

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2010

→ Zeitungen 2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen

Von Horst Röper*

Anhaltende Auflagenverluste der Tagespresse

Der Auflagenverlust der Tagespresse ist enorm und anhaltend. Seit Anfang der 90er Jahre geht die Verkaufsaufgabe kontinuierlich zurück. Ein Ende des Niedergangs ist nicht in Sicht. In der Langzeitentwicklung von 1995 bis 2010 haben die Kaufzeitungen gut ein Drittel (-33,6%) ihrer Auflage eingebüßt und die Abonnementzeitungen ein Fünftel (-20,1%). Auch der Verlust der Sonntagszeitungen ist mit 30,0 Prozent sehr hoch (vgl. Tabelle 1). Unter solchen Rahmenbedingungen sind Zeitungsgründungen nahezu aussichtslos. In den letzten Jahren sind selbst Versuche gescheitert, mit Niedrigpreistiteln Marktnischen zu besetzen, zuletzt auch der Versuch, eine Sporttageszeitung einzuführen. (1)

Ähnliche Entwicklung auch in anderen Ländern

Die Marktentwicklung in Deutschland ist kein Einzelfall. In anderen EU-Ländern verlaufen Parallelentwicklungen mit ähnlichen Auflagen- und Einnahmeverlusten. Auch in den USA ist seit Jahren der Niedergang zu beobachten. Allein 2009 verloren die Zeitungen dort 10,9 Prozent ihrer Auflage. Die Verluste im Anzeigenmarkt waren noch größer. Auch die Reaktionsmuster der Verlagsführungen sind ähnlich. Seit Jahren wird Personal abgebaut. Nach dem jüngsten Bericht „State of the New Media“ vom Project for Excellence in Journalism ist das Redaktionspersonal von Zeitungen in den USA seit 2001 um ein Drittel verringert worden. Allein 2009 entfielen 5900 Redakteursstellen. (2)

Sinkende Werbeerlöse

Hauptgrund für den Abbau redaktioneller Ressourcen ist die Entwicklung des Werbemarktes. In den 90er Jahren waren die Umsätze zunächst enorm gestiegen. Die Werbeumsätze der Tagespresse in Deutschland kletterten auf über 6 Mrd Euro im Jahr. Im Spitzenjahr 2000 machte der Werbeumsatz sogar über 6,5 Mrd Euro aus. Gemessen daran ist der Werbeumsatz in 2008 von knapp 4,4 Mrd um deutlich über 2 Mrd Euro gesunken. Von 1999 auf 2008 ging der Umsatz um 1,7 Mrd Euro oder 27,9 Prozent zurück (vgl. Tabelle 2). Die erst nach Fertigstellung dieser Analyse veröffentlichten Daten für 2009 weisen erneut einen gravierenden Rückgang aus, und zwar um 15,5 Prozent auf 3,69 Mrd Euro. Dies dürfte den wirtschaftlichen Druck auf viele Zeitungsverlage weiter erhöht haben.

Einen Teil der Verluste bis 2008 haben die Zeitungsunternehmen mit ihren Anzeigenblättern auffangen können. Fast alle Verlage haben inzwischen zumindest im Verbreitungsgebiet ihrer Tageszeitungen - häufig auch darüber hinaus - Anzeigenblätter im Markt. Und deren Umsatzentwicklung

verlief deutlich anders: Der Umsatz wuchs in den letzten Jahren fast kontinuierlich und kommt mit 2 Mrd Euro in 2008 auf 46 Prozent des Volumens der Zeitungswerbung. Zwar werden nicht alle Anzeigenblätter von Zeitungsunternehmen verlegt, aber der größte Teil der umsatzstarken Wochentitel. Rechnet man das Umsatzplus der Anzeigenblätter seit 1999 gegen das Minus der Tagespresse, verbleibt bei den Zeitungsunternehmen allerdings immer noch ein Loch von etwa 1,5 Mrd Euro in der Kasse. Diese Situation wird dadurch verschärft, dass den Daten für 2009 zufolge auch die Anzeigenblätter Umsatzeinbußen von 2,1 Prozent hinnehmen mussten.

Einen weiteren Teil des Verlustes am Werbemarkt haben die Zeitungsverlage zudem durch Preissteigerungen im Vertrieb ausgeglichen. Das Abonnement der für den deutschen Markt typischen lokalen oder regionalen Zeitungen kostete 1999 monatlich durchschnittlich 18,77 Euro. 2008 betrug der Preis 22,31 Euro. (3) Das entspricht einer Preissteigerung um 19 Prozent. Zeitgleich haben die Verlage wegen der geringeren Auflage und des reduzierten Produktumfangs (fehlende Werbung) Kostenvorteile erzielen können. Insgesamt haben sich sowohl die Kosten- als auch die Erlösstrukturen bei den Zeitungsverlagen erheblich verschoben. Zwei Drittel der Einnahmen basierten über Jahrzehnte auf dem Werbeumsatz. 2008 machten die Vertriebslöse bei anhaltend steigender Tendenz gut 46 Prozent der Einnahmen aus. (4)

Auf der Kostenseite ist insbesondere die Herstellung inklusive des Papierverbrauchs günstiger geworden. 1999 war die Herstellung noch mit 37 Prozent an den Kosten beteiligt gewesen, 2008 waren es nur noch 29 Prozent. Dagegen ist im selben Zeitraum der Vertrieb um knapp 4 Prozentpunkte auf immerhin 24 Prozent teurer geworden. Einsparpotenziale sind kaum erkennbar, seitdem bundesweit sogar fast alle konkurrierenden Verlage im Vertrieb kooperieren. Anders sieht das bei der Kostenstelle Redaktion aus. Sie hatte 1999 noch einen Anteil an den Kosten in Höhe von 21,7 Prozent, 2008 waren es 24,3 Prozent. Entsprechend sind die Redaktionen in den Fokus der Verlagskaufleute gerückt. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind Einsparpotenziale gegeben. Der derzeit rapide Abbau von Planstellen in der Redaktion wird wahlweise kompensiert über Kooperationen innerhalb und außerhalb des Unternehmens oder er bleibt auch unkompensiert, obwohl die Qualität des Produkts beeinträchtigt wird. (5)

Einsparungen in der Hauptredaktion

Traditionell unterhalten viele Zeitungen in Deutschland nur Lokalredaktionen und beziehen den überregionalen Teil von in der Regel auflagenstärkeren Titeln aus der Region. Nach der Zählung von Schütz hatten 2008 135 der von ihm aufgelisteten 353 „Verlage als Herausgeber“ eine eigene Hauptredaktion. (6) Selbst wenn eine solche Redaktion besteht, gibt es häufig zudem Kooperationen für die überregionale Berichterstattung. Weit verbreitet

Vertriebslöse mit steigendem Anteil an Gesamteinnahmen

Kostenstrukturen und Einspar- potenziale

* FORMATT-Institut, Dortmund.

① Entwicklung der Tagespresse zwischen 1995 und 2010

Auflage in Exemplaren, nach IVW, jeweils I. Quartal

Jahr	Tageszeitungen gesamt	Veränd. in %	davon Sonn- tagszeitungen	Veränd. in %	nicht berück- sichtigte Titel	Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	Veränd. in %	davon Abonnement- zeitungen	Veränd. in %	Kauf- zeitungen	Veränd. in %
2010	22 721 177	-5,4	3 140 820	-5,7	59 721	19 520 636	-5,3	15 527 654	-3,8	3 992 982	-11,0
2008	23 940 809	-3,8	3 320 242	-8,5	72 470	20 548 097	-2,9	16 116 547	-2,4	4 431 550	-4,6
2006	24 885 466	-5,3	3 627 600	-11,3	92 100	21 165 800	-4,3	16 519 100	-3,9	4 646 700	-5,8
2004	26 283 855	-4,6	4 091 092	-5,7	70 126	22 122 637	-4,5	17 189 663	-3,6	4 932 974	-7,5
2002	27 558 789	-3,4	4 338 003	-0,4	247 749	23 173 260	-3,2	17 839 186	-2,9	5 334 074	-4,3
2000	28 538 292	-3,8	4 354 324	-5,4	247 749	23 936 219	-3,6	18 364 009	-3,2	5 572 210	-5,1
1997	29 661 074	-1,4	4 603 096	2,6	218 537	24 839 441	-2,4	18 970 793	-2,4	5 868 648	-2,4
1995	30 088 032	-1,5	4 487 265	-1,5	226 693	25 460 947	-1,5	19 445 447	-2,1	6 015 500	0,2
1995- 2010	-7 366 855	-24,5	-1 346 445	-30,0	-	-5 940 311	-23,3	-3 917 793	-20,1	-2 022 518	-33,6

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

② Werbeeinnahmen der Presse¹⁾netto²⁾ in Tsd Euro und Veränderung zum Vorjahr in %

