

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2006

## → Probleme und Perspektiven des Zeitungsmarktes

Von Horst Röper\*

**Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt – gemessen als Anteile an Gesamtauflage**

Im Vergleich zur letzten Marktstudie im Jahr 2004 sind die wesentlichen Konzentrationswerte für den deutschen Zeitungsmarkt – gemessen als Anteile an der Gesamtauflage – weitgehend stabil geblieben. Maßgeblich dafür waren zum einen die Auflagenverluste von Kaufzeitungen, von denen mehrere der führenden Verlagsgruppen betroffen sind, sowie die auffallend hohen Auflageneinbußen des WAZ-Konzerns. Diese Auflagerückgänge haben dazu geführt, dass trotz weiter fortgeschrittener horizontaler Konzentration, also trotz Übernahmen und Zukäufen, die Marktanteile einiger großer Verlagsgruppen konstant geblieben bzw. sogar leicht gesunken sind. Erstmals seit vielen Jahren hat sich auch eine Veränderung der Zusammensetzung des Kreises der zehn größten Verlagsgruppen ergeben: Der Großverlag Gruner + Jahr ist nach dem endgültigen Verkauf von Berliner Zeitung und Berliner Kurier aus dem Kreis ausgeschieden. Um einen Rang aufgestiegen ist die Ippen-Gruppe und um zwei Ränge die Verlagsgruppe um die Süddeutsche Zeitung. Erstmals verzeichnet ist die Deutsche Druck und Verlags GmbH in Hamburg (DDVG). In der DDVG sind die Beteiligungen der SPD an Zeitungsverlagen gebündelt.

**41,3% der Auflage stammen von fünf Verlagsgruppen, 55,7% von den zehn größten Gruppen**

Der Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen im Gesamtmarkt ist von 41,6 auf 41,3 Prozent zurückgegangen und jener der zehn größten Gruppen auf 55,7 Prozent (2004: 56,1%). Bei den Abonnementzeitungen ist der Anteil der fünf größten Gruppen leicht von 28,8 auf 29,0 Prozent gestiegen. Bei den Kaufzeitungen ist der Anstieg von 95,1 auf 97,3 Prozent deutlich und hängt insbesondere mit einem Konzentrationsfall zusammen. Die BV Deutsche Zeitungsholding der Fondsgesellschaften Veronis Suhler Stevenson und der Mecom Group hat nicht nur den Berliner Kurier gekauft (neben der Abozeitung Berliner Zeitung), sondern kurz darauf auch die Hamburger Morgenpost übernommen, die daher gemeinsam verzeichnet sind (vgl. Tabelle 1). Die Marktanteile für die jeweils fünf bzw. zehn größten Verlagsgruppen über einen Zeitraum von mehr als 25 Jahren weist Tabelle 2 aus.

### Aktuelle Situation auf dem deutschen Zeitungsmarkt

Der deutsche Zeitungsmarkt ist nach wie vor mit zwei Kernproblemen belastet: Auflage und Reichweite sinken, und die Werbeeinnahmen liegen immer noch deutlich unter jenen von Ende der 90er Jahre. Die wirtschaftliche Lage der Zeitungsverlage ist nach einem vielfach rigorosen Sparkurs der letzten

Jahre aber wieder deutlich besser. Als Teil der Bemühungen um Kostenreduktionen sind auch zahlreiche Lokalausgaben in nachrangiger Marktposition eingestellt worden. Damit ist die Zeitungsdichte als statistischer Wert über das Angebot von Zeitungen mit lokaler Information für das jeweilige Verbreitungsgebiet weiter gesunken. Erstmals seit Jahrzehnten sind aber in nennenswerter Zahl Zeitungen gegründet worden. Diese erreichen allerdings nur bescheidene Auflagen. Deutlich höhere Auflagen wären allein von Marktzugängen von Gratiszeitungen zu erwarten, die in Deutschland aber immer noch ausstehen. Die Anzahl von Monopolgebieten ist gestiegen. Auch die horizontale Konzentration in der Branche der Zeitungsverlage steigt weiter, ohne allerdings in den Krisenjahren deutliche Veränderungen gegenüber dem Trend der Vorjahre aufzuweisen.

Nur noch rund drei Viertel der Bürger ab 14 Jahre lesen Tageszeitungen. Nach den regelmäßigen Untersuchungen der ag.ma ist die Reichweite in den letzten zehn Jahren weiter gesunken, um 5,9 Prozentpunkte. Dabei waren die Verluste in den jüngeren Altersgruppen zwischen 14 und 19, 20 und 29 bzw. 30 und 39 Jahre mit jeweils rund 10 Prozentpunkten besonders hoch. In diesen Altersgruppen werden Zeitungen nur noch von rund 50, 60 bzw. 70 Prozent der Bürger gelesen. Der in Deutschland vorherrschende Zeitungstyp der lokalen/regionalen Abonnementzeitung erreichte im letzten Jahr noch eine Reichweite von 63,6 Prozent. Die Verluste der letzten zehn Jahre waren mit 7,6 Prozentpunkten überdurchschnittlich.

Im Werbemarkt sind bei anhaltend niedrigem Niveau Besserungen erkennbar. Der Tiefpunkt nach Beginn des Einbruchs im Jahr 2001 scheint 2003 durchschritten worden zu sein. 2004 gab es mit 1 Prozent nach drei Verlustjahren erstmals wieder ein Plus. Die Werbeeinnahmen der Tageszeitungen lagen mit 4,5 Mrd Euro aber immer noch um ein Viertel unter denen des Jahres 1999 (6,1 Mrd Euro) und gar gut 2 Mrd Euro niedriger als im Ausnahmejahr 2000 (6,6 Mrd Euro). (1)

Die Verlage haben die Einnahmeausfälle zu einem Teil über höhere Vertriebslöse ausgleichen können. Bei sinkenden Auflagen waren dafür Preissteigerungen maßgeblich, die in den letzten Jahren jeweils deutlich über der Inflationsrate lagen. Insgesamt haben diese Veränderungen bei den Einnahmen die Relationen zwischen Anzeigen- und Vertriebslösen, die über viele Jahre relativ stabil bei zwei zu einem Drittel lagen, deutlich verschoben. 2004 haben die Abozeitungen nur 55,4 Prozent ihres Umsatzes mit Werbung (Anzeigen und Beilagen) erzielt und 44,6 Prozent mit dem Vertrieb. (2) Als positive Begleiterscheinung dieser Entwicklung kann die nachlassende Abhängigkeit vom Werbemarkt und die gewachsene Bedeutung des Lesers bzw. Käufers gewertet werden.

**Reichweiten der Tageszeitungen sinken**

**Werbemarkt: Besserung auf niedrigem Niveau**

**Vertriebslöse wichtiger geworden**

\* Medienwissenschaftler, Geschäftsführer des FORMATT-Instituts, Dortmund.

① **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**

anteilige Auflage, in %

	2006		2004		2002		2000	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
<b>Tageszeitungen gesamt</b>								
Axel Springer AG	1	22,5	1	22,7	1	23,4	1	23,6
Verlagsgruppe WAZ, Essen	2	5,6	2	6,0	2	6,1	2	6,0
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse	3	5,2	3	5,0	3	4,9	3	5,0
Ippen-Gruppe	4	4,1	5	3,9	5	3,8	7	2,9
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	5	3,9	4	4,0	4	4,2	4	4,4
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		41,3		41,6		42,3		42,3
Holtzbrinck, Stuttgart	6	3,7	6	3,6	6	3,4	9	2,5
Frankfurter Allgemeine Zeitung	7	3,0	7	3,1	7	2,9	6	3,0
Süddeutsche Zeitung, München	8	2,6	10	2,5	9	2,6	5 <sup>2)</sup>	3,3
Madsack, Hannover	9	2,5	9	2,5	10	2,2	10	2,4
DDVG, Hamburg	10	2,2	-	-	-	-	-	-
(Gruner + Jahr, Hamburg)	-	-	8	2,8	8	2,8	8	2,8
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		55,7		56,1		56,3		55,9
<b>Abonnementzeitungen</b>								
Verlagsgruppe WAZ, Essen	1	7,1	1	7,7	1	7,9	1	7,9
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	2	6,7	2	6,4	2	6,4	2	6,5
Axel Springer AG	3	6,2	3	6,0	3	6,0	3	6,3
Holtzbrinck, Stuttgart	4	4,8	4	4,7	4	4,4	-	-
Ippen-Gruppe	5	4,2	-	-	-	-	-	-
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	-	-	5	4,0	5	4,1	4	4,2
(Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung)	-	-	-	-	-	-	5	3,9
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		29,0		28,8		28,8		28,8
<b>Kaufzeitungen</b>								
Axel Springer AG	1	80,4	1	81,1	1	81,5	1	81,0
Berliner Kurier/Hamburger Morgenpost	2	5,3	5 <sup>3)</sup>	2,7	-	-	-	-
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	3	4,5	2	4,4	2	4,5	2	4,8
Abendzeitung, München	4	3,8	3	3,6	3	3,4	3	3,3
Ippen-Gruppe, München	5	3,5	4	3,3	4	3,1	5	2,8
(Hamburger Morgenpost)	-	-	-	-	5	2,1	-	-
(Gruner + Jahr)	-	-	-	-	-	-	4	3,2
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>		97,3		95,1		94,6		95,1

1) Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte.

Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

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

3) Nur Berliner Kurier.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

② **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes 1989–2006: Marktanteil der jeweils fünf bzw. zehn größten Verlagsgruppen**

anteilige Auflage, in %

	2006	2004	2002	2000	1997	1995	1993	1991	1989
<b>Tageszeitungen gesamt</b>									
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen	41,3	41,6	42,3	42,3	42,0	41,8	41,9	41,6	42,8
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen	55,7	56,1	56,3	55,9	55,7	55,7	55,6	54,4	54,8
<b>Abonnementzeitungen</b>									
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen	29,0	28,8	28,8	28,8	27,8	27,5	28,0	28,0	24,9
<b>Kaufzeitungen</b>									
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen	97,3	95,1	94,6	95,1	98,5	98,1	98,4	93,2	98,9

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

**Ausland: Gratiszeitungen konnten traditionell niedrige Reichweiten des Mediums Zeitung verbessern**

Trotz der anhaltenden Leserverluste erreichen die deutschen Tageszeitungen im internationalen Vergleich traditionell hohe Reichweiten. In Südeuropa und in den letzten Jahren auch in Osteuropa waren bzw. sind die Reichweiten der Tageszeitungen aus der Sicht mancher Werbekunden zu gering. Beim intermediären Vergleich liegen die Tageszeitungen dort zum Teil zurück. Inzwischen schneidet die Tagespresse bei diesem Vergleich in vielen Ländern wieder deutlich besser ab, weil insbesondere Gratiszeitungen für deutliche Steigerungen der Gesamtauflage und der Reichweite gesorgt haben. Dieser Gründungsboom hält in vielen Ländern Europas ungebrochen an. Den ersten Marktzutritten folgen nun Konkurrenztitel, so dass insbesondere in den großen Metropolen heute oft drei verschiedene Gratiszeitungen angeboten werden. (3) Insgesamt kommt der noch junge Zeitungstyp inzwischen auf hohe Millionenauflagen. Marktführend zumindest in Europa sind die Unternehmen Schibsted in Oslo und Metro in Luxemburg, die jeweils eine Gesamtauflage von mehreren Millionen Exemplaren erreichen. Auch im deutschsprachigen Raum werden inzwischen Gratiszeitungen angeboten. In Österreich wurde im Herbst der Titel Heute gestartet. (4) In der deutschsprachigen Schweiz wird großflächig der Titel 20 Minuten (5) verbreitet, zudem zeitweilig das Konkurrenzblatt Metropol. Hinzu kommen kleinauflagige Titel mit lokaler Verbreitung. (6) Zudem hat der Verleger Michael Ringier ein weiteres Gratisblatt angekündigt. Ringier sieht es heute als Fehler, nicht früher mit Gratiszeitungen auf den Markt gegangen zu sein. In der Tschechischen Republik, wo Ringier ähnlich wie in der Schweiz (Blick) eine Boulevardzeitung verlegt, wird seit November letzten Jahres die Gratiszeitung 24 hodin verbreitet. In vielen Ländern werden Gratiszeitungen inzwischen nicht mehr nur von der Metro- und Schibsted-Gruppe verlegt, sondern insbesondere auch von etablierten Zeitungsverlagen. Die anfängliche Einschätzung, dass Gratiszeitungen zu Kannibalisierungseffekten bei bestehenden bepreisten Tageszeitungen führen würden, ist gewichen. Das Konzept der Gratiszeitung wird heute vielfach akzeptiert.

**Gratiszeitungen in Deutschland bisher abgewehrt**

Auch in Deutschland schien sich im letzten Jahr ein erneuter Versuch anzubahnen, Gratiszeitungen zu etablieren. Nach dem so genannten Kölner Zeitungskrieg, bei dem der Schibsted-Konzern durch die Konkurrenz zweier „Abwehrblätter“ der Verlage Springer und DuMont Schauberg zur Einstellung des Titels 20 Minuten Köln gezwungen worden war, wollten die Skandinavier erneut aktiv werden, fanden aber letztlich keinen deutschen Partner. Da in Deutschland alle wesentlichen strukturellen Vorgaben für eine Markterschließung gegeben sind, hat sich inzwischen ein Großteil der Verlage in Ballungsräumen mit eigenen Konzepten für Gratiszeitungen vorbereitet, bislang aber offenbar nur für den Fall, dass ein fremder Verlag im eigenen Verbreitungsgebiet eine Gratiszeitung startet. Anknüpfend an die aus seiner Sicht positiven Erfahrungen während des Kölner Zeitungskriegs hat insbesondere der Springer-Konzern angekündigt,

jeden Marktzugang mit einem eigenen Blatt zu kontorn; mit dem Projekt Gratissimo ist der Verlag darauf vorbereitet. Über ähnliche Schubladenkonzepte verfügen unter anderem auch die Verlage DuMont Schauberg in Köln, die Ippen-Gruppe in München, die Stuttgarter Zeitungsgruppe, die Hamburger Morgenpost, die Holtzbrinck-Gruppe mit ihren diversen Standorten sowie der WAZ-Konzern. Verlegerisches Handeln und Markteinschätzungen weisen aber einstweilen noch deutliche Diskrepanzen auf. Bodo Hombach, Geschäftsführer im WAZ-Konzern, schrieb schon im Frühjahr letzten Jahres: „Ich bin mir sicher, dass die Gratiszeitung auch in Deutschland Fuß fassen wird.“ (7) Hombach relativiert die Gefahren für die etablierten Zeitungen. „Nur peripher werden sie einander kannibalisieren, denn die Zielgruppen sind nicht die gleichen. Selbst der Werbemarkt wird sich nur geringfügig überschneiden.“ (8) Hombach teilt sogar die Vorstellung, dass gerade junge Leser über Gratiszeitungen an die etablierten Zeitungen herangeführt werden können. „Die Jungen kommen zum alten Medium zurück.“ (9) Diese Erwartung wird gestützt von ausländischen Erfahrungen. Gemessen an solchen Aussagen und Erwartungen ist die Zurückhaltung deutscher Verlage kaum zu verstehen. Dafür maßgeblich sind offenbar auch nicht rechtliche Unsicherheiten. Der Bundesgerichtshof hatte zwar eine Klage von DuMont Schauberg gegen Schibsted, Gratiszeitungen verstießen gegen den lautereren Wettbewerb, verworfen und damit zunächst für Rechtssicherheit gesorgt. (10) Diese steht aber erneut in Zweifel, nachdem der Kläger den Fall vor das Bundesverfassungsgericht getragen hat, das noch in diesem Jahr entscheiden will. (11)

Risikofreudig war in den letzten Jahren fast ausschließlich der Holtzbrinck-Konzern. Gestützt auf seine dislozierten Verlage testet der Konzern neue Konzepte, die allesamt im Niedrigpreis-Segment angesiedelt sind:

- Der Titel News (50 Cent) gehört zum Verlag des Handelsblattes. Der Gründung im September 2004 in Frankfurt sollten ursprünglich weitere Ausgaben an anderen Standorten folgen, unterblieben allerdings. Der Leserzuspruch war geringer als erwartet. Die Auflage wird der Kontrollinstanz ivw nicht gemeldet und soll bei 5 000 Exemplaren liegen. Ende Mai 2006 wurde „News“ eingestellt, soll aber mit neuem Konzept wieder auf den Markt kommen.

- Bereits im Mai 2004 war der Titel 20 Cent für die Lausitz vom Verlag der Lausitzer Rundschau initiiert worden. Das Boulevardkonzept trägt offenbar. Im März 2005 wurde es vom Schwesterverlag der Saarbrücker Zeitung für einen gleichnamigen Titel genutzt. Die beiden Ausgaben von 20 Cent sind über eine enge Kooperation verbunden. (12)

- Schon im Februar 2004 hatte der Verlag der Main Post, gleichfalls zum Holtzbrinck-Konzern gehörend, die Wochenzeitung Boulevard (50 Cent) eingeführt. Seit Anfang dieses Jahres wird eine zweite Ausgabe im nahegelegenen Schweinfurt herausgegeben.

**Mehrere neue Zeitungsprojekte des Holtzbrinck-Konzerns**

**Auch neue Titel im Niedrigpreis-Segment von DuMont Schauberg und Springer**

Gleichfalls lokal verbreitet wird seit Oktober 2004 von DuMont Schauberg in Köln der Stadt-Anzeiger Direkt (50 Cent). Deutlich größer dürfte die Auflage des Springer Blattes Welt Kompakt (50 Cent) sein, die allerdings bei der ivw nur gemeinsam mit dem Mutterblatt Die Welt ausgewiesen wird. Die Tabloid-Zeitung startete im Mai 2004 in Berlin und wird seitdem, jeweils mit ein wenig lokalem Stoff ergänzt, in immer mehr Verbreitungsgebieten auf den Markt gebracht. In einem monopolisierten Zeitungsmarkt erscheint seit Februar dieses Jahres die Göttinger Wochenzeitung, die von einer Initiative getragen wird.

Gemeinsam ist all diesen Titeln im Niedrigpreis-Segment, dass sie sich redaktionell auch auf die Arbeit ihrer jeweiligen Mutterblätter stützen und damit kostengünstig produziert werden können.

**Einige Markteinführungen gescheitert**

Nicht alle Markteinführungen hatten Bestand. Der Springer-Konzern hat Mitte 2004 schon nach wenigen Wochen einen Versuch mit der Sonntagszeitung Sport Live beendet. Der Verlag der Sächsischen Zeitung stellte Sachsen am Sonntag, gestartet im November 2003, im Juli 2005 wieder ein. (13) Nur wenige Wochen lang erschien Mitte 2004 die Görlitzer Allgemeine, eine Tageszeitung, die sich als Alternative zur Sächsischen Zeitung sah.

**Mehr Zeitungsmonopole nach Einstellungen von Lokalausgaben**

Schwerwiegend für die jeweiligen Verbreitungsgebiete waren diverse Einstellungen von Lokalausgaben regionaler Abozeitungen, da mit ihnen meistens die einzige Alternative zum Marktführer verschwand. Betroffen davon war zuletzt insbesondere der nordrhein-westfälische Zeitungsmarkt, wo die Zeitungsdichte bislang noch größer ist als in anderen Flächenländern. Die Westfälische Rundschau hat 2005 drei Lokalredaktionen geschlossen. Die Kölnische Rundschau hat sich aus der Bonner Region zurückgezogen und eine benachbarte Ausgabe in Rheinland-Pfalz eingestellt. Die Ruhr Nachrichten haben Ende März ihre Lokalredaktionen in Bottrop, Gelsenkirchen und Gladbeck aufgegeben und für Bochum den Rückzug angekündigt. Das Lokalblatt Buersche Zeitung in Gelsenkirchen, die letzte Stadtteilzeitung in NRW, soll Ende September geschlossen werden. Auch in anderen Bundesländern sind Lokalausgaben verschwunden.

