des WAZ-Konzerns in Nordrhein-Westfalen und Thüringen, zwischen den Stuttgarter Nachrichten und der Stuttgarter Zeitung, dem Weser-Kurier und den Bremer Nachrichten, der Aachener Zeitung und den Aachener Nachrichten, den Nürnberger Nachrichten und der Nürnberger Zeitung oder dem Kölner Stadt-Anzeiger und der Kölnischen Rundschau. Es ist weltfremd anzunehmen, dass bei anderen Verlagsstrukturen der Marktführer mit seinem Wettbewerber eine Belegungseinheit bildet, die dazu führte, dass dem Wettbewerber mehr Einnahmen zufließen. Die aus publizistischer Sicht heilsame Wirkung des Belegungszwangs kommt demnach erst dann zum Tragen, wenn die ökonomische Fusion bereits vollzogen ist. Diese Fusion soll aber aus publizistischer und ökonomischer Perspektive verhindert werden.

Mit einer Anzeigenkombination zwischen unabhängig voneinander agierenden Verlagen wären beide Ziele erreichbar. Sowohl die publizistische als auch die unternehmensrechtliche Eigenständigkeit nachrangiger Zeitungen würde gestärkt. Da solche Kooperationsformen gerade bei ungleich verteilten Marktanteilen von den jeweiligen Marktführern abgelehnt werden dürften, müsste die Position der nachrangigen Zeitung gestärkt werden. Als geeignetes Instrument erscheint ein Optionsrecht für nachrangige Wettbewerber. So würde keinem kleineren Verlag eine Anzeigenkombination aufgezwungen, sondern deren Durchsetzung freigestellt. Wenn der nachrangige Verlag allerdings auf eine Anzeigenkombination optiert, müsste sie vom größeren Verlag gewährt werden. Die Abrechnungsmodalitäten dürften sich kaum als Schwierigkeit erweisen, da fast alle Verlage über Mitgliedschaften in Anzeigenringen für die überregional oder regionale Werbung bereits über erhebliche Erfahrungen mit solchen Verbundlösungen verfügen. Politisch zu klären wäre allerdings, unter welchen Bedingungen nachrangigen Verlagen ein solches Optionsrecht eingeräumt werden soll. Für die Festlegung von Schwellenwerten bieten sich die Marktanteile im Leser- und/oder Anzeigenmarkt an.

Wie jeder Eingriff in den Markt hätte auch diese Regelung unerwünschte Nebeneffekte. Dazu zählt insbesondere, dass auch jene Verlage von ihr profitieren würden, die durch eigenes Verschulden – etwa durch Managementfehler basierend auf fehlenden Markt- und Branchenkenntnissen – in eine missliche Situation geraten sind. Ziel der Regelung

Optionsrecht für nachrangige Wettbewerber als geeignetes Instrument?

ist aber insbesondere der Erhalt von nachrangigen Zeitungen und damit zumindest jenes Restes an Pressevielfalt, der im Zuge der anhaltenden Konzentration in den lokalen und regionalen Märkten übrig geblieben ist. Sind erst Maßnahmen zum Bestandsschutz getroffen, kann sich die Politik mit weniger Zeitdruck dann dem zweiten Kernproblem im Zeitungsmarkt nähern, dem fehlenden Marktzutritt. Wer Vielfalt will, kann die entstandenen Monopolstrukturen nicht dauerhaft dulden. Speziell für diese Einzeitungsgebiete müssen die Marktzugangsbarrieren, die seit Jahren faktisch nicht zu überwinden sind, abgebaut werden.