Jahr	Tageszeitungen gesamt	Veränd.	Wochen- und Sonntags- zeitungen	Veränd.	Anzeigen- blätter	Veränd.	Werbemarkt gesamt	Veränd.
2009	3 694 300	-15,5	208 300	-21,6	1 966 000	-2,1	18 366 860	-9,8
2008	4 373 400	-4,2	265 700	-1,5	2 008 000	1,9	20 357 000	-2,2
2007	4 567 400	0,8	269 700	3,7	1 971 000	1,4	20 812 400	2,3
2006	4 532 900	1,3	260 200	2,9	1 943 000	2,4	20 350 000	2,6
2005	4 476 600	-0,6	252 800	5,6	1 898 000	3,4	19 833 700	1,3
2004	4 502 300	1,1	239 500	6,4	1 836 400	5,2	19 582 800	1,6
2003	4 454 900	-9,8	225 100	-15,9	1 746 000	5,4	19 280 500	-3,9
2002	4 936 700	-12,5	267 800	-6,6	1 656 000	-4,9	20 066 700	-7,5
2001	5 642 200	-13,9	286 700	3,3	1 742 000	2,8	21 691 200	-7,2
2000	6 556 600	8,1	277 600	6,2	1 791 900	2,8	23 376 300	7,2
1999	6 066 400	3,4	261 300	4,8	1 742 300	-1,1	21 815 900	4,9

1) Ohne Zeitungssupplements, die in 2008 einen Umsatz von 76,7 Mio Euro erzielten.

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

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

sind solche Kooperationen im Bereich der Korrespondenten für das In- und Ausland. Mehrere Verlage beziehen also von dem- oder denselben Korrespondenten Berichte und zahlen dafür. In jüngerer Zeit ist eine Kooperationsform hinzugekommen, bei der die Mantelseiten nicht komplett von einem Verlag übernommen werden, sondern kleine Hauptredaktionen nur den Zugriff auf das Fremdmaterial haben und daraus auswählen. Ein Musterbeispiel dafür sind die Stuttgarter Nachrichten, die schon seit Jahrzehnten mehreren kleineren Zeitungen den Mantel liefern und seit einigen Jahren darüber hinaus das redaktionelle Material dem Schwarzwälder Boten aus derselben Verlagsgruppe zur Verfügung stellen. Diese Kooperationsform wurde zuletzt auf die Titel Frankenpost und deren Partner, die Neue Presse in Coburg, alle in Bayern, sowie das Freie Wort und die stz Südthüringer Zeitung, beide in Thüringen, ausgeweitet. Mit fast allen diesen Titeln bestehen auch Kapitalverflechtungen. Die Redaktion der Stuttgarter Nachrichten beliefert damit Zeitungen mit einer Gesamtauflage von über einer halben Million Exemplaren.

Eine wachsende Zahl von Zeitungsverlagen verringert die Redaktionskosten auch über Absenkungen von Lohnkosten. Dabei bedient man sich der Leiharbeit, des Outsourcings, der Neueingruppierung (z.B. Fotografen als Angestellte, nicht als Redakteure), der Aufgabe von tarifvertraglichen Bindungen und anschließend untertariflicher Entlohnung, zunehmenden Einsatzes von kostengünstigen freien Journalisten.

Einsparungen bei den Redaktionskosten sind in den letzten Jahren vermehrt durch titelübergreifende Reorganisationen realisiert worden. So unterhält beispielsweise der WAZ-Konzern in Brüssel einen großen Korrespondentenstab, der nicht nur für die deutschen, sondern auch für die ausländischen Titel des Konzerns arbeitet. Für den Madsack-Konzern, Hannover, arbeitet seit März dieses Jahres ein Pool von Berliner Korrespondenten. Deren Berichte

Verschiedene Strategien zur Absenkung redaktioneller Lohnkosten

Redaktionspools und Kooperationen

gehen nun an sämtliche Madsack-Titel, unter anderem an die hochauflagigen Zeitungen Lübecker Nachrichten, Hannoversche Allgemeine Zeitung und Leipziger Volkszeitung. Zudem soll das Material weiteren Verlagen zum Kauf angeboten werden. Bei der Verlagsgruppe DuMont hat im April die DuMont Redaktionsgemeinschaft GmbH in Berlin die Tätigkeit aufgenommen. An der GmbH sind zu gleichen Teilen die Verlage der Berliner Zeitung, der Frankfurter Rundschau, der Mitteldeutschen Zeitung und des Kölner Stadt-Anzeigers beteiligt. Die früher für die einzelnen Titel der Gruppe arbeitenden Korrespondenten berichten nun gemeinsam für alle Titel. Damit wird für den Einzelnen eine Spezialisierung möglich, die losgelöst von Einspareffekten sogar zu qualitativen Verbesserungen führen kann. Andererseits sind die Maßnahmen mit einem erheblichen Vielfaltsverlust verbunden. Selbst die Frankfurter Allgemeine Zeitung nutzt inzwischen Kooperationen und teilt sich die Kosten für einzelne Korrespondenten mit der Neuen Zürcher Zeitung. (7)

Helmut Heinen, Miteigner der bei DuMont in die Reorganisation einbezogenen Berliner Zeitung, sieht das Problem: „Es hat keinen Sinn, alles zu beschönigen. Bei der überregionalen Berichterstattung führen die Pläne zu einem Verlust.“ Heinen, zugleich Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, verweist auf die strukturellen Probleme im Zeitungsmarkt und hält die Zeit reif für weitere Einsparungen bei den Hauptredaktionen der Branche. „In den 90er Jahre haben wir die Zahl der Zeitungsjournalisten aufgestockt, aber der Markt hat sich geändert.“ Wenige Monate nach dieser Äußerung hat Heinen als Herausgeber der Kölnischen Rundschau die eigene Hauptredaktion aufgegeben. Die Zeitung übernimmt seit Anfang des Jahres den Mantel vom benachbarten General-Anzeiger in Bonn.

Beispiel WAZ: Personalreduktion durch Zentralredaktion für mehrere Zeitungen

Wesentlich weitgehender als bei DuMont ist die Reorganisation beim WAZ-Konzern in Essen ausgefallen. Dort wurde eine große Zentralredaktion für die Titel Westdeutsche Allgemeine (WAZ), Westfälische Rundschau (WR) und Neue Ruhr/Rhein Zeitung (NRZ) eingerichtet. Die einzelnen Titel verfügen nur noch über kleine so genannte Titelredaktionen, die die Seitenproduktion auf der Basis des von der Zentralredaktion erstellten Stoffes besorgen. Damit soll gewährleistet werden, dass die einzelnen Titel ihre Eigenarten, ihre regionale Verortung und ihre politische und publizistische Linie trotz erheblicher Personalreduktionen erhalten können. Allerdings sind auch erste Gleichförmigkeiten erkennbar, die von Kritikern von Anfang an befürchtet worden sind. So ist beispielsweise die Medienseite in der WAZ und der WR inzwischen identisch.

Inhalte verschiedener Zeitungen gleichen sich an

Damit werden Befürchtungen genährt, dass auch diese jüngeren Kooperationsformen letztlich zu publizistischen Verlusten führen werden, so wie das in der Vergangenheit nach Zeitungsfusionen in der

Regel der Fall war. Beispielsweise sind nach der wirtschaftlichen Vereinigung des Weser Kurier und der Bremer Nachrichten bzw. der beiden Zeitungen in Aachen diese sukzessive jeweils identischer geworden, weil nach und nach Ressorts zusammengelegt wurden und für beide Titel arbeiten. Heute unterscheiden sich die beiden Titel in Aachen und in Bremen nur jeweils auf den ersten Seiten. Die übrigen Teile der Zeitungen sind identisch. In der Region Aachen wurde zudem die Mehrzahl der Lokalteile vereinheitlicht.

Auch der WAZ-Konzern hat bei seiner Reorganisation in Nordrhein-Westfalen zahlreiche Lokalredaktionen aufgegeben. Zum Teil war damit auch der Rückzug aus Verbreitungsgebieten verbunden. Meistens aber blieb eine Redaktion erhalten, die nun den Lokalteil für zwei Zeitungen produziert. Der Leser hat also nur noch die Wahl zwischen unterschiedlichen Zeitungsmänteln. Die Lokalberichterstattung ist gleich. (8)

Die referierten Reorganisationen von Redaktionen stehen beispielhaft für eine Entwicklung, die mehr oder minder die gesamte Branche ergriffen hat. Der Ausgangspunkt ist dabei immer ähnlich: Es geht darum, eine journalistische Leistung nicht nur einmal, sondern möglichst oft zu nutzen, um Kosten zu sparen. Dieses Single-Source-Verfahren wird nicht nur intramedial, sondern auch crossmedial genutzt, etwa für Internetangebote. (9) Die Konsequenz ist ein Vielfaltsverlust. Dieser mag im Einzelfall marginal sein, in Summe jedoch wird das publizistische Gesamtangebot erheblich ausgedünnt. Das gilt vor allem dort, wo nicht einmal versucht wird, Stellenkürzungen in den Redaktionen über Kooperationen zu kompensieren.