**Veränderungen der Besitzverhältnisse im Zeitungsmarkt durch Verkäufe**

Bei den Besitzverhältnissen hat es durch Verkäufe erneut zahlreiche Veränderungen gegeben. Diese betreffen vor allem kleinere Verlage. Anders als in den letzten Jahren waren aber auch gleich mehrere hochauflagige Titel betroffen. Spektakulär war der Verkauf der Berliner Zeitung und des Berliner Kurier an eine ausländische Investorengruppe. Erstmals haben dadurch ausländische Investoren die Mehrheit an einem deutschen Tageszeitungsverlag übernommen. Die Investorengruppe hat angekündigt, eine Kette von Regionalzeitungen aufbauen zu wollen und im Januar auch die Hamburger Morgenpost gekauft. Die Besonderheiten des deutschen Marktes dürften für diese Zielsetzung aber

kaum geeignet sein. (14) Beim Berliner Verlag war zuvor nach langen Auseinandersetzungen eine Übernahme durch den Holtzbrinck-Konzern gescheitert. Auch der Versuch, die Rhein Zeitung in Koblenz zu kaufen, scheiterte am Bundeskartellamt. Die Schweriner Volkszeitung ist im letzten Jahr vom Burda-Konzern an den shz Verlag in Flensburg verkauft worden, der damit erstmals auch außerhalb von Schleswig-Holstein aktiv geworden ist. In Schleswig-Holstein hatte der Verlag 2004 Lokalausgaben in Dithmarschen im Tausch gegen die Eckernförder Zeitung abgegeben. Die Aufteilung des Marktes im Norden unter den wenigen verbliebenen Verlagen wurde dadurch weiter befördert. Noch offen ist, ob die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG) wie geplant einen hälftigen Anteil an der Frankfurter Rundschau verkaufen kann, nachdem die sie im Mai 2004 90 Prozent des in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratenen Verlags übernommen hatte.

Beigetragen zur betriebswirtschaftlichen Gesundung vieler Verlagsunternehmen haben deren Aktivitäten außerhalb des Zeitungsmarktes. Die Diversifikation trägt Früchte. Fast alle Zeitungsverlage geben auch Anzeigenblätter heraus bzw. sind an solchen beteiligt. Anzeigenblätter haben sich trotz ihrer ausschließlichen Abhängigkeit von Werbeeinnahmen in der jüngsten Krise deutlich besser behauptet als Tageszeitungen und ihre Werbeeinnahmen 2004 um 5,2 Prozent auf 1,8 Mrd Euro gesteigert. Das entspricht immerhin 40 Prozent vom Werbeumsatz der Tageszeitungen. (15) Hinzu kommen bei Zeitungsunternehmen Einnahmen aus dem Druckgeschäft, aus Privatfunkbeteiligungen und in den letzten Jahren vermehrt aus dem Verkauf von Buchreihen, CD-ROM- und DVD-Zusammenstellungen. Die Verlage nutzen dabei ihre eingeführten Marken sowie die gegebenen Kundenkontakte und die werblichen Möglichkeiten ihrer Produkte. Insbesondere die Verlage von überregionalen Zeitungen (z.B. Bild, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung) haben ihren Umsatz mit diversen Aktivitäten teils deutlich erhöht.

Noch jung und vielversprechend ist ein neues Geschäftsfeld, das durch die Deregulierung der Postdienste entsteht. Sukzessive ist der Markt für weitere Anbieter neben der Deutschen Post als ehemaligem Monopolisten geöffnet worden. Ende nächsten Jahres wird mit dem Briefgeschäft bis 50 Gramm auch der letzte noch zu Gunsten der Deutschen Post regulierte Teilmarkt geöffnet. (16) Schon heute ist die Mehrzahl der Zeitungsunternehmen in dieser Branche aktiv, nutzt dabei das vorhandene Vertriebs-Know-how im jeweiligen Verbreitungsgebiet und Verbindungen – insbesondere zu anderen Verlagen –, um über Verbundstrukturen eine möglichst großflächige Zustellung zu organisieren. Als eines von zwei inzwischen mehr oder weniger national tätigen Unternehmen hat sich dabei die PIN AG in Berlin durchgesetzt, an der sich die Konzerne Holtzbrinck, Springer und WAZ mit jeweils 30 Prozent beteiligt haben. (17) Daneben wachsen auch regionale Verbände, so zum

**Aktivitäten außerhalb des Zeitungsmarktes betriebswirtschaftlich bedeutend**

**Neues Geschäftsfeld Postdienste**



Beispiel in Niedersachsen die City-Post, die vom Madsack-Konzern initiiert worden ist. Dass es inzwischen nicht nur um das Großkundengeschäft geht, zeigt sich unter anderem daran, dass einzelne Dienstleister auch eigene Briefmarken vertreiben. Der Gesamtmarkt mit dem Briefgeschäft wird auf 10 Mrd Euro geschätzt. Die bereits deregulierten Teilmärkte haben daran einen Anteil von ca. einem Drittel. Der Anteil der neuen Konkurrenten der Deutschen Post soll nach Schätzungen des Regulierers bei 5 Prozent des Gesamtmarktes liegen. Auf der Basis von Preisvorteilen (10 bis 30 Prozent) gegenüber der Deutschen Post wächst der Marktanteil der neuen Anbieter zügig. Die neuen Anbieter unterliegen anders als die Deutsche Post allerdings der Mehrwertsteuerpflicht.

Diverse Studien gehen davon aus, dass die neuen Anbieter einen Anteil von einem Drittel im Briefmarkt erringen werden. Auf der Basis von heute wären das 3 Mrd Euro. Zudem werden insgesamt steigende Umsätze prognostiziert, die im Wettbewerb über neue Angebotsformen erreicht werden. Diese Prognosen stützen sich u.a. auf Erfahrungen aus den USA, wo nach der Deregulierung die Branchenumsätze im Briefdienst, trotz E-Mail und anderer elektronischer Konkurrenz deutlich gestiegen sind. Neben den bereits etablierten Paketdiensten und den überwiegend lokal agierenden Kurierdiensten scheinen die Zeitungsverlage mit ihrem Know-how und den bestehenden Vertriebsorganisationen in einer erfolversprechenden Position, um sich in der neuen Branche zu etablieren. Mit Postdiensten könnte ein Ersatz für die strukturell bedingten Anzeigenverluste insbesondere im Rubrikengeschäft erreicht werden.

#### Beteiligungen im privaten Hörfunk

Im Vergleich dazu sind andere Potenziale eher gering, so beispielsweise Erlösmöglichkeiten im privaten Hörfunk, die in Bayern aktuell in die politische Diskussion geraten sind. Die bayerischen Zeitungsverlage fordern, die gesetzlich vorgeschriebenen Maximalbeteiligungen für Zeitungsverlage anzuheben. 2004 haben die 69 selbstständigen UKW-Programme (in Bayern mit mehr als zwölf Stunden Sendezeit) Gesamterträge von 115,6 Mio Euro bei Kosten von 97,3 Mio Euro erzielt. (18) Das Resultat wäre also selbst bei deutlichen Anteilserhöhungen für die Verlage bescheiden. Zudem stießen höhere Beteiligungen auf verfassungsrechtliche Grenzen, da die Vielfalt in lokalen Märkten kaum noch gewährleistet wäre. (19) Mit Bezug auf die crossmedialen Verflechtungen hat der Verfassungsrichter Wolfgang Hoffmann-Riem kürzlich Regelungsdefizite festgestellt: „Insbesondere rächt sich nun, dass es in Deutschland keine wirksamen Vorkehrungen gegen Verflechtungen zwischen unterschiedlichen Medien und Querverflechtungen zwischen unterschiedlichen Wertschöpfungs-Segmenten gibt.“ (20)

#### Digitalisierung ändert Verwertungsprozesse

Ein übergeordnetes Problem der Zeitungsbranche sind die ungeheuer kurzen Innovationszyklen. Die so genannte Elektronische Revolution, bei der die Verlagsbranche mit dem Einsatz von Computern um das Jahr 1980 den Vorreiter spielte, war im Kern eine Rationalisierungsmaßnahme mit Funktionskop-

pelungen. Mit der folgenden Digitalisierung gehen nicht nur Veränderungen von Produktions-, sondern auch von Verwertungsprozessen einher. Alle Zeitungsverlage – von den ganz kleinen Einheiten einmal abgesehen – sind zum Beispiel im Internet präsent. Noch überwiegen dabei 1:1-Übernahmen aus dem Printmedium. Es handelt sich zweifellos um eine Übergangsphase. Das Angebot im Internet wird sich künftig stärker verselbstständigenden. Erst dann können die spezifischen Eigenschaften des Internets umfänglich genutzt werden.

Die elektronische Fassung der gedruckten Zeitung war noch vor wenigen Jahren ein großes Thema. E-Paper galt als verheißungsvolle Innovation. Inzwischen herrscht Ernüchterung. Die von der iwv ausgewiesenen Auflagen ergeben addiert mal gerade eine Verkaufszahl von rund 30 000 Exemplaren bundesweit. (21) Angeboten werden E-Paper von knapp 40 Verlagen. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Auflage von 775 Exemplaren. Regelmäßig abonniert werden bundesweit 5 300 E-Paper. Ein Verlag wie Der Tagesspiegel in Berlin, der 150 000 Zeitungen absetzt, wies für 2005 sechs E-Paper-Kunden auf. (22) Lohnt da der Aufwand? Haben die Verlage aufs falsche Pferd gesetzt?

Einer der Internetpioniere, Vint Cerf, heute Chefplaner bei Google, stellt kühl fest: „Zeitungen haben die Chance, sich im Internet neu zu erfinden“. Vor einigen Jahren haben andere den gedruckten Medien noch eine ganz andere Zukunft prognostiziert, nämlich keine.

Für eine sichere Zukunft der Verlage ist zunächst von zentraler Bedeutung, dass sie über die Kompetenz für die Selektion und die Aufbereitung von Nachrichten und Hintergründen verfügen. Zentral ist zudem, dass dieses Material digitalisiert vorliegt und damit für jede Plattform nutzbar ist, nicht nur für Internetanwendungen auf dem Computer. Unter ökonomischen Aspekten wird womöglich der mobile Empfang über das Handy wichtiger werden. Deutsche Verlage waren an einem Pilotprojekt der EU beteiligt, bei dem es um „Mobile Information and News Data Services“, kurz MINDS, ging. (23) Auch die SMS spielt bei solchen Anwendungen eine Rolle, nicht zuletzt über den Rückkanal. Von hohem Nutzen sind dabei für alle Verlage ihre etablierten Marken, die in der Regel auch für hohe Glaubwürdigkeit stehen. „Expand your brand“ hat Gruner + Jahr-Chef Bernd Kundrun jüngst seine strategischen Überlegungen kurz gefasst. Das setzt allerdings voraus, dass die Marke nicht beschädigt wird. Ausgabenkürzungen bei der Redaktion könnten sich insofern schnell als Fehlalkulation erweisen.