Ein positiver Nebeneffekt bestünde darin, dass sich die Verlage stärker auf den Lesermarkt konzentrieren könnten. Die im Verlagsgeschäft häufig dominierenden Aktivitäten im Werbemarkt würden obsolet. Die in der Anzeigenkombi verbundenen Verlage müssten den Wettbewerb untereinander viel stärker mit ihrem redaktionellen Angebot führen. Damit wäre auch eine wünschenswerte Verbesserung der journalistischen Qualität wahrscheinlich. Von zentraler Bedeutung bliebe aber die Absicherung von nachrangigen Zeitungen durch eine Besserstellung im Anzeigenmarkt und den damit verbundenen höheren Erlösen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. dazu: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2002: Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2002. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 478-490.
- 2) Das Supplement wird auch von anderen Zeitungen verbreitet, zum Beispiel von Le Monde, El Pais oder La Repubblica.
- 3) Mit Stand von Anfang Mai hatte die Buchreihe bereits eine Gesamtauflage von 5,5 Millionen Exemplaren erreicht. Vgl. MediumMagazin 5/04.
- 4) Vgl. IVW. Auflagenliste 1/2004. Berlin 2004.
- 5) Die Telegraph-Gruppe gehört zum Hollinger-Konzern, der insbesondere in den USA Zeitungen verlegt (z.B. Chicago Sun Times) und weitere Titel wie die Jerusalem Post besitzt. Für die Beteiligungen außerhalb Großbritanniens hat der Springer-Konzern kein Angebot abgegeben.
- 6) Welt Kompakt wird von der Redaktion der Welt und der Berliner Morgenpost erstellt. Die zusammengelegte Redaktion der einst eigenständigen Titel betreut inzwischen also drei Zeitungen.
- 7) Der Vlothoer Anzeiger erscheint inzwischen als Lokalausgabe des Mindener Tageblatts werktäglich, statt wie zuvor nur zweimal wöchentlich. Die überregionale Berichterstattung wird aus Minden übernommen (zuvor vom Westfälischen Anzeiger in Hamm).
- 8) Noch nicht berücksichtigt ist der Kauf einer Beteiligung von 50 Prozent an der in Nachbarschaft zur Sächsischen Zeitung erscheinenden Lokalzeitung Döbelner Anzeiger (gut 15 000 Exemplare). Das Lokalblatt erscheint in Konkurrenz zur Leipziger Volkszeitung, die mit ihrem Ableger Dresdner Neueste Nachrichten auch mit der Sächsischen Zeitung im Wettbewerb steht.
- 9) Diese Regel soll ausschließlich für Zeitungsverlage gelten, allenfalls auch auf Anzeigenblätter mit einem so großen redaktionellen Teil, dass von einer „eigenständigen redaktionellen Einheit“ gesprochen werden kann, Anwendung finden. Die übrigen Regelungen der Presseklausele gelten für die Presse allgemein.
- 10) „Begründung der Novellierung im Pressebereich“ von Ende April 2004, hier S. 5.
- 11) Ebd., S. 6.
- 12) Gerade der Präsident des Bundeskartellamts, Ulf Böge, hat sich vehement für den Erhalt des Status Quo eingesetzt, die vorgesehenen Novellierungen auf ihre Folgen für den Markt detailliert geprüft und letztlich abgelehnt. Böge hat dabei auch nachgewiesen, dass insbesondere die Begründungen und Annahmen für die geplante Reform in aller Regel falsch waren (vgl. Böge, Ulf: Zur Diskussion über Änderungen der geltenden Pressefusionskontrolle. Manuskript eines Vortrags bei der Friedrich-Ebert-Stiftung am 28. Januar 2004 in Berlin). Der Minister hingegen empfand Böges Kritik als „Zumutung“ und ließ den Präsidenten über seinen Staatssekretär Tacke ermahnen (vgl. z.B. Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 23.4.2004).
- 13) Die Monopolkommission hat am 5. April 2004 noch mit Bezug auf den ersten Referentenentwurf ein Sondergutachten verfasst und die vorgesehenen Neuregelungen verworfen. „Die Monopolkommission lehnt die im Referentenentwurf vorgesehene Einführung eines Ausnahmetatbestands für Pressefusionen entschieden ab.“ Und weiter: „Die Gesetzesänderung ist geeignet, das Gegenteil vom dem zu erreichen, was als Ziel angegeben wird.“
- 14) Die Kritik des wissenschaftlichen Beirats des Ministeriums in seiner Stellungnahme vom 24. April 2004, „keine Aufweichung der Pressefusionskontrolle“ zuzulassen, ist umfassend und geharnischt. Die Wirtschaftswissenschaftler sprechen von einem „Irrweg“ (S. 2) und zusammenfassend: „Der Gesetzgeber sollte auf die Änderung der Vorschriften zur Pressefusionskontrolle verzichten. Ihr publizistisches Ziel wird die geplante Reform nicht erreichen.“ (S. 23)
- 15) Schütz weist für 2001 eine Zeitungsdichte von 1 in 55,9 Prozent der Kreise und kreisfreien Städte aus (vgl. Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2001. Trotz Bewegung im Markt keine wesentliche Erweiterung des publizistischen Angebotes. In: Media Perspektiven 12/2001, S. 602-632, hier S. 624). Zentral für diese Zeitreihenuntersuchung von Schütz sind vor Jahrzehnten festgelegte Definitionen. Mit diesen Definitionen die bis heute stark veränderten Marktgegebenheiten zu erfassen, ist schwierig. Darauf weist auch Schütz hin (Vgl. ebd., S. 620). Rückt man die eigenständige Lokalberichterstattung ins Zentrum der Berechnung der Zeitungsdichte, zeigt sich, dass die Konzentration schon deutlich weiter fortgeschritten ist, als die Angaben bei Schütz vermuten lassen. Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen hat kürzlich Daten zur Entwicklung in einzelnen Bundesländern vorgelegt, die höhere Konzentrationswerte ausweisen (vgl. Große Anfrage 19 „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen“, Landtagsdrucksache 13/5415, hier S. 114).