Dieser Abbau journalistischer Arbeitsplätze wird Folgen für das Gesamtsystem Journalismus haben, da Zeitungen insbesondere in der Lokalberichterstattung das Leitmedium sind. Kein anderes Medium verfügt über eine derartig kleinteilig organisierte Redaktionsstruktur bis in entlegene Randgebiete. Die Tagespresse ist entsprechend eine Quelle für das Gesamtsystem des Journalismus in Deutschland. Der Arbeitstag in den Redaktionen von Zeitschriften, des Hörfunks und des Fernsehens beginnt daher häufig mit der Zeitungselektüre. Daraus wird nicht zuletzt die Themenfindung für das eigene Medium gespeist.

Reduziert das Medium Zeitung diese Redaktionsstruktur aus wirtschaftlichen Gründen, werden weiße Flecken entstehen, denn kein anderes Medium ist derzeit in der Lage, für adäquaten Ersatz zu sorgen. Lokalfernsehen ist in Deutschland ein Nischenprodukt geblieben. Für den kostengünstigen lokalen Hörfunk hat sich gezeigt, dass die Verbreitungsgebiete zur Refinanzierung deutlich größer zugeschnitten sein müssen als bei Zeitungen. Bayern verfügt noch über eine im Vergleich sehr kleinteilige Hörfunklandschaft. Auch dort mussten aber bereits Gebiete und Sender zur Existenzsicherung zusammengelegt werden. Am ehesten könnte das

Lokalredaktionen werden teilweise aufgegeben

Vielfaltsverlust als Folge

Zeitungen sind das Leitmedium in der Lokalberichterstattung

Reduzierungen auf dieser Ebene werden von keinem anderen Medium ausgeglichen

Internet künftig Lokaljournalismus ermöglichen. Auch außerhalb der etablierten Medienindustrie, das heißt ohne multimediale Verwertungsstrukturen in Verbindung mit Zeitungen, Hörfunk oder Zeitschriften, wird Lokaljournalismus im Netz betrieben. Für Nordrhein-Westfalen beispielsweise wurden 2009 über 60 solcher Angebote festgestellt. (10) Die wirtschaftliche Basis dafür ist allerdings überaus fragil. Der Umsatz der Onlinewerbung steigt zwar beständig, fließt aber offensichtlich kaum den kleinen Angeboten, sondern den großen Anbietern im Netz zu (Suchmaschinen, Anzeigenportale mit Rubrikenmärkten, Internetshops).

Dysfunktionen für die gesellschaftliche Kommunikation zu erwarten

Für eine flächendeckende Lokalberichterstattung erscheint die Tageszeitung derzeit alternativlos. Wenn sich erweisen sollte, dass über das klassische Finanzierungsmodell, Werbeeinnahmen und Vertriebslösungen, diese Struktur nicht aufrecht erhalten werden kann, wird das wohl nicht gleich das Verschwinden der Zeitung bedeuten. Die Verlage werden zunächst die Lokalberichterstattung reduzieren – ein Prozess, der bereits begonnen hat, zum Beispiel durch Zusammenlegung von Lokalteilen. Sukzessive würde damit ein neues Verständnis von Lokalberichterstattung etabliert. Ob solche Rahmenbedingungen geeignet sein werden, die derzeitige Funktion der Lokalpresse zu erhalten, muss offen bleiben. Die Risiken sind aber groß, dass es zu Dysfunktionen kommen wird, die das gesellschaftliche Leben in allen Bereichen tangieren.

Politik muss sich mit dem Thema befassen

Wer diese Risiken vermeiden will, muss das klassische Finanzierungskonzept ergänzen. Lokalberichterstattung ist zu einem meritorischen Gut geworden. Schütz listet auf der Basis der Kreise und kreisfreien Städte inzwischen deutschlandweit Einzugsgebiete für 42,4 Prozent der Gebietskörperschaften auf. (11) Untersucht man noch genauer auf der Basis der Gemeinden, wachsen die Monopolgebiete. (12) Die unterschiedlichen Konzentrationsformen haben in der Summe inzwischen dazu geführt, dass sich die Politik vermehrt mit dem Thema Zeitungsmarkt beschäftigt (13), ohne sich allerdings – wie etwa in fast allen anderen Ländern der EU (14) – für Eingriffe in den Markt zur Stützung oder auch zur Wiederbelebung der Vielfalt zu entscheiden. (15)

Veränderungen im Berichtszeitraum 2008 bis 2010

Große Transaktionen im Zeitungsmarkt seit 2008

Nie sind seit Beginn dieser Studie in der zweijährigen Berichtszeit so große Transaktionen im Zeitungsmarkt vorgenommen worden wie in den beiden letzten Jahren, sieht man von der Neuordnung in Ostdeutschland ab. (16) Und erneut hat sich bestätigt, dass gerade im deutschen Markt Verkäufe von Zeitungsbeiträgen branchenintern vollzogen werden. (17) Investiert haben insbesondere DuMont, Köln, und Madsack, Hannover. DuMont hat die BV Deutsche Zeitungsholding (Mecom-Gruppe) vollständig übernommen, die vor zwei Jahren noch selbst zu den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen gehört hatte. Madsack hat Beteiligungen an acht Regionalzeitungen vom Springer-Konzern gekauft.

Entsprechend gravierend waren die Rangverschiebungen unter den zehn größten Verlagsgruppen. Neu hinzugekommen ist die Verlagsgruppe um die Rheinische Post in Düsseldorf. Die Konzentrationswerte sind trotz der umfangreichen brancheninternen Käufe und Verkäufe überwiegend leicht zurückgegangen. Die zehn größten Verlagsgruppen erreichen zusammen einen Anteil an der verkauften Auflage in Deutschland in Höhe von 58,1 Prozent. Damit ist der Konzentrationswert gegenüber 2008 um 0,4 Prozentpunkte zurückgegangen, liegt damit aber immer noch auf dem zweithöchsten je gemessenen Wert (vgl. Tabelle 3). Bei den fünf größten Verlagsgruppen liegt der Anteil bei 43,7 Prozent und damit um 1,1 Prozentpunkte unter dem Vergleichswert. Im Marktsegment der Abozeitungen ist der Anteil der fünf größten Gruppen von 33,9 auf 32,3 Prozent in 2010 gesunken. Auch dieser Wert ist allerdings der zweithöchste in der Zeitreihe. Bei den Kaufzeitungen gehen inzwischen 98,0 Prozent der Auflage (2008: 96,1%) auf das Konto der fünf größten Gruppen. In diesem Teilmarkt existieren nur noch fünf Anbieter. Die fehlenden 2 Prozent halten zwei Verlage über Beteiligungen (am Düsseldorf Express und an der Morgenpost für Sachsen).

Den deutlichsten Verlust gegenüber 2008 weist im Gesamtmarkt der Springer-Konzern mit 2,5 Prozentpunkten auf. Mit einem Marktanteil von 19,6 Prozent überragt er allerdings weiterhin die anderen auflagenstarken Gruppen. Den höchsten Gewinn verzeichnet mit 1,5 Prozentpunkten der Madsack-Konzern in Hannover, im Wesentlichen durch die Zukäufe von Springer.

Vorgehen und Ergebnisse der Studie zur Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt

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

Folge: Rangverschiebungen unter zehn größten Verlagen bei zweithöchstem Konzentrationswert seit Messbeginn

Madsack gewinnt wegen Zukäufen von Springer am stärksten an Marktanteilen, Springer verliert