#### Vorgehen und Ergebnisse der Studie zur Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt

Wie in den Vorjahren basieren die im Folgenden vorgelegten Daten über den Konzentrationsgrad im Zeitungsmarkt auf den zehn auflagenstärksten

#### Bisherige Erfahrungen mit E-Paper ernüchternd

#### Journalistische Kompetenz für Zukunftssicherung unabdingbar

Verlagsgruppen im Tageszeitungsmarkt. Die Systematik der Statistik entspricht derjenigen aus der letzten Untersuchung im Jahr 2004. (24)

Den klassischen Zeitungsverlag als monomediales Unternehmen gibt es schon lange kaum noch. Der Begriff wird bald gänzlich anachronistisch sein. Die multimedial agierenden Unternehmen benötigen den Zugang zu den digitalen Verwertungsmöglichkeiten. Er steht ihnen offen, obwohl damit sehr wohl auch Konzentrationsprobleme verbunden sein werden. Ihre Ausprägungen, ihr Gewicht lassen sich aber nicht fixieren. Insofern sind deutliche Unterschiede zum klassischen Rundfunk gegeben, bei dem gerade das Bundesverfassungsgericht die Bedeutung prophylaktischer Maßnahmen betont hat, weil Fehlentwicklungen kaum rückholbar seien.

**Kriterien der Konzentrationsmessung**

1. Verlage, die an anderen Verlagen mit mindestens 25 Prozent beteiligt sind, bilden mit diesen Verlagen eine Verlagsgruppe. Liegt die Beteiligung nur geringfügig unter dieser Marke und lässt sie sich auf 25 Prozent aufrunden, so wird auch diese Beteiligung in die Verlagsgruppe einbezogen. Die 25-Prozent-Marke richtet sich nach der gleich hohen Schwelle für die Fusionskontrolle beim Bundeskartellamt. Auch das Kartellamt überprüft Beteiligungen und meldepflichtige Fusionen, wenn sie knapp unter dieser Marke liegen und offensichtlich gewählt werden, um die Aufsichtsbehörde zu umgehen.

2. Jede Verlagsgruppe hat in ihrem Zentrum einen Verlag, der als sogenannter Mutterverlag gilt. Die Bestimmung dieses Mutterverlages ist der erste Schritt bei der Definition einer Verlagsgruppe. Beteiligungen des Mutterverlages an anderen Verlagen ab gerundet 25 Prozent verleihen diesen den Status eines Tochterverlages. Sind mehrere Verlage an einem Verlag mit gerundet mindestens 25 Prozent beteiligt, so wird dieser Verlag mehrfach als Tochterverlag ausgewiesen. 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 Berechnungen beruhen auf den von der ivw ausgewiesenen Verkaufsauflagen im 1. Quartal 2006 (25) (vgl. Tabelle 3). Nur in gekennzeichneten Ausnahmefällen werden darüber hinaus auch detaillierte Angaben gemacht, die in der Regel auf Verlagsangaben beruhen.

**1. Axel Springer AG, Hamburg/Berlin**

Die Auflagenverluste im Vergleich zur Voruntersuchung für das Jahr 2004 in Höhe von gut 250 000 Exemplaren gehen fast vollständig auf das Konto der Bild-Zeitung. Deren Abwärtstrend hält seit Jahren an. Mit gut 3,5 Millionen Exemplaren ist Bild inzwischen weit von einstigen Höchstwerten entfernt, erreicht andererseits aber immer noch rund drei Millionen Käufer mehr als die nächstgrößten Zeitungen. Deutliche Zugewinne verzeichnet unter den Springer-Titeln allein Die Welt, die im Zweijahres-Vergleich 50 000 Exemplare hinzugewonnen hat. Diese Steigerung dürfte im Wesentlichen auf das Konto von Welt Kompakt gehen, der noch jungen Tabloid-Zeitung, deren Auflage nur zusammen mit jener des Mutterblattes gemeldet wird. Vom neuen Titel abgesehen ist die Verlagsgruppe unverändert geblieben. Die seit Anfang 2004 bestehende Beteiligung am Westfalen-Blatt in Bielefeld bleibt weiterhin unberücksichtigt, da die Beteiligungshöhe mit 14,5 Prozent deutlich unter der Erfassungsschwelle liegt. Der Springer-Konzern kommt im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 22,5 Prozent und hat damit gegenüber 2004 0,2 Prozentpunkte eingebüßt. Bei den Abozeitungen ist der Marktanteil auf 6,2 Prozent gestiegen (2004: 6,0%), bei den Boulevardzeitungen auf 80,4 Prozent (2004: 81,5%) gesunken, aber nach wie vor überragend (vgl. Tabelle 4).

**Marktanteil bei Abozeitungen gestiegen, bei Boulevardzeitungen gesunken**

**2. Verlagsgruppe WAZ, Essen**

Der WAZ-Konzern in Essen verzeichnet wie in den Vorjahren erhebliche Auflageneinbußen und kommt mit knapp 1,2 Millionen Exemplaren nur noch auf einen Marktanteil von 5,6 Prozent (2004: 6,0%). Da der Konzern ausschließlich Abozeitungen verlegt, ist sein Anteil in diesem Segment mit 7,1 Prozent (2004: 7,7%) größer. In den letzten Jahren sind im Inland keine weiteren Beteiligungen übernommen worden. Im Ausland wird dagegen weiterhin expandiert. Vor allem in Österreich und in Südosteuropa hält der Konzern bedeutende Marktanteile. Auch im Stammland Nordrhein-Westfalen wurde die Marktposition trotz der Auflagenverluste verbessert, da in weiteren Verbreitungsgebieten inzwischen ein Monopol besteht. Nachdem das Bundeskartellamt eine Druckkooperation zwischen dem WAZ-Konzern und seinem Konkurrenten im Ruhrgebiet, den Ruhr Nachrichten (RN), akzeptiert hatte, haben die Ruhr Nachrichten ihre Ausgaben in Bottrop, Gelsenkirchen und Gladbeck eingestellt. Zudem soll in Gelsenkirchen auch die Buerische Zeitung geschlossen werden, deren Verleger gleichfalls mit den Ruhr Nachrichten verflochten

**Auflageneinbußen führen zu niedrigerem Marktanteil**

## ③ Entwicklung der Tagespresse zwischen 1989 und 2006

Auflage in Exemplaren

Jahr	Tageszeitungen gesamt nach IVW	davon Sonntags- zeitungen	nicht berück- sichtigte Titel	Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	davon Abonnement- zeitungen	Kaufzeitungen
2006	24 885 466	3 627 600	92 100	21 165 800	16 519 100	4 646 700
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	226 693	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.

④ Axel Springer AG, Hamburg/Berlin<sup>1)</sup>

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV*	3 545 200	3 545 200	3 781 300	3 781 300	4 083 300	4 083 300
Hamburger Abendblatt	MV*	263 000	263 000	283 400	283 400	288 200	288 200
B.Z. (7 x wö)	MV*	191 200	191 200	220 300	220 300	262 500	262 500
Die Welt <sup>2)</sup>	MV*	251 700	251 700	202 700	202 700	233 700	233 700
Welt Kompakt <sup>2)</sup>	MV*	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Elmshorner Nachrichten <sup>3)</sup>	MV*	11 000	11 000	10 700	10 700	11 400	11 400
Berliner Morgenpost	100,0	148 700	148 700	152 300	152 300	157 700	157 700
Bergedorfer Zeitung <sup>3)</sup>	100,0	19 300	19 300	20 000	20 000	20 800	20 800
Ostsee-Zeitung <sup>4)</sup>	74,5	160 100	119 275	171 200	127 500	182 100	135 665
Leipziger Volkszeitung <sup>5)</sup>	50,0	203 200	101 600	226 800	113 400	220 200	110 100
Dresdner Neueste Nachrichten <sup>6)</sup>	50,0	31 400	15 700	33 500	16 800	35 300	17 650
Lübecker Nachrichten <sup>7)</sup>	49,0	109 100	53 459	111 600	54 700	109 500	53 655
Naumburger Tageblatt <sup>8)</sup>	37,6	15 600	5 866	17 000	6 400	18 300	6 862
Pinneberger Tageblatt <sup>9)</sup>	28,7	24 200	6 945	24 500	7 000	22 700	6 515
Harburger <sup>3)10)</sup>	24,8	18 500	4 588	20 000	5 000	22 200	5 506
Kieler Nachrichten <sup>11)</sup>	24,5	98 400	24 108	102 500	25 100	106 300	26 044
Gesamtauflage		5 090 600	4 761 641	5 377 800	5 026 600	5 786 000	5 425 497

\* MV=Mutterverlag: Anteilshöhe nicht immer 100 Prozent.

- 1) Nicht aufgeführt werden kleinere, indirekte Beteiligungen des Konzerns, z. B. am nordkurier in Neubrandenburg oder der Segeberger Zeitung.
- 2) Der Springer-Verlag meldet für die Titel Die Welt und Welt Kompakt nur eine Gesamtauflage.
- 3) Bergedorfer Zeitung, Elmshorner Nachrichten und Harburger gehören zur Redaktionsgemeinschaft Norddeutsche Nachrichten mit der Hauptredaktion in Hamburg. Die Elmshorner Nachrichten werden vom Springer-Verlag herausgegeben. Die Bergedorfer Zeitung erscheint in einem Tochterunternehmen des Konzerns.
- 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). Eine Beteiligung an der Torgauer Zeitung liegt unterhalb der Schwelle von 25%.
- 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 75,2% 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) Die Zeitung Harburger hieß zuvor 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.

⑤ Verlagsgruppe WAZ, Essen<sup>1)</sup>

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	MV	929 000	929 000	999 900	999 900	1 049 700	1 049 700
Westfälische Rundschau <sup>2)</sup>	100,0						
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung <sup>3)</sup>	100,0						
Westfalenpost <sup>4)</sup>	100,0						
Thüringische Landeszeitung <sup>5)6)</sup>	100,0	41 000	41 000	45 000	45 000	52 000	52 000
Saale-Zeitung <sup>7)</sup>	100,0	14 300	14 300	15 500	15 500	15 900	15 900
Die Kitzinger <sup>8)</sup>	100,0	5 800	5 800	6 100	6 100	6 300	6 300
Ostthüringer Zeitung <sup>5)9)</sup>	60,0	124 000	74 400	135 000	81 000	147 000	88 200
Thüringer Allgemeine <sup>10)</sup>	50,0	202 000	101 000	220 000	110 000	237 000	118 500
Meininger Tageblatt <sup>11)</sup>	50,0	13 700	6 850	15 100	7 550	16 570	8 285
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung <sup>12)</sup>	24,8	24 000	5 952	24 400	6 051	29 100	7 217
<b>Gesamtauflage</b>		<b>1 353 800</b>	<b>1 178 302</b>	<b>1 461 000</b>	<b>1 271 101</b>	<b>1 553 570</b>	<b>1 346 102</b>

- 1) 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. Die Gesamtauflage in NRW von 952 912 Exemplaren dürfte sich auf die fünf Titel in etwa wie folgt verteilen: WAZ 475 000, WR 169 000, NRZ 148 000, WP 137 000, IKZ 24 000 Exemplare.
- 2) Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau. Dem Konzern gehören am Verlag 86,9%.
- 3) Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4% des Verlages.
- 4) Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
- 5) Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 366 843 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- 6) 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 jene der Redaktion wahr.
- 7) Der WAZ-Konzern hält 95% am bayerischen Verlag in Bad Kissingen. Entsprechend wird die Auflage vollständig zugerechnet.
- 8) Dem WAZ-Konzern gehört die Lokalzeitung Die Kitzinger vollständig.
- 9) Der Konzern hat nach langen Auseinandersetzungen mit dem Bundeskartellamt seine Beteiligung von 100% auf 60% reduziert.
- 10) 50% der Thüringer Allgemeine gehören den Mitarbeitern des Verlags in Erfurt.
- 11) 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 Meinungen 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.
- 12) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8%. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

ist. Die Druckkooperation zwischen WAZ und RN hat durchaus die Qualität, auch zu weiteren Veränderungen im Zeitungsmarkt zu führen, über die der WAZ-Konzern in der Summe eine verbesserte Marktpositionen erreichen dürfte (vgl. Tabelle 5).

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

**Höhere Marktanteile durch Zukäufe und Beteiligungen**

Die mit einem Schwerpunkt in Baden-Württemberg agierende Verlagsgruppe hat ihre Marktanteile im Gesamtmarkt von 5,0 auf 5,2 Prozent und bei den Abozeitungen von 6,4 auf 6,7 Prozent erneut gesteigert. Basis für das Wachstum waren Übernahmen weiterer Lokalzeitungen bzw. Beteiligungen an solchen. Insbesondere im Umfeld von Stuttgart wurde mit den Übernahmen der Kornwestheimer Zeitung, der Leonberger Kreiszeitung und der Marbacher Zeitung der Markt wohl endgültig zu Gunsten der Gruppe bereinigt. Auch die Südwest Presse in Ulm hat ihre breite Beteiligungspalette durch den Kauf eines Anteils der Bietigheimer Zeitung erneut erweitert. (26) Die Beteiligung der Südwest-

deutschen Medien Holding (SWMH) an der Verlagsgruppe der Süddeutschen Zeitung unterschreitet die Erfassungsschwelle und bleibt unberücksichtigt, weil keine weitergehenden Verflechtungen bestehen. Derzeit wird innerhalb der Gruppe über den Sonntagstitel Sonntag aktuell diskutiert, den einzelne Verlage in ihren Verbreitungsgebieten nicht mehr zustellen wollen (vgl. Tabelle 6).

**4. Verlagsgruppe Ippen**

Die Verlagsgruppe des westfälischen Verlegers Dirk Ippen ist unter den großen Anbietern auf Rang vier aufgestiegen und hat die Kölner Gruppe M. DuMont Schauberg verdrängt. Die Verkaufsaufgabe der Gruppe ist zwar analog zur Gesamtmarktentwicklung gesunken, insbesondere durch die vollständige Übernahme der Offenbach Post (zuvor 50%) ist die anteilige Auflage im Vergleich zu 2004 aber annähernd gleich hoch geblieben. Die Gruppe kommt im Gesamtmarkt auf 4,1 Prozent (2004: 3,9%), bei den Abozeitungen auf 4,2 Prozent und bei den Kaufzeitungen auf 3,5 Prozent (2004: 3,3%). Der Verleger Ippen, der sich im nationalen Markt einen Ruf als Sanierer auch kleinauflägiger Titel erworben und diese stets im Markt gehalten hat, hat bei seinem Beteiligungsunternehmen in Kassel mit der Sonntagsausgabe der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen erstmals einen Titel eingestellt (vgl. Tabelle 7).

**Aufstieg auf Rang 4 der auflagenstärksten Verlage**



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

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung <sup>1)2)</sup> und Stuttgarter Nachrichten <sup>1)3)</sup>	MV	188 300	188 300	202 200	202 200	209 400	209 400
Die Rheinpfalz <sup>4)</sup>	MV	242 600	242 600	247 000	247 000	247 300	247 300
Südwest Presse, Ulm <sup>5)</sup>	MV	104 900	104 900	106 200	106 200	106 500	106 500
freie presse <sup>6)</sup>	100,0	329 500	329 500	350 800	350 800	377 200	377 200
Märkische Oderzeitung <sup>7)</sup>	100,0	99 700	99 700	109 300	109 300	118 100	118 100
Hohenzollerische Zeitung <sup>8)</sup>	100,0	7 300	7 300	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Leonberger Kreiszeitung <sup>9)</sup>	100,0	17 200	17 200	16 100	8 000	16 400	8 200
Pirmasenser Zeitung <sup>10)</sup>	100,0	13 100	13 100	13 800	13 800	14 300	14 300
Südwest Presse, Metzingen <sup>11)</sup> und Reutlinger Nachrichten	100,0	13 300	13 300	13 700	13 700	13 900	13 900
Tauber-Zeitung <sup>12)</sup>	100,0	5 700	5 700	5 900	5 900	6 100	6 100
Alb Bote <sup>13)</sup>	100,0	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200
Rundschau für den Schwäbischen Wald <sup>14)</sup>	100,0	4 900	4 900	5 000	5 000	5 100	5 100
Kornwestheimer Zeitung <sup>15)</sup>	100,0	5 300	5 300	4 600	4 600	k.A.	k.A.
Marbacher Zeitung <sup>15)</sup>	100,0	7 900	7 900	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Hohenloher Tagblatt <sup>16)</sup>	69,2	14 800	10 242	15 000	10 400	15 600	10 795
Geislinger Zeitung <sup>17)</sup>	50,0	14 200	7 100	14 600	7 300	14 900	7 450
Schwäbisches Tagblatt <sup>*18)</sup>	49,0	44 500	21 805	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Waiblinger Kreiszeitung <sup>19)</sup>	36,0	45 500	16 380	46 000	16 600	47 500	17 100
Gesamtauflage		1 163 900	1 100 427	1 155 400	1 106 000	1 197 500	1 146 645

\* Gehörte 2004 noch nicht zur Verlagsgruppe.

- 1) Die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten melden der IVW nur eine Gesamtauflage.
- 2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co KG, an der mit 75 % die Südwestdeutsche Medien Holding GmbH (SWMH), Stuttgart, und mit zusammen 25 % Mitglieder der Familie Schairer beteiligt sind. An der SWMH wiederum sind mit je 44,4 % die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und eine Gruppe württembergischer Verleger beteiligt. Innerhalb dieser Gruppe hält die Ebner Pressegesellschaft KG einen Anteil an der SWMH von 9,7 %. Die SWMH besitzt die Zwischenholding Württemberger Zeitung GmbH.
- 3) Die Württemberger Zeitung GmbH hält 80 % der Anteile an der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Der Ebner Pressegesellschaft KG sowie zwei weiteren Eignern gehören jeweils 6,7 %.
- 4) Die Rheinpfalz: Die Zeitung gehört zum Konzern Medien Union, der wiederum zur Hälfte im Besitz der Verlegerfamilie Schaub ist. Eine der bedeutendsten Beteiligungen des Medienkonzerns ist der Anteil von 44,4 % an der Holding SWMH.
- 5) Südwest Presse: Die Südwest Presse, Ulm, erscheint im Verlag Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG. Eine Hälfte davon gehört der Ebner Pressegesellschaft KG, die andere Hälfte der ZVD Mediengesellschaft mbH in Göppingen. 50 % davon gehören der Württemberger Zeitung GmbH. In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Die Medien Union besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 7) Die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co KG besitzt 50,1 % der Märkischen Oderzeitung in Frankfurt/Oder, die Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG (Südwest Presse) 49,9 %.
- 8) Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hat die Hohenzollerische Zeitung Mitte 2005 vollständig übernommen.
- 9) Die Leonberger Kreiszeitung gehört inzwischen vollständig der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co KG und erscheint seit September 2005 als Lokalausgabe der Stuttgarter Zeitung. In der ausgewiesenen Auflage sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Leonberger Kreiszeitung berücksichtigt. Eine titelbezogene Auflage wird vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 10) Die Übernahme der Pirmasenser Zeitung durch ein mit der Medien Union verflochtenes Unternehmen ist zunächst vom Bundeskartellamt untersagt worden. Nach einer Neugestaltung der komplizierten vertraglichen Beziehungen musste das Bundeskartellamt dem Kauf schließlich zustimmen, da Verbindungen zur Medien Union für eine kartellrechtliche Untersagung nicht mehr in ausreichendem Maß bestanden. In dieser Statistik wird der Titel dennoch der Verlagsgruppe zugeordnet.
- 11) Die Südwest Presse in Metzingen gehört der Neuen Pressegesellschaft in Ulm. Die Reutlinger Nachrichten erscheinen in einem Tochterbetrieb des Verlags in Metzingen.
- 12) Die Tauber-Zeitung gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse, die auch den Mantel liefert.
- 13) Alb Bote: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält alle Anteile an der Verlag Baader GmbH in Münsingen.
- 14) Rundschau: Der Verlag Neue Kreis-Rundschau GmbH gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Dieser liefert der Rundschau auch den Hauptteil.
- 15) Alleinbesitzer der Kornwestheimer Zeitung und der Marbacher Zeitung ist inzwischen die Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Die beiden kleinen Zeitungen erscheinen seit September 2005 als Lokalausgaben der Stuttgarter Nachrichten. In den ausgewiesenen Auflagen sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Kornwestheimer Zeitung bzw. Marbacher Zeitung berücksichtigt. Eine titelbezogene Auflage wird vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 16) Die Neue Pressegesellschaft in Ulm hält einen Anteil am Hohenloher Tagblatt von knapp 70 %. Das Tagblatt übernimmt den Mantel aus Ulm.
- 17) Geislinger Zeitung: Die Neue Pressegesellschaft, Ulm, hält 50 % der Anteile und liefert den Hauptteil.
- 18) Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hat im 2. Halbjahr 2004 49 Prozent der Anteile übernommen.
- 19) Waiblinger Kreiszeitung: 36 % der Anteile hält die ZVD Mediengesellschaft mbH, Göppingen. Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.

Quelle: FORMAT-Instytut, Dortmund.