Kriterien der Konzentrationsmessung

③ **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**

anteilige Auflage, in %

	2010		2008		2006		2004		2002	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
Tageszeitungen gesamt										
Axel Springer AG	1	19,6	1	22,1	1	22,5	1	22,7	1	23,4
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse	2	8,6	2	8,5	3	5,2	3	5,0	3	4,9
Verlagsgruppe WAZ, Essen	3	5,8	3	6,0	2	5,6	2	6,0	2	6,1
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4	5,5	4	4,2	5	3,9	4	4,0	4	4,2
Ippen-Gruppe	5	4,2	5	4,0	4	4,1	5	3,9	5	3,8
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾		43,7		44,8		41,3		41,6		42,3
Madsack, Hannover	6	4,0	8	2,5	9	2,5	9	2,5	10	2,2
Frankfurter Allgemeine Zeitung	7	3,1	7	3,0	7	3,0	7	3,1	7	2,9
ddvg, Hamburg	8	3,0	9	2,4	10	2,2	-	-	-	-
Holtzbrinck, Stuttgart	9	2,3	6	3,8	6	3,7	6	3,6	6	3,4
Rheinische Post	10	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-
(Süddeutsche Zeitung, München)	-	-	-	-	8	2,6	10	2,5	9 ²⁾	2,6
(Gruner + Jahr, Hamburg)	-	-	-	-	-	-	8	2,8	8	2,8
(BV Deutsche Zeitungsholding)	-	-	10	2,0	-	-	-	-	-	-
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	58,1	-	58,5	-	55,3	-	56,1	-	56,3
Abonnementzeitungen										
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	10,9	1	10,8	2	6,7	2	6,4	2	6,4
Verlagsgruppe WAZ, Essen	2	7,2	2	7,7	1	7,1	1	7,7	1	7,9
Madsack, Hannover	3	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	4	4,8	-	-	-	-	5	4,0	5	4,1
Ippen-Gruppe	5	4,3	5	4,2	5	4,2	-	-	-	-
(Axel Springer AG)	-	-	3	6,4	3	6,2	3	6,0	3	6,0
(Holtzbrinck, Stuttgart)	-	-	4	4,8	4	4,8	4	4,7	4	4,4
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	32,3	-	33,9	-	29,0	-	28,8	-	28,8
Kaufzeitungen										
Axel Springer AG	1	79,8	1	79,3	1	80,4	1	81,1	1	81,5
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	2	8,5	3	4,3	3	4,3	2	4,4	2	4,5
Abendzeitung, München	3	3,7	4	3,5	4	3,8	3	3,6	3	3,4
Ippen-Gruppe, München	4	3,7	5	3,5	5	3,5	4	3,3	4	3,1
Morgenpost Sachsen	5	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-
(BV Deutsche Zeitungsholding)	-	-	2	5,5	2	5,3	5 ³⁾	2,7	-	-
(Hamburger Morgenpost)	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2,1
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	-	98,0	-	96,1	-	97,3	-	95,1	-	94,6

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.

dieser Verlag mehrfach als Tochterverlag ausgewiesen. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.

- 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.

- Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien 1 und 2. Bei Marktanteilsberechnungen werden beide Beteiligungshöhen berücksichtigt. Ein Beispiel: Die 50-Prozent-Beteiligung an einem Verlag mit 10000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2500 Exemplare.

Die Berechnungen beruhen auf den von der iwv ausgewiesenen Verkaufsaufgaben für das I. Quartal 2010 (18) (vgl. Tabelle 1). Nur in gekennzeichneten Ausnahmefällen werden darüber hinaus auch detaillierte Angaben gemacht, die in der Regel auf Verlagsangaben beruhen.

④ **Axel Springer AG, Hamburg/Berlin**

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV*	3 014 100	3 014 100	3 326 200	3 326 200	3 545 200	3 545 200	3 781 300	3 781 300
Hamburger Abendblatt	MV	235 000	235 000	254 400	254 400	263 000	263 000	283 400	283 400
B.Z. (7 x wö)	MV	171 400	171 400	189 000	189 000	191 200	191 200	220 300	220 300
Die Welt ¹⁾	MV	256 200	256 200	278 100	278 100	251 700	251 700	202 700	202 700
Welt Kompakt ¹⁾	MV								
Berliner Morgenpost	100	134 000	134 000	148 400	148 400	148 700	148 700	152 300	152 300
Bergedorfer Zeitung ²⁾	100	18 500	18 500	19 200	19 200	19 300	19 300	20 000	20 000
Harburger ^{2, 3)}	24,8	16 300	4 042	17 200	4 266	18 500	4 588	20 000	5 000
Gesamtauflage		3 845 500	3 833 242	4 859 000	4 540 391	5 090 600	4 761 641	5 377 800	5 026 600

* MV = Mutterverlag.

- 1) Der Springer-Verlag meldet für die Titel Die Welt und Welt Kompakt nur eine Gesamtauflage.
- 2) Bergedorfer Zeitung und die Lokalzeitung Harburger gehören zur Redaktionsgemeinschaft Norddeutsche Nachrichten mit der Hauptredaktion in Hamburg. Die Bergedorfer Zeitung erscheint in einem Tochterunternehmen des Konzerns.
- 3) Die Zeitung Harburger hieß zuvor Harburger Anzeigen und Nachrichten: Der Konzern hält einen Anteil von 24,8 %. Eine indirekte Beteiligung wurde an den Madsack-Konzern verkauft.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Mehrere Regionalzeitungsbeteiligungen an Madsack verkauft

1. Axel Springer AG, Hamburg/Berlin

Die Gesamtauflage der Axel Springer AG ist rapide von 4,5 Millionen Exemplaren auf 3,8 Millionen zurückgegangen (vgl. Tabelle 4). Maßgeblich dafür waren zum einen die anhaltenden Auflagenverluste von Bild – in der Kontinuität der letzten Jahre – sowie der Verkauf von Beteiligungen an Regionalzeitungen in Norddeutschland an die Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover im Jahr 2009. Springer veräußerte insbesondere folgende Beteiligungen (Die Anteile in Klammern verzeichnen den durchgerechneten Besitz, also die Addition von direkten und indirekten Beteiligungen):

- Ostsee-Zeitung (74,5%),
- Leipziger Volkszeitung (50%; weitere 50% gehörten schon zuvor Madsack),
- Dresdner Neueste Nachrichten (50%; weitere 50% gehörten schon zuvor Madsack),
- Lübecker Nachrichten (49%),
- Naumburger Tageblatt (37,6%; weitere 37,6% gehörten schon zuvor Madsack),
- Kieler Nachrichten (24,5%),
- Segeberger Zeitung (24,5%),
- Harburger, Hamburg.

Zudem wurden ein Anteil in Höhe von 28,7 Prozent am Pinneberger Tageblatt an die medien holding: nord gmbh (u.a. Flensburger Tageblatt) und ein Anteil am Westfalen-Blatt in Bielefeld (14,5%) an die Ippen-Gruppe verkauft.

Bei Abozeitungen Rückzug auf Hamburg und Berlin mit jeweiligem Umland

Damit hat sich der Konzern bei den Abozeitungen auf die Märkte Berlin und Hamburg mit dem jeweiligen Umland zurückgezogen. Entsprechend begrenzt ist inzwischen die Gesamtauflage bei den Abozeitungen. Mit rund 650 000 Exemplaren (2008: gut 1 Mio) kommt Springer in diesem Teilmarkt nur noch auf einen Marktanteil von 4,2 Prozent (2008: 6,4%). Im Gesamtmarkt bleibt Springer im Wesentlichen auf der Basis der überragenden Auflage von Bild in Höhe von 3 Millionen Exemplaren (2008: 3 326 200) mit einem bundesweiten Anteil von 19,6 Prozent (2008: 22,1%) Branchenprimus.

Bei den Kaufzeitungen beträgt der Anteil 79,8 Prozent (2008: 79,3%).

Der Bereich Zeitungen National erzielte inklusive der Sonntagszeitungen Bild am Sonntag und Welt am Sonntag in 2009 einen Gesamtumsatz von 1,213 Mrd Euro (2008: 1,278; 2007: 1,5 Mrd Euro). Der Anteil am Gesamtumsatz des Konzerns ist auf 46,5 Prozent zurückgegangen (2007: 58%), der Bereich ist aber weiterhin der mit Abstand umsatzstärkste im Konzern. Das Ebitda ging von 348,9 Mio Euro in 2008 auf 243,8 Mio in 2009 zurück. Nicht berücksichtigt sind in dieser Untersuchung zum Tageszeitungsmarkt die Sonntagszeitungen (insbesondere Bild am Sonntag und Welt am Sonntag). Auch in diesem Segment ist Springer Marktführer.

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

Nach den umfangreichen Zukäufen der letzten Jahre (Süddeutsche Zeitung u.a.) ist die Südwestdeutsche Medien Holding GmbH (SWMH) in Stuttgart in eine Konsolidierungsphase eingetreten. Bei anhaltend schwieriger Geschäftslage werden die Ressourcen der Holding für die Tilgung der umfangreichen Kredite benötigt, die für die Übernahme der Süddeutschen Zeitung aufgenommen werden mussten. Im Portfolio der Verlagsgruppe mit den meisten Einzeltiteln ist mit dem Selber Tagblatt noch eine Lokalzeitung hinzugekommen, die inzwischen vollständig zum Beteiligungsunternehmen Frankenpost GmbH in Hof gehört.