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

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur <sup>1)</sup>	MV	195 700	195 700	209 100	209 100	201 300	201 300
tz <sup>1)</sup>	MV	161 600	161 600	161 300	161 300	164 900	164 900
Oberbayerisches Volksblatt <sup>2)</sup>	MV	72 100	72 100	73 600	73 600	75 300	75 300
Westfälischer Anzeiger <sup>3)</sup>	MV	44 100	44 100	46 000	46 000	48 700	48 700
Hessische/Nieders. Allgemeine <sup>4)</sup>	100,0	170 800	170 800	176 100	176 100	179 700	179 700
Oranienburger Generalanzeiger <sup>5)</sup>	100,0	29 900	29 900	28 700	28 700	30 200	30 200
Leine Deister Zeitung <sup>6)</sup>	100,0	5 400	5 400	5 200	5 200	5 200	5 200
Fehmarnsches Tageblatt <sup>7)</sup>	100,0	2 200	2 200	2 200	2 200	2 300	2 300
Heiligenhafener Post (3 x wö) <sup>8)</sup>	100,0	2 000	2 000	2 100	2 100	2 100	2 100
Offenbach Post <sup>9)</sup>	100,0	45 800	45 800	48 000	24 000	49 600	24 800
Dieburger Anzeiger (3 x wö) <sup>9)</sup>	100,0	4 000	4 000	4 300	2 100	4 300	2 150
Rotenburger Kreiszeitung <sup>10)</sup>	75,0	11 100	8 325	11 400	8 500	11 800	8 850
Schongauer Nachrichten <sup>11)</sup>	70,4	9 600	6 758	9 600	6 800	9 800	6 899
Allg. Zeitung							
+ Isenhagener Kreisblatt <sup>12)</sup>	70,0	24 800	17 360	25 600	17 900	26 800	18 760
Altmark-Zeitung <sup>13)</sup>	70,0	20 700	14 490	24 500	17 100	29 700	20 790
Lüdenscheider Nachrichten <sup>14)</sup>	60,8	32 800	19 942	34 300	20 300	36 100	21 949
Kreiszeitung, Syke <sup>15)</sup>	50,9	71 100	36 190	74 300	37 800	80 400	40 924
Wildeshauser Zeitung <sup>16)</sup>	50,9	2 800	1 425	3 000	1 500	3 100	1 578
Soester Anzeiger <sup>17)</sup>	40,0	32 300	12 920	33 300	13 300	38 800	15 520
Werra Rundschau* <sup>18)</sup>	40,0	12 100	4 840	12 800	5 100	k. A.	k. A.
Hersfelder Zeitung* <sup>19)</sup>	25,0	15 600	3 900	16 200	5 200	k. A.	k. A.
<b>Gesamtauflage</b>		<b>966 500</b>	<b>859 751</b>	<b>1 001 600</b>	<b>863 900</b>	<b>1 005 300</b>	<b>877 120</b>

\* Gehörte 2002 noch nicht zur Verlagsgruppe.

- 1) 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.
- 2) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 3) Westfälischer Anzeiger: Ippen ist über den Verlag der Leine Deister Zeitung in Gronau an seinem Stammverlag in Hamm beteiligt. Dieser unterhält enge Kontakte mit den westfälischen Verlagen, an denen die Gruppe beteiligt ist, bildet mit ihnen einen Anzeigenverbund und liefert ihnen den Hauptteil. Redaktionelle Kooperationen bestehen zudem mit dem Hellweger Anzeiger in Unna und dem Patriot in Lippstadt.
- 4) Die Ippen-Gruppe hält 90% der Anteile. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- 5) Oranienburger Generalanzeiger: Die Zeitung gehört über den Westfälischen Anzeiger vollständig zur Verlagsgruppe.
- 6) Leine Deister Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört den Familien Ippen und Dierichs. Die Familie Dierichs hatte u.a. die Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) in die Gruppe eingebracht. Über den Kleinverlag wird eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen der Gruppe gehalten.
- 7) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, 80% der Anteile. Die Auflage wird daher der Verlagsgruppe vollständig zugeordnet.
- 8) Die Heiligenhafener Post wird vom Verlag des Fehmarnsches Tageblatts herausgegeben.
- 9) Offenbach Post: Die Ippen-Gruppe hat die Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG Anfang 2005 vollständig übernommen (zuvor 50%). Die Anteile halten der Westfälische Anzeiger 80% und die Leine-Deister-Zeitung 20%. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 10) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke hält 75% der Anteile und 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 der Verlag der 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) Soester Anzeiger: Der 40-Prozent-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten. Der Verlag in Soest verlegt auch die Mendener Zeitung.
- 18) Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau beteiligt.
- 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.

Quelle: FORMAT-Institut, Dortmund.

8 Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau <sup>1)</sup>	MV	359 500	359 500	387 300	387 300	405 100	405 100
Express <sup>1)</sup>	MV	176 100	176 100	188 500	188 500	209 300	209 300
Mitteldeutsche Zeitung <sup>2)</sup>	100,0	259 300	259 300	286 800	286 800	315 300	315 300
Kölner Stadt-Anzeiger Direkt <sup>3)</sup>	100,0	10 500	10 500	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Düsseldorf-Express <sup>4)</sup>	50,0	48 900	24 450	53 900	26 900	63 200	31 600
Naumburger Tageblatt <sup>5)</sup>	24,9	15 600	3 884	17 000	4 200	18 300	4 557
Gesamtauflage		869 900	833 734	933 500	893 700	1 011 200	965 857

- 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) Seit Oktober 2004 gibt der Verlag DuMont als Schwesterblatt des Kölner Stadt-Anzeigers das Tabloid-Format Direkt heraus, das redaktionell im Wesentlichen auf den Texten des Stadt-Anzeigers beruht. Die kleine Zeitung wird für 50 Cent verkauft.
- 4) Der Kölner Verlag ist am Düsseldorf-Express mit 50 % beteiligt. Die übrigen 50 % liegen beim Verlag W. Girardet, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).
- 5) Am Tageblatt in Naumburg ist die Verlagsgruppe über das Tochterunternehmen in Halle mit 24,9 % Prozent beteiligt.

Quelle: FORMAT-Institut, Dortmund.

5. Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Marktanteile leicht rückläufig

Die Kölner Verlagsgruppe hat an sämtlichen Standorten Auflage eingebüßt und entsprechend Marktanteile verloren. Bei der Kölnischen Rundschau gehen die Verluste zum Teil auf verlagsstrategische Entscheidungen zurück, sich aus Teilmärkten zurückzuziehen (z.B. aus Bonn). Zugleich konnten angestrebte Zukäufe nicht umgesetzt werden: Bei der Berliner Zeitung und dem Berliner Kurier entschied sich der Verkäufer von Holtzbrinck zu Gunsten anderer Investoren, und beim General-Anzeiger in Bonn stellte sich das Bundeskartellamt quer. Derzeit zählt die Verlagsgruppe zum Interessentenkreis derjenigen Verlage, die eine Beteiligung an der Frankfurter Rundschau prüfen. Expansionswille und -möglichkeiten sind gegeben. Zunächst sind die Marktanteile im Vergleich zu 2004 allerdings gesunken, im Gesamtmarkt von 4,0 auf 3,9 Prozent, bei den Abozeitungen von 4,0 auf 3,8 Prozent und bei den Boulevardzeitungen von 4,4 auf 4,3 Prozent. Die Verlagsgruppe ist derzeit die einzige, die die Auflage eines neuen Titels im Niedrigpreissegment, Kölner Stadt-Anzeiger Direkt, der Auflagenkontrolle der ivw unterwirft. Der Titel hat zuletzt deutlich zugelegt und erreicht eine Verkaufsaufgabe von 10 500 Exemplaren (vgl. Tabelle 8).

6. Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, Stuttgart

Leichte Marktanteilsgewinne trotz gescheiterter Übernahmen

Die Verlagsgruppe des Stuttgarter Holtzbrinck-Konzerns ist derzeit das wohl innovativste Zeitungsunternehmen. Mit News in Frankfurt (Ende Mai 2006 zumindest vorerst eingestellt) aus einer Tochterfirma des Handelsblatt-Verlags sowie den beiden Ausgaben des Titels 20 Cent in der Lausitz und im Saarland wird der Versuch unternommen, neue Zielgruppen anzusprechen. Gleichfalls noch jung ist die lokale Wochenzeitung Boulevard in Würzburg und Schweinfurt, die vom Verlag der Main Post initiiert worden ist. Die preiswerten Neulinge werden allerdings noch nicht der ivw gemeldet, insofern fehlen zuverlässige Angaben zu den Auflagen. Aber auch ohne die Berücksichtigung die-

ser Titel hat Holtzbrinck den Marktanteil im Gesamtmarkt leicht auf 3,7 Prozent (2004: 3,6%) und 4,8 Prozent (2004: 4,7%) bei den Abozeitungen gesteigert. Mit dem Verkauf der Berliner Zeitung und des Berliner Kurier ist der kartellrechtlich gescheiterte Expansionsversuch in Berlin endgültig beendet. Auch die geplante Übernahme der Rhein-Zeitung in Koblenz durch das Beteiligungsunternehmen in Saarbrücken scheiterte am Veto des Bundeskartellamts (vgl. Tabelle 9).

7. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Alle drei Titel der FAZ-Gruppe weisen gegenüber 2004 Verluste bei der Auflage auf. Die Position im Gesamtmarkt ist mit 3,0 Prozent (2004: 3,1%) leicht rückläufig. Sowohl unter publizistischen als auch ökonomischen Aspekten ist insbesondere die sinkende Auflage der FAZ bedeutsam. Der Abstand zur Süddeutschen Zeitung, die gegen den Markt-trend die Auflage steigert, ist erneut größer geworden und beträgt inzwischen rund 75 000 Exemplare. Bei den Abozeitungen kommt die Gruppe auf 3,9 Prozent (vgl. Tabelle 10).