Das Mutterunternehmen von Die Rheinpfalz, die Medien Union GmbH in Ludwigshafen, ist dagegen weiter gewachsen. Sie hat sich beim Nachbarverlag des Mannheimer Morgen eingekauft. Die Beteiligung liegt mit knapp 8 Prozent allerdings deutlich unter der Erfassungsschwelle für die vor-

Konsolidierungsphase der Südwestdeutschen Medienholding GmbH

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

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung ¹⁾ 2) und Stuttgarter Nachrichten ¹⁾ 3)	MV*	172 200	172 200	189 700	189 700	188 300	188 300	202 200	202 200
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV	233 200	233 200	238 600	238 600	242 600	242 600	247 000	247 000
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV	94 100	94 100	95 000	95 000	104 900	104 900	106 200	106 200
freie presse ⁶⁾	100	287 400	287 400	306 500	306 500	329 500	329 500	350 800	350 800
Märkische Oderzeitung ⁷⁾	100	88 800	88 800	93 200	93 200	99 700	99 700	109 300	109 300
Hohenzollerische Zeitung ⁸⁾	100	6 800	6 800	7 000	7 000	7 300	7 300	k. A.	k. A.
Leonberger Kreiszeitung ⁹⁾	100	16 100	16 100	16 500	16 500	17 200	17 200	16 100	8 000
Pirmasenser Zeitung ¹⁰⁾	100	11 900	11 900	12 600	12 600	13 100	13 100	13 800	13 800
Südwest Presse, Metzingen ¹¹⁾ und Reutlinger Nachrichten	100	12 600	12 600	13 000	13 000	13 300	13 300	13 700	13 700
Tauber-Zeitung ¹²⁾	100	5 500	5 500	5 600	5 600	5 700	5 700	5 900	5 900
Alb Bote, Münsingen ¹³⁾	100	4 900	4 900	5 100	5 100	5 200	5 200	5 200	5 200
Rundschau für den Schwäbischen Wald ¹⁴⁾	100	4 600	4 600	4 700	4 700	4 900	4 900	5 000	5 000
Kornwestheimer Zeitung ¹⁵⁾	100	4 700	4 700	5 000	5 000	5 300	5 300	4 600	4 600
Marbacher Zeitung ¹⁵⁾	100	8 000	8 000	8 100	8 100	7 900	7 900	k. A.	k. A.
Lahrer Zeitung ¹⁶⁾	100	10 700	10 700	11 000	11 000	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Süddeutsche Zeitung ¹⁷⁾	100	445 800	445 800	450 200	450 200	445 500	445 500	437 100	437 100
Schwarzwälder Bote ¹⁸⁾	100	100 600	100 600	104 400	104 400	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Neue Presse, Coburg ¹⁹⁾	70	25 300	17 710	26 700	18 690	27 800	19 460	28 900	20 300
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung ¹⁹⁾	70	71 500	50 050	75 700	52 990	80 500	56 350	87 400	61 200
Hohenloher Tagblatt ²⁰⁾	69,2	14 500	10 034	14 600	10 103	14 800	10 242	15 000	10 400
Frankenpost ¹⁹⁾	65	49 800	32 370	50 900	33 085	53 100	34 515	k. A.	k. A.
Selber Tagblatt ¹⁹⁾	65	5 400	3 510	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Geislinger Zeitung ²¹⁾	50	13 000	6 500	13 500	6 750	14 200	7 100	14 600	7 300
Die Oberbadische ²²⁾	49,7	18 100	8 996	19 500	9 692	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schwäbisches Tagblatt ²³⁾	49	42 700	20 923	43 800	21 462	44 500	21 805	k. A.	k. A.
Bietigheimer Zeitung ²⁴⁾	37,5	12 300	4 613	12 900	3 212	13 400	3 337	k. A.	k. A.
Waiblinger Kreiszeitung ²⁵⁾	36	43 700	15 732	44 600	16 056	45 500	16 380	46 000	16 600
Meininger Tageblatt ²⁶⁾	35	12 100	4 235	12 700	4 445	13 700	4 795	15 100	5 300
Kreiszeitung Böblinger Bote	24,9	16 600	4 133	17 200	4 283	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesamtauflage		1 832 900	1 686 706	1 898 300	1 746 968	1 797 900	1 664 383	1 155 400	1 106 000

(Fortsetzung nächste Seite)

liegende Studie und wird daher in Tabelle 5 nicht aufgeführt. Eine Übersicht über Struktur und Beteiligungen der Gruppe gibt Abbildung 1.

Marktführer im Segment der Abozeitungen

Die Gesamtauflage der Gruppe, die ausschließlich Abonnementzeitungen verlegt, ist anteilig auf 1 686 700 Exemplare gesunken (2008: rd. 1 747 000). Der Marktanteil im Gesamtmarkt beträgt 8,6 Prozent (2008: 8,5%), bei den Abozeitungen liegt die Verlagsgruppe mit 10,9 Prozent (2008: 10,8%) vorn.

3. Verlagsgruppe WAZ, Essen

Rang 3 im Gesamtmarkt, Rang 2 bei den Abozeitungen

Unter den großen Verlagsgruppen ist der WAZ-Konzern eine derjenigen, die keine Zukäufe, aber Verkäufe getätigt haben. Der Verkauf von drei kleinen Zeitungen ist allerdings nur in kleinen Teilen für den Auflagenverlust verantwortlich. Der WAZ-Konzern weist anteilig noch eine Gesamtauflage von 1 125 100 Exemplaren auf (2008: 1 242 600). Der

Anteil am Gesamtmarkt ging von 6,0 Prozent in 2008 auf aktuell 5,8 Prozent zurück. Bei den Abozeitungen liegt der Konzern mit einem Marktanteil von 7,2 Prozent (2008: 7,7%) auf Rang 2.

Der WAZ-Konzern hatte vor einigen Jahren überraschend zwei kleine Zeitungen in Bayern übernommen. Diese Käufe sollten offensichtlich den Nukleus für eine weitergehende Expansion in einer Region bilden, die geprägt wurde von Kleinverlagen. Nachdem weitere Expansionen nicht stattfanden, hat der Konzern Anfang des Jahres die beiden Kleinverlage an den Fränkischen Tag in Bayreuth veräußert, der seinerseits über Zukäufe in den letzten Jahren kräftig gewachsen ist. Zu den Verlagen gehört auch eine hälftige Beteiligung an der Lokalzeitung Meininger Tageblatt, die disloziert von den anderen WAZ-Titeln im Süden Thüringens erscheint. Insgesamt umfasste der Verkauf ein anteiliges Auflagenvolumen von rund 30 000 Exemplaren.

Deutlich gesunken ist erneut die Verkaufsauf- lage im Stammland Nordrhein-Westfalen, wo 2004

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

* MV = Mutterverlag.