Auflagenverluste der FAZ

8. Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag, München

Der Verlag der Süddeutschen Zeitung hat nach dem Abschluss von Sanierungsarbeiten wie geplant wieder die Mehrheit an der Frankenpost in Hof übernommen, die zeitweilig aus kartellrechtlichen Gründen aufgegeben worden war. Nicht mehr berücksichtigt ist der Donau Kurier in Ingolstadt, an dem die Münchner Gruppe lange Zeit mit knapp 25 Prozent beteiligt war. Nachdem das Bundeskartellamt eine Aufstockung dieses Anteils vor einigen Jahren abgelehnt hatte, wurde der Anteil wieder an die Altbesitzer zurückverkauft, wird allerdings über eine in der Schweiz angesiedelte Firma gehalten. Basierend auf den Veränderungen von Beteiligungen und auf dem seit Jahren anhaltenden Aufwuchs der Süddeutschen Zei-

Marktanteilsgewinne u. a. durch steigende Auflage der SZ

⑨ Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Titel	Anteil in %	2006 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
<b>Main Post und</b>							
Fränkisches Volksblatt <sup>1)</sup>	100,0	144 300	144 300	148 500	148 500	149 600	149 600
Südkurier <sup>2)</sup>	100,0	143 700	143 700	143 300	143 300	146 700	146 700
Handelsblatt <sup>3)</sup>	100,0	144 000	144 000	144 300	144 300	141 300	141 300
Der Tagesspiegel <sup>4)</sup>	100,0	136 400	136 400	136 300	136 300	138 500	103 737
Potsdamer Neueste Nachrichten <sup>5)</sup>	100,0	10 200	10 200	10 100	10 100	10 700	10 700
News <sup>6)</sup>	100,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Saarbrücker Zeitung <sup>7)</sup>	56,1	152 300	85 440	160 000	89 400	170 700	92 349
Lausitzer Rundschau <sup>8)</sup>	56,1	113 100	63 449	126 900	70 900	142 700	77 201
Trierischer Volksfreund <sup>9)</sup>	56,1	97 600	54 754	100 300	56 000	99 600	53 884
Pfälzischer Merkur <sup>9)</sup>	56,1	7 900	4 432	9 400	5 200	10 200	5 518
20 Cent Lausitz <sup>9)</sup>	56,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
20 Cent Saar <sup>10)</sup>	56,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
<b>Gesamtauflage</b>		<b>949 500</b>	<b>786 675</b>	<b>979 100</b>	<b>804 000</b>	<b>1 010 000</b>	<b>780 989</b>

- 1) Der Verlag der Main Post gehört vollständig zum Konzern. 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) Die Verlagsgruppe Handelsblatt hat die gleichnamige Zeitung wieder vollständig übernommen. Zuvor war die Dow Jones & Company beteiligt gewesen.
- 4) Im Zuge von kartellrechtlichen Auseinandersetzungen wegen der geplanten Übernahme des Berliner Verlags ist der Tagesspiegel formal 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) Die Potsdamer Neuesten Nachrichten gehören vollständig zum Konzern.
- 6) News erscheint seit dem 14.09.2004 in einem Tochterunternehmen des Verlags des Handelsblattes. Die bereits seit langem angekündigte Auflagenmeldung für News an die ivw wurde nicht vollzogen. Ende Mai 2006 wurde „News“ eingestellt, soll aber mit neuem Konzept wieder auf den Markt kommen.
- 7) An der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH sind die drei Gesellschafter der Holtzbrinck-Zentrale nach einer geringen Anteilsaufstockung mit zusammen 56,1% beteiligt.
- 8) Die Lausitzer Rundschau erscheint in einem Tochterunternehmen des Saarbrücker Verlags.
- 9) Der Trierische Volksfreund, der Pfälzische Merkur in Zweibrücken und 20 Cent Saar gehören zum Verlag der Saarbrücker Zeitung.
- 10) 20 Cent Lausitz erscheint in einem Tochterunternehmen des Verlags der Lausitzer Rundschau.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑩ Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Titel	Anteil in %	2006 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2004 verkaufte Auflage	anteilige Auflage	2002 verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung <sup>1)</sup>	MV	370 800	370 800	386 200	386 200	390 700	390 700
Frankfurter Neue Presse <sup>1)</sup>	100	106 900	106 900	108 900	108 900	98 300	98 300
Märkische Allgemeine <sup>2)</sup>	100	166 800	166 800	180 100	180 100	193 500	193 500
<b>Gesamtauflage</b>		<b>644 500</b>	<b>644 500</b>	<b>675 200</b>	<b>675 200</b>	<b>682 500</b>	<b>682 500</b>

- 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%. 11,3% 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 Allgemeine Zeitung GmbH.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.



## ⑪ Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Süddeutsche Zeitung <sup>1)</sup>	MV	445 500	445 500	437 100	437 100	434 700	434 700
Neue Presse, Coburg <sup>2)</sup>	70	27 800	19 460	28 900	20 300	29 800	20 860
Freies Wort <sup>2)</sup> und stz Südthüringer Zeitung <sup>3)</sup>	70	80 500	56 350	87 400	61 200	93 200	65 240
Frankenpost <sup>4)</sup>	65	53 100	34 515	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Meininger Tageblatt <sup>5)</sup>	35	13 700	4 795	15 100	5 300	16 570	5 800
Gesamtauflage		620 600	560 620	656 000	545 800	730 870	596 845

1) Am Verlag der Süddeutschen Zeitung ist neben den Alteilern auch die Südwestdeutsche Medien Holding (SWMH) beteiligt. Der Anteil der SWMH liegt mit knapp 19 % allerdings unter der Schwelle von 25 %. Die Verlagsgruppen werden, da auch über den Kapitalanteil hinaus weitere Verflechtungen nicht bestehen, weiterhin getrennt betrachtet.

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

3) Dem Verlag in Suhl gehört die stz Südthüringer Zeitung. Der Verlag meldet für beide Titel nur die Gesamtauflage.

4) Der Verlag der Süddeutschen Zeitung hält mit 65 Prozent wieder die Mehrheit, die er wegen kartellrechtlicher Probleme zeitweilig an den Partner DDVG abgegeben hatte. Vorausgegangen war der Verkauf des Vogtland Anzeigers in Sachsen durch die Frankenpost.

5) 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 Meinigen des Freien Worts heraus, die beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Die andere Hälfte der Meininger Mediengesellschaft gehört mittelbar zur Verlagsgruppe der WAZ.

Quelle: FORMAT-Institut, Dortmund.

tung hat die Gruppe ihren Marktanteil leicht von 2,5 auf 2,6 Prozent erhöht und ist auf Rang 8 aufgestiegen. Am Markt der Abozeitungen ist die Gruppe mit 3,4 Prozent beteiligt (vgl. Tabelle 11).

#### 9. Verlagsgruppe Madsack, Hannover

Die niedersächsische Gruppe weist zwar leichte Auflagenverluste auf, hat ihren Marktanteil in Höhe von 2,5 Prozent im Vergleich zur Voruntersuchung allerdings gehalten. Nachdem die Gruppe in den letzten Jahren in den hessischen Markt eingestiegen ist, gehört Madsack derzeit zu den Kaufinteressenten der Frankfurter Rundschau. Der Konzern ist gut aufgestellt, weist stattliche Renditen auf und ist auf Wachstum programmiert. Neben den Zeitungen werden auch zahlreiche Anzeigenblätter verlegt, bestehen Rundfunk- und Druckereibeteiligungen. In Hannover sind zudem Fernsehproduktionsunternehmen stetig ausgebaut worden. Derzeitig investiert der Konzern in Postdienstleistungsunternehmen und baut mit Schwerpunkt in Niedersachsen Verbundstrukturen für diese im Zuge der Deregulierung entstehende neue Branche auf. Madsack verlegt ausschließlich Abozeitungen und hält in diesem Marktsegment einen Anteil von 3,2 Prozent (vgl. Tabelle 12).

#### 10. Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg

Erstmals seit Bestehen der Analysen über das Verlagsgruppen-Ranking hat sich die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (kurz DDVG) unter den größten Gruppen etabliert. Das Unternehmen steht im besonderen öffentlichen Interesse, da es der SPD gehört. Die DDVG ist die Nachfolgefirma der ehemaligen Konzentration GmbH, in der die SPD ihre – meist traditionellen – Verlagsbeteiligungen zusammenfasst. (27) Während früher auch regionale Untergliederungen der Partei solche Beteiligungen hielten, gehören diese heute sämtlich zur DDVG. Der Sprung unter die größten Verlags-

gruppen ist auf die fast vollständige Übernahme (90 Prozent) der Frankfurter Rundschau im Jahr 2004 zurückzuführen. Der überregionalen Tageszeitung drohte damals die Liquidation. Unter Führung der DDVG wurde das Blatt saniert. Derzeitig führt die DDVG Verkaufsverhandlungen, bei denen die Hälfte der Anteile abgegeben werden sollen. Die DDVG selbst will 40 Prozent behalten. 10 Prozent bleiben beim ehemaligen Alleinbesitzer, der Gerold-Stiftung. Wird die Transaktion vollzogen, könnte die DDVG schon bald wieder aus dem Kreis der führenden Verlagsgruppen herausfallen. Außer der Beteiligung in Frankfurt und jener in Bielefeld besitzt die DDVG nur Minderheitsanteile an Zeitungen. Die Gesamtauflage dieser Titel ist mit derzeit gut 900 000 Exemplaren hoch, der anteilige Besitz liegt allerdings mit rund 475 000 Exemplaren deutlich darunter. Nicht berücksichtigt ist eine Beteiligung der DDVG an der Verlagsgruppe Madsack (Rang 9), da der Anteil von gut 20 Prozent die Erfassungsschwelle von 25 Prozent deutlich unterschreitet. Die DDVG kommt im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 2,2 Prozent, bei den Abozeitungen auf 2,6 Prozent und bei den Kaufzeitungen, basierend auf einer Beteiligung an der Morgenpost in Sachsen, auf 0,9 Prozent (vgl. Tabelle 13).

Anmerkungen:

1) Vgl. zu den Werbeeinnahmen die regelmäßigen Veröffentlichungen des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) (Hrsg.): Werbung in Deutschland 2005. Berlin 2005, S. 13.

2) Daten für Westdeutschland; vgl. BDZV: Zeitungen 2005. Berlin 2005, hier S. 98.

3) Einen guten und regelmäßig aktualisierten Überblick über die Entwicklungen bei den Gratiszeitungen gibt der Medienwissenschaftler Piet Bakker von der Universität in Amsterdam (users.fmg.uva.nl/pbakker/freedailies).

4) Zudem haben die österreichischen Verleger Fellner für September den Start einer Tageszeitung angekündigt, die sich vor allem an Frauen richten soll.