- 1) Die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten melden der IVW nur eine Gesamtauflage.
- 2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, die vollständig der neuen Gesellschaft Medienholding Süd GmbH gehört. Diese Zwischenholding wurde für die Integration der bis dahin eigenständigen Verlagsgruppe um den Schwarzwälder Boten gegründet. Die ehemaligen Besitzer des Schwarzwälder Boten halten an der Zwischenholding einen Anteil von 18%. Der Rest gehört der Südwestdeutschen Medienholding GmbH (SWMH). Deren Beteiligungen an der Stuttgarter Zeitung Verlags GmbH (100%) und an der Württemberger Zeitung GmbH (100%) sind auf die Medienholding Süd übergegangen. Am Stammkapital der SWMH wiederum sind mit 45,9% die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und mit rund 40% eine Gruppe württembergischer Verleger beteiligt. Die Ebner Pressegesellschaft KG hält einen Anteil an der SWMH von 9,7%.
- 3) Die Württemberger Zeitung GmbH hält 80% der Anteile an der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Der Ebner Pressegesellschaft KG sowie zwei weiteren Eignern gehören jeweils 6,7%.
- 4) Die Rheinpfalz: Die Zeitung gehört zum Konzern Medien Union, der wiederum zur Hälfte im Besitz der Verlegerfamilie Schaub ist. Eine der bedeutendsten Beteiligungen des Medienkonzerns ist der Anteil von 45,9% an der Holding SWMH.
- 5) Südwest Presse: Die Südwest Presse, Ulm, erscheint im Verlag Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG. Eine Hälfte davon gehört der Ebner Pressegesellschaft KG, die andere Hälfte der ZVD Mediengesellschaft mbH in Göppingen. 50% davon gehören der Württemberger Zeitung GmbH. In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Die Medien Union besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 7) Die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH besitzt 50,1% der Märkischen Oderzeitung in Frankfurt/Oder, die Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG (Südwest Presse) 49,9%.
- 8) Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hat die Hohenzollerische Zeitung Mitte 2005 vollständig übernommen.
- 9) Die Leonberger Kreiszeitung gehört vollständig der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH und erscheint seit September 2005 als Lokalausgabe der Stuttgarter Zeitung. In der ausgewiesenen Auflage sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Leonberger Kreiszeitung berücksichtigt. Eine titelbezogene Auflage wird vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 10) Die Übernahme der Pirmasenser Zeitung durch ein mit der Medien Union verflochtenes Unternehmen ist zunächst vom Bundeskartellamt untersagt worden. Nach einer Neugestaltung der komplizierten vertraglichen Beziehungen musste das Bundeskartellamt dem Kauf schließlich zustimmen, da Verbindungen zur Medien Union für eine kartellrechtliche Untersagung nicht mehr in ausreichendem Maß bestanden. In dieser Statistik wird der Titel dennoch der Verlagsgruppe zugeordnet.
- 11) Die Südwest Presse in Metzingen gehört der Neuen Pressegesellschaft in Ulm. Die Reutlinger Nachrichten erscheinen in einem Tochterbetrieb des Verlags in Metzingen.
- 12) Die Tauber-Zeitung gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse, die auch den Mantel liefert.
- 13) Alb Bote: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält alle Anteile an der Verlag Baader GmbH in Münsingen.
- 14) Rundschau: Der Verlag Neue Kreis-Rundschau GmbH gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Dieser liefert der Rundschau auch den Hauptteil.
- 15) Alleinbesitzer der Kornwestheimer Zeitung und der Marbacher Zeitung ist die Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Die beiden kleinen Zeitungen erscheinen seit September 2005 als Lokalausgaben der Stuttgarter Nachrichten. In den ausgewiesenen Auflagen sind auch Exemplare der Stuttgarter Titel im Verbreitungsgebiet der Kornwestheimer Zeitung bzw. der Marbacher Zeitung berücksichtigt. Titelbezogene Auflagen werden vom Verlag nicht mehr angegeben.
- 16) An der Lahrer Zeitung hält die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mit 50,2% die Mehrheit. Die Württemberger Zeitung GmbH besitzt 24,9%. Damit kommt die Verlagsgruppe insgesamt auf einen Anteil von 75,1%. Entsprechend wird ihr die Auflage der Lahrer Zeitung vollständig zugeordnet. Die restlichen Anteile gehören der Badischen Pressehaus GmbH & Co KG (Badische Zeitung).
- 17) Die Südwestdeutsche Medienholding GmbH (SWMH) hat 81,3% der Süddeutschen Verlag GmbH übernommen. Entsprechend wird die Süddeutsche Zeitung vollständig der Verlagsgruppe zugeordnet. Die übrigen Anteile besitzt die Familie Friedmann, die als einzige der Alt-Gesellschafter des Münchener Verlags ihre Anteile unverändert behalten hat.
- 18) Bei der Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH hat die neue Zwischenholding Medienholding Süd GmbH 90% der Anteile übernommen. Die restlichen 10% gehörten bereits zuvor der Württemberger Zeitung GmbH.
- 19) Die Neue Presse in Coburg, das Freie Wort in Suhl, die stz Südthüringer Zeitung in Bad Salzungen und die Frankenpost in Hof gehören mehrheitlich dem Süddeutschen Verlag. Die restlichen Anteile hält jeweils die ddvg. Der Verlag der Frankenpost hat 2009 die Lokalzeitung Selber Tagblatt vollständig übernommen.
- 20) Die Neue Pressegesellschaft in Ulm hält einen Anteil am Hohenloher Tagblatt von knapp 70%. Das Tagblatt übernimmt den Mantel aus Ulm.
- 21) Geislinger Zeitung: Die Neue Pressegesellschaft, Ulm, hält 50% der Anteile und liefert den Hauptteil.
- 22) Am Oberbadischen Verlagshaus in Lörrach ist die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH mit 49,7% beteiligt.
- 23) Schwäbisches Tagblatt: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält 49 Prozent der Anteile.
- 24) Zum 01.01.2006 hat der Verlag der Südwest Presse eine Minderheitsbeteiligung an der Lokalzeitung übernommen, die inzwischen bei 37,5% liegt.
- 25) Waiblinger Kreiszeitung: 36% der Anteile hält die ZVD Mediengesellschaft mbH, Göppingen (vgl. Fußnote 5). Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 26) Zum Verlag der Saale-Zeitung gehört auch ein Anteil von 50% an der Meininger Mediengesellschaft. Der Verlag gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe 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 zum Verlag der Süddeutschen Zeitung.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

noch knapp 1 Mio Exemplare vertrieben wurden. Aktuell kommen die vier Titel Westdeutsche Allgemeine (WAZ), Neue Ruhr/Rhein Zeitung (NRZ), Westfälische Rundschau (WR) und Westfalenpost (WP) noch auf eine Auflage von rund 780 000 Exemplaren (vgl. Tabelle 6). Hinzu kommt eine Beteiligung am Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ, 24 000 Exemplare). Verbunden mit der Einstellung von zwei Lokalausgaben der Westfalenpost waren auch der weitgehende Marktausstieg aus dem Kreis Soest und ein Auflagenverlust von gut 6 000 Exemplaren. Die weiteren vom Konzern aufgegebenen Lokalredaktionen waren in Gebieten angesiedelt, wo der Konzern mit jeweils zwei Titeln am Markt vertreten war. In diesen Regionen produziert die verbliebene Redaktion nun einen Lokalteil, der beiden Zeitungen beigefügt wird. Dieses Kosten sparende Prinzip wird vom Konzern schon seit Jahren genutzt, wurde im Zuge der redaktionellen Reorganisation nun aber großflächig auf weitere Verbreitungsgebiete übertragen.

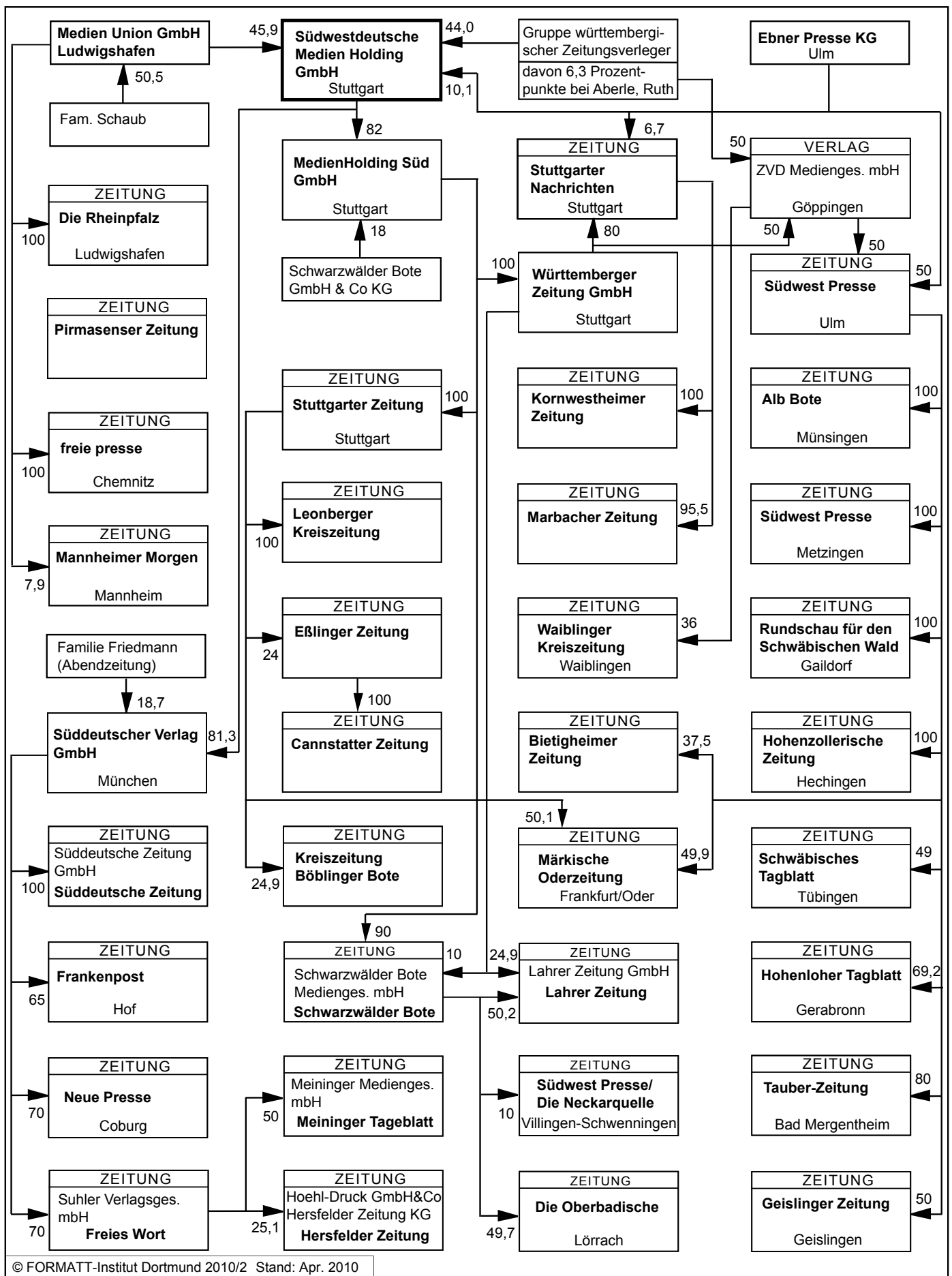
Da der Konzern seine Zeitungen in Thüringen ähnlich organisiert hat wie zuvor jene in Nordrhein-Westfalen – nach dem so genannten WAZ-

Modell, das nun in NRW aufgegeben worden ist – dürften Veränderungen auch in Thüringen anstehen. Dabei wird auch die Hauptredaktion der Thüringischen Landeszeitung, die mit unter 40 000 Exemplaren noch eine Vollredaktion unterhält, in den Blickpunkt geraten.

4. Mediengruppe M. DuMont Schauberg

Nach umfangreichen Zukäufen ist die Kölner Verlagsgruppe in diesem Jahr durch die Bildung einer Holding reorganisiert worden. Die neue Dachgesellschaft Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG führt nun das operative Geschäft an den diversen Standorten. Im Verlag M. DuMont Schauberg erscheinen weiterhin die beiden Stammbücher Kölner Stadt-Anzeiger und der Express sowie die Kölnische Rundschau. Mit den vollständigen Übernahmen der Berliner Zeitung sowie der beiden Boulevardzeitungen Berliner Kurier und Hamburger Morgenpost ist die anteilige Auflage von 853 400 Exemplaren im Jahr 2008 auf aktuell knapp 1,1 Mio Exemplare 2010 gesprungen (vgl. Tabelle 7).

Abb. 1 Die Südwestdeutsche Medien Holding GmbH und ihre Verflechtungen



⑥ Verlagsgruppe WAZ, Essen¹⁾

Titel	2010		2008		2006		2004		
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	MV ²⁾								
Westfälische Rundschau ²⁾	100			852 800	852 800	929 000	929 000	999 900	999 900
Neue Ruhr/ Neue Rhein Zeitung ³⁾	100	780 600	780 600						
Westfalenpost ⁴⁾	100								
Thüringische Landeszeitung ⁵⁾ 6)	100	37 600	37 600	37 800	37 800	41 000	41 000	45 000	45 000
Braunschweiger Zeitung ⁷⁾	100	136 100	136 100	141 200	141 200				
Harz-Kurier, Osterode ⁷⁾	100	16 600	16 600	17 100	17 100				
Ostthüringer Zeitung ⁸⁾	60	103 500	62 100	114 200	68 520	124 000	74 400	135 000	81 000
Thüringer Allgemeine ⁹⁾	50	172 500	86 250	185 900	92 950	202 000	101 000	220 000	110 000
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung ¹⁰⁾	24,8	23 600	5 853	22 000	5 456	24 000	5 952	24 400	6 051
Gesamtauflage		1 270 500	1 125 103	1 404 100	1 242 576	1 353 800	1 178 302	1 461 000	1 271 101

* MV = Mutterverlag.

- 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. Die Gesamtauflage in NRW von 804 200 Exemplaren dürfte sich auf die fünf Titel in etwa wie folgt verteilen: WAZ 420 000, WR 130 000, NRZ 125 000, WP 110 000, IKZ 23 600 Exemplare.
- 2) Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau. Dem Konzern gehören 86,9% des Verlags.
- 3) Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4% des Verlags.
- 4) Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
- 5) Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 313 600 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- 6) Der Konzern hat 2007 auch offiziell die Thüringische Landeszeitung vollständig übernommen. Der Titel war bereits in den Vorjahren basierend auf den bestehenden Verflechtungen dem Konzern zugerechnet worden.
- 7) 2007 hat der Konzern zunächst die Mehrheit des Verlags in Braunschweig und schließlich auch die übrigen Anteile übernommen. Über den Braunschweiger Verlag wurde auch der Harz-Kurier in Osterode vollständig übernommen, an dem die Braunschweiger Zeitung bis dahin nur beteiligt (35%) war. Seit Dezember 2009 bezieht der Harz-Kurier die überregionale Berichterstattung aus Braunschweig.
- 8) Der Konzern hält 60% des Verlags in Gera.
- 9) 50% der Thüringer Allgemeine gehören den Mitarbeitern des Verlags in Erfurt, die anderen 50% dem Konzern.
- 10) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8%. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑦ Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Titel	2010		2008		2006		2004		
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau ¹⁾	MV ²⁾	336 100	336 100	345 000	345 000	359 500	359 500	387 300	387 300
Express ¹⁾	MV	152 800	152 800	166 300	166 300	176 100	176 100	188 500	188 500
Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	100	219 700	219 700	238 700	238 700	259 300	259 300	286 800	286 800
Berliner Zeitung ³⁾	72	157 000	113 040	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Berliner Kurier (7 x wö) ³⁾	72	120 400	86 688	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hamburger Morgenpost ⁴⁾	72	110 000	79 200	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Frankfurter Rundschau ⁵⁾	50	142 400	71 200	153 700	76 850	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Düsseldorf-Express ⁶⁾	50	40 500	20 250	45 700	22 850	48 900	24 450	53 900	26 900
Naumburger Tageblatt ⁷⁾	24,9	14 000	3 486	14 800	3 685	15 600	3 884	17 000	4 200
Gesamtauflage		1 292 900	1 082 464	964 200	853 385	859 400	823 234	933 500	893 700

* MV = Mutterverlag.

- 1) Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und der Express erscheinen im Mutterverlag der Verlagsgruppe, der M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co KG. Für die beiden Abonnementzeitungen liegen nur Angaben zur gemeinsamen Auflage vor.
- 2) Die Mitteldeutsche Zeitung in Halle gehört vollständig zur Mediengruppe DuMont.
- 3) DuMont und der Heinen Verlag haben 2009 den Berliner Verlag, in dem die Berliner Zeitung und der Berliner Kurier erscheinen, vollständig übernommen.
- 4) Zeitgleich mit den Titeln in Berlin wurde auch die Hamburger Morgenpost gekauft, die in einem eigenständigen Verlag erscheint.
- 5) Die Mediengruppe DuMont hat Mitte 2006 50 Prozent der Anteile an der Druck- und Verlagshaus Frankfurt am Main GmbH von der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg) übernommen. Die ddvg hält jetzt noch 40% der Anteile in Frankfurt. Die restlichen 10% gehören dem vormaligen Alleinbesitzer, der Karl-Gerold-Stiftung.
- 6) Die Mediengruppe DuMont ist am Düsseldorf-Express mit 50% beteiligt. Die übrigen 50% liegen beim Verlag W. Girardet, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).
- 7) Am Tageblatt in Naumburg ist die Verlagsgruppe über das Tochterunternehmen in Halle mit 24,9 Prozent beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Übernahme der Mecom Group (gemeinsam mit Heinen Verlag)

Die BV Deutsche Zeitungsholding der britischen Mecom Group, deren Plan gescheitert war, in Deutschland eine Kette von Zeitungsbeteiligungen aufzubauen, hat 2009 die drei Titel verkauft. Die Zeitungsholding wurde 2008 noch eigenständig auf Rang 10 unter den auflagenstärksten Verlagsgruppen geführt. DuMont Schauberg und die Heinen Verlag GmbH in Köln haben die Titel vollständig übernommen. Jeweils 35 Prozent der Anteile an den drei Zeitungen hält nun der Heinen Verlag, der früher die Kölnische Rundschau verlegt hat und bei dem noch heute die Redaktion der Rundschau angesiedelt ist. Die Struktur der Eigner des Verlags ist komplex. Durchgerechnet hält der Verleger Helmut Heinen 80 Prozent und DuMont 20 Prozent der Anteile. Bei den drei Zeitungen ist neben den von DuMont direkt gehaltenen Anteilen von je 65 Prozent zudem ein Fünftel der Beteiligung des Heinen Verlags zu berücksichtigen. Insgesamt ergibt sich eine Beteiligungshöhe von 72 Prozent.

Marktanteil deutlich gestiegen

Auch die Marktanteile stiegen deutlich, im Gesamtmarkt auf 5,5 Prozent (2008: 4,2%), bei den Abozeitungen auf 4,8 Prozent (2008 hier nicht unter den größten fünf Verlagen) und bei den Kaufzeitungen auf 8,5 Prozent (2008: 4,3%). Im Gesamtmarkt hat sich DuMont damit wieder vor der Ippen-Gruppe auf Rang 4 platziert. Mit dem Berliner Kurier, der Hamburger Morgenpost, dem Express sowie einer Beteiligung am Düsseldorfer Express gehören inzwischen vier der bundesweit neun Boulevardzeitungen zur Verlagsgruppe. Nicht berücksichtigt bleibt weiterhin eine Beteiligung am General-Anzeiger in Bonn, weil diese mit 18 Prozent die Erfassungsschwelle unterschreitet. Die Verbindungen mit den Bonnern sind gleichwohl umfangreich und umfassen auch sonstige Aktivitäten wie etwa Anzeigenblätter und den Lokalfunk. Anfang dieses Jahres ist eine redaktionelle Kooperation hinzugekommen: Die Kölnische Rundschau übernimmt seitdem die überregionale Berichterstattung vom General-Anzeiger und hat die eigene Hauptredaktion weitgehend aufgegeben.