DDVG nach Beteiligung an Frankfurter Rundschau erstmals unter den 10 größten Gruppen

Unternehmen auf Wachstumskurs

12 Verlagsgruppe Madsack, Hannover<sup>1)</sup>

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover <sup>2)</sup>	MV	216 700	216 700	224 600	224 600	229 900	229 900
Göttinger Tageblatt <sup>3)</sup>	100,0	44 700	44 700	46 900	46 900	48 200	48 200
Aller Zeitung/ Wolfsburger Allgemeine <sup>4)</sup>	100,0	37 600	37 600	36 900	36 900	35 100	35 100
Peiner Allgemeine Zeitung <sup>5)</sup>	100,0	21 400	21 400	21 800	21 800	22 400	22 400
Waldeckische Landeszeitung <sup>6)</sup>	100,0	25 900	25 900	27 000	27 000	k.A.	k.A.
Schaumburger Nachrichten <sup>7)</sup>	100,0	16 800	16 800	17 000	17 000	16 900	16 900
Oberhessische Presse <sup>8)</sup>	51,0	30 400	15 504	31 500	16 100	k.A.	k.A.
Leipziger Volkszeitung <sup>9)</sup>	50,0	203 200	101 600	226 800	113 400	220 200	110 100
Dresdner Neueste Nachrichten/ Die Union <sup>9)</sup>	50,0	31 400	15 700	33 500	16 700	35 300	17 650
Cellesche Zeitung <sup>10)</sup>	50,0	32 100	16 050	33 100	16 600	32 800	16 400
Naumburger Tageblatt <sup>11)</sup>	37,6	15 600	5 866	17 000	6 400	18 300	6 863
Gandersheimer Kreisblatt <sup>12)</sup>	33,0	5 400	1 782	5 600	1 900	5 900	1 947
Täglicher Anzeiger <sup>13)</sup>	30,0	11 600	3 480	11 900	3 600	12 300	3 690
AZ Alfelder Zeitung <sup>14)</sup>	24,5	9 000	2 205	9 500	2 300	9 800	2 401
Gesamtauflage		701 800	525 287	743 100	551 200	698 900	517 451

\* 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. Partner in Leipzig ist der Springer-Konzern (vgl. Tab. 4). Eine Beteiligung des Leipziger Verlags in Höhe von 24,9% an der Torgauer Zeitung bleibt unberücksichtigt.
- 10) 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.
- 11) 75,2% des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung.
- 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 30%.
- 14) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5% an der AZ Alfelder Zeitung.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

- 5) An der Gründung des Blattes war wie bei vielen gleichnamigen Produkten die Schibsted-Gruppe maßgeblich beteiligt, hat den Anteil aber an die TA Media AG in Zürich verkauft.
- 6) Insbesondere über Gratiszeitungen in der Schweiz informiert Haas, Marcus: Die geschenkte Zeitung. Bestandsaufnahme und Studien zu einem neuen Presstyp in Europa. Münster 2005.
- 7) Vgl. Hombach, Bodo: Die Schlacht beginnt. In: Cicero 4/2005, S. 102 bis 103, hier S. 102.
- 8) Ebd.
- 9) Ebd., S. 103.
- 10) Urteil vom 20.11.2005 (I ZR 151/01).
- 11) BVerfG I BvR 1293/04.
- 12) Auf die Einführung von 20 Cent Saar hat der Springer-Verlag mit einer neuen Regionalausgabe von Bild für das Saarland reagiert und zudem eine Ausgabe von Welt Kompakt in Saarbrücken und Homburg auf den Markt gebracht.
- 13) Auch bereits etablierte Sonntagszeitungen scheinen für manchen Verlag kein lohnendes Geschäft. So wurde etwa die Sonntagsausgabe der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen in Kassel eingestellt. Derzeit zeichnen sich zudem Änderungen beim Titel Sonntag Aktuell ab, den einzelne Verlage in Süddeutschland künftig nicht mehr in ihren Gebieten verbreiten wollen.
- 14) Die Investoren um den Iren David Montgomery wollen mit einer Kette von Zeitungen zum einen Synergieeffekte nutzen und zum anderen eine Wertsteigerung erzielen, die den Erwartungen der engagierten Fonds entspricht. Abgesehen von kleinen Lokalzeitungen, die dieser Zielsetzung nur in Grenzen entsprechen, werden auf dem deutschen Markt allerdings kaum größere Objekte angeboten. Zudem handelt es sich um einen Verkäufermarkt, in dem sich Verlage häufig einen geeigneten Käufer aus der Branche aussuchen, wie etwa beim Übergang der HNA in Kassel auf die Ippen-Gruppe. Wer eine Zeitungskette aufbauen will, braucht in Deutschland einen entsprechend langen Zeitraum, der Fondsverwaltern in der Regel nicht zur Verfügung steht. Dass es nicht grundsätzlich unmöglich ist, hat der Holtzbrinck-Konzern bewiesen.
- 15) Nach den ZAW-Daten erreichten die Tageszeitungen in 2004 einen Werbeumsatz von 4,5 Mrd Euro. Der ZAW gibt Netto-Werbeumsätze an, allerdings vor Skonti (vgl. Anm. 1).
- 16) Schon heute sind auch in diesem Teilmarkt neue Anbieter tätig. Voraussetzung für eine Lizenz sind allerdings zusätzliche Serviceleistungen, zum Beispiel die Abholung ausgehender Post.
- 17) Die PIN AG weist für die letzten Jahre ein starkes Umsatzwachstum aus (2003: 23 Mio Euro; 2004: 36 Mio Euro; 2005: 80 Mio Euro). Neben der PIN AG gilt die EP Europost in Hannover als wichtige Marktteilnehmerin. Sie wird von der niederländischen TPG Post und der Hermes-Gruppe getragen.
- 18) Vgl. dazu Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2004. Studie des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung, Hamburg, in Kooperation mit der Arbeitsgruppe Kom-

⑬ Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg\*

Titel	Anteil in %	2006		2004		2002	
		verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Rundschau <sup>1)</sup>	100,0	161 300	161 300	181 400	181 400	k. A.	k. A.
Neue Westfälische, Bielefeld <sup>2)</sup>	57,5	154 900	89 068	158 900	91 400	160 200	92 115
Morgenpost für Sachsen, Dresden <sup>3)</sup>	40,0	100 700	40 280	103 300	41 300	104 900	41 960
Sächsische Zeitung, Dresden <sup>3)</sup>	40,0	282 800	113 120	307 500	123 000	329 700	131 880
Frankenpost, Hof	35,0	53 100	18 585	55 300	55 300	57 574	17 272
Cuxhavener Nachrichten <sup>4)</sup>	32,5	12 700	4 128	13 000	6 500	13 300	6 650
Niederelbe Zeitung <sup>4)</sup>	32,5	9 200	2 990	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Nordbayerischer Kurier, Bayreuth <sup>5)</sup>	31,5	40 500	12 758	40 600	12 800	41 700	13 136
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung <sup>6)</sup>	30,0	80 500	24 150	87 400	26 200	109 800	32 940
Neue Presse, Coburg <sup>6)</sup>	30,0	27 800	8 340	28 900	8 700	29 833	8 950
Gesamtauflage		923 500	474 718	976 300	546 600	1 192 219	434 974

\* Auflage für Einzeltitel nach Verlagsangaben auf Basis der IVW-Angaben.

- 1) Die DDVG hält derzeit 90% der Anteile an der Frankfurter Rundschau. Nach Abschluss der noch laufenden Sanierung soll die Mehrheit am Verlag verkauft werden.
- 2) Die Neue Westfälische war lange Jahre die einzige Zeitung, an der die DDVG eine Mehrheit hielt.
- 3) An den Verlagen der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost für Sachsen, beide in Dresden, hält die DDVG jeweils 40 Prozent. Eine Beteiligung des Dresdner Verlags am Döbelner Anzeiger (50%) bleibt unberücksichtigt, da die DDVG durchgerechnet weniger als 25% hält.
- 4) Die Verlage der Cuxhavener Nachrichten und der Niederelbe Zeitung, sind 2005 zusammengelegt worden und erscheinen nun in der Cuxhavener-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. Der Kapitalanteil der DDVG, die zuvor bei den Cuxhavener Nachrichten einen Anteil von 50% hielt, beträgt nun 32,5%.
- 5) Die Druckhaus Bayreuth Verlagsgesellschaft hält am Verlag des Nordbayerischen Kuriers 65%. An der Druckhaus Bayreuth wiederum ist die DDVG mit 47,5% beteiligt. Damit kommt die DDVG durchgerechnet auf eine Beteiligung von 31,5% am Kurier.
- 6) Beim Freien Wort, Suhl, der stz Südthüringer Zeitung, Bad Salzungen, und der Neuen Presse, Coburg, ist die DDVG mit jeweils 30 Prozent beteiligt. Partner ist jeweils die Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung (vgl. Tab. 11). Für das Freie Wort und die stz Südthüringer Zeitung wird nur eine Gesamtauflage gemeldet.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

- 19) Zu den aktuellen Diskussionen um Verlagsbeteiligungen am Privatfunk und die damit verbundenen verfassungsrechtlichen Fragen vgl. Wallenberg, Gabriela von: Regionalzeitungen und Cross-media. Selbstverlag 2006 (www.kartellrecht-von-wallenberg.de) sowie Coelln, Christian von: Spielräume des Gesetzgebers für die Erweiterung des Zugangs der Zeitungsverleger zum Rundfunk in Bayern. (Rechtsgutachten für den Verband Bayerischer Zeitungsverleger e.V.; unveröffentlicht.)
- 20) Vgl. Hoffmann-Riem, Wolfgang in einem Interview der Fachzeitschrift ZRP. In: ZRP 1/2006, S. 29 bis 30, hier S. 30.
- 21) Vgl. ivw: Auflagenliste 4/2005. Eigene Berechnungen.
- 22) Ebd.
- 23) Vgl. ausführlicher: Blum, Joachim: Mobile Publishing als ideale Ergänzung der Zeitung. In: ifra: Das Minds-Projekt. Ifra Special Report 6.33. Darmstadt 2005, hier: S. 5-9.

- 24) Vgl. Röper, Horst: Bewegung im Zeitungsmarkt 2004. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2004. In: Media Perspektiven 6/2004, S. 268-285.
- 25) Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.: Auflagenliste 1/2006. Berlin 2006 (CD-ROM).
- 26) Die Beteiligung an der kleinen Lokalzeitung ist in Tabelle 6 noch nicht berücksichtigt.
- 27) Vgl. dazu ausführlicher Brunner, Detlev: 50 Jahre Konzentration GmbH. Berlin 1996 und kritisch Feser, Andreas: Der Genossen-Konzern. Parteivermögen und Pressebeteiligungen der SPD. München 2002. Die DDVG veröffentlicht jährlich einen Geschäftsbericht; zuletzt für das Jahr 2004.