Umfangreiche redaktionelle Kooperationen zwischen Titeln der Gruppe

Auch bei den anderen Titeln der Gruppe wurden die redaktionellen Kooperationen deutlich ausgebaut. Dies gilt jeweils getrennt für die Abo- und die Boulevardzeitungen. Die engsten Verknüpfungen bestehen zwischen der Frankfurter Rundschau und der Berliner Zeitung, die jeweils einzelne Ressorts aufgegeben haben und sich wechselseitig die komplette Berichterstattung zuliefern. Zudem werden sämtliche Hauptstadtkorrespondenten der Abozeitungen inzwischen von einer Redaktionsgemeinschaft beschäftigt. Bei der Berliner Zeitung opponieren allerdings die Beschäftigten auf der Basis von Regelungen zur Eigenständigkeit im Redaktionsstatut gegen weitgehende Kooperationen und den Verlust von redaktioneller Selbständigkeit. Auch bei den drei Boulevardzeitungen bestehen ähnlich intensive Redaktionskooperationen.

5. Verlagsgruppe Ippen

Die Zusammensetzung der Verlagsgruppe Ippen ist in den beiden letzten Jahren unverändert geblieben. Die in diesem Jahr erworbene Beteiligung am Westfalen-Blatt in Bielefeld in Höhe von 14,5 Prozent unterschreitet deutlich die Erfassungsschwelle für diese Studie und wird daher nicht berücksichtigt. Das Bundeskartellamt hat im Prüfverfahren auch eine höhere Beteiligung genehmigt. Einen deutlichen Aufwuchs gegen den Trend verzeichnet die Lokalzeitung Soester Anzeiger in Westfalen. Das Blatt profitierte von der Einstellung zweier bis dahin konkurrierender Lokalausgaben der Westfalenpost im letzten Jahr. Die Aufgabe der Mendener Zeitung (gut 6000 Exemplare), eine Lokalausgabe des Soester Anzeigers, Ende März dieses Jahres ist noch nicht berücksichtigt. In Menden hat die Westfalenpost seitdem ein Monopol. Verleger Dirk Ippen machte für die Einstellung wirtschaftliche Gründe der Zweitzeitung geltend und sprach zugleich von einem „Sündenfall“. Ippen hat in den letzten Jahrzehnten selbst Blätter mit sehr kleinen Auflagen wirtschaftlich gesundet oder in den schwarzen Zahlen gehalten und bis dahin nie ein Verbreitungsgebiet aufgegeben.

Mit einer anteiligen Gesamtauflage von 811 000 Exemplaren (2008: 831 700) (vgl. Tabelle 8) kommt Ippen auf einen Marktanteil von 4,2 Prozent (2008: 4,0%). Bei den Abozeitungen liegt der Anteil bei 4,3 Prozent (2008: 4,2%). Mit dem Boulevardtitel tz in München kommt die Gruppe bei den Kaufzeitungen auf 3,7 Prozent (2008: 3,5%).

6. Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG, Hannover

Durch die Übernahme des wesentlichen Teils der Regionalzeitungen vom Springer-Konzern ist die Verlagsgruppe Madsack sprunghaft gewachsen. Im Gesamtmarkt stieg der Anteil von 2,5 Prozent im Jahr 2008 auf 4,0 Prozent in 2010. Verbunden damit war der Aufstieg von Madsack von Rang 8 auf Rang 6 unter den großen Verlagsgruppen. Madsack hat von Springer direkte und indirekte Beteiligungen an insgesamt sieben Zeitungen übernommen. Zugleich wurde Springers Beteiligung an der Hanseatischen Verlags Beteiligungs AG (HVB) übernommen, einer Holding, die – weitgehend parallel zu Springer – Anteile an Zeitungs- und Anzeigenblattverlagen hält. Springers Anteil hatte aus kartellrechtlichen Gründen stets (zumindest offiziell) unter 23 Prozent gelegen. Das Bundeskartellamt genehmigte Madsack im letzten Jahr eine Aufstockung der Anteile, die prompt vollzogen wurde. Madsack hält inzwischen mit 51 Prozent die Mehrheit an der HVB. Damit verbunden ist durchgerechnet auch eine Mehrheitsbeteiligung an den Lübecker Nachrichten. Dies hatte auch deshalb für den Gesamtdeal große Bedeutung, da die Lübecker bereits eine Hälfte der Ostsee-Zeitung besaßen und 2009 von Springer auch die zweite Hälfte der Anteile übernommen hatten. Durchgerechnet ergibt sich damit auch bei der Ostsee-Zeitung eine Mehrheit zu Gunsten von Madsack (vgl. Tabelle 9).

Der Paketverkauf von Springer war nicht nur für den deutschen Zeitungsmarkt eine außeror-

Zusammensetzung der Verlagsgruppe seit 2008 nicht verändert

Durch Zukäufe von Springer jetzt sechstgrößte Verlagsgruppe

⑧ Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger/Ippen

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur ¹⁾	MV*	189 600	189 600	191 900	191 900	195 700	195 700	209 100	209 100
tz ¹⁾	MV	146 100	146 100	154 500	154 500	161 600	161 600	161 300	161 300
Oberbayerisches Volksblatt ²⁾	MV	71 800	71 800	72 100	72 100	72 100	72 100	73 600	73 600
Westfälischer Anzeiger ³⁾	MV	41 700	41 700	41 900	41 900	44 100	44 100	46 000	46 000
Hessische/Niedersächs. Allgemeine ⁴⁾	100	161 600	161 600	165 800	165 800	170 800	170 800	176 100	176 100
Oranienburger Generalanzeiger ⁵⁾	100	23 300	23 300	25 300	25 300	29 900	29 900	28 700	28 700
Leine Deister Zeitung ⁶⁾	100	5 300	5 300	5 400	5 400	5 400	5 400	5 200	5 200
Fehmarnsches Tageblatt ⁷⁾	100	2 200	2 200	2 300	2 300	2 200	2 200	2 200	2 200
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁸⁾	100	1 900	1 900	2 000	2 000	2 000	2 000	2 100	2 100
Offenbach Post ⁹⁾	100	42 200	42 200	44 500	44 500	45 800	45 800	48 000	24 000
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ⁹⁾	100	3 800	3 800	4 000	4 000	4 000	4 000	4 300	2 100
Lüdenscheider Nachrichten ¹⁰⁾	100	32 200	32 200	31 600	31 600	32 800	32 800	34 300	20 300
Schongauer Nachrichten ¹¹⁾	70,4	9 200	6 477	9 300	6 547	9 600	6 758	9 600	6 800
Allg. Zeitung									
+ Isenhagener Kreisblatt ¹²⁾	70	23 100	16 170	23 900	16 730	24 800	17 360	25 600	17 900
Altmark-Zeitung ¹³⁾	70	17 800	12 460	19 100	13 370	20 700	14 490	24 500	17 100
Kreiszeitung, Syke ¹⁴⁾	39,7	66 800	26 520	68 800	27 314	71 100	28 227	74 300	37 800
Rotenburger Kreiszeitung ¹⁵⁾	39,7	10 100	4 010	10 600	4 208	11 100	4 407	11 400	8 500
Wildeshauser Zeitung ¹⁶⁾	39,7	2 600	1 032	2 700	1 072	2 800	1 112	3 000	1 500
Soester Anzeiger ¹⁷⁾	40	36 100	14 440	31 700	12 680	32 300	12 920	33 300	13 300
Werra Rundschau ¹⁸⁾	40	11 100	4 440	11 600	4 640	12 100	4 840	12 800	5 100
Hersfelder Zeitung ¹⁹⁾	25	14 800	3 700	15 200	3 800	15 600	3 900	16 200	5 200
Gesamtauflage		913 300	810 948	934 200	831 661	966 500	860 413	1 001 600	863 900

* MV=Mutterverlag

- 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%, ein Beteiligungsunternehmen der Oberbayerischen Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 29,2%, der Verleger Alfons Döser 6,9%, und die Süddeutsche Verlag GmbH 12,5%. Der Süddeutsche Verlag wurde trotz dieses Anteils aber nicht dieser Verlagsgruppe zugerechnet, auch weil er mit dieser konkurriert.
- 2) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 3) Westfälischer Anzeiger: Ippen ist über den Verlag der Leine Deister Zeitung in Gronau an seinem Stammverlag in Hamm beteiligt. Dieser unterhält enge Kontakte mit den westfälischen Verlagen, an denen die Gruppe beteiligt ist, bildet mit ihnen einen Anzeigenverbund und liefert ihnen den Hauptteil. Redaktionelle Kooperationen bestehen zudem mit dem Hellweger Anzeiger in Unna und dem Patriot in Lippstadt.
- 4) Die Ippen-Gruppe hält 90 % der Anteile. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- 5) 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, sämtliche Anteile.
- 8) Die Heiligenhafener Post wird vom Verlag des Fehmarnschen Tageblatts herausgegeben.
- 9) Offenbach Post: Seit 2005 gehört die Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG vollständig zur Verlagsgruppe (zuvor 50%). Die Anteile halten der Westfälische Anzeiger 80 % und die Leine-Deister-Zeitung 20%. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 10) Lüdenscheider Nachrichten: Neben dem Lüdenscheider Titel erscheinen auch die Meinerzhagener Zeitung, das Altenaer Kreisblatt, der Allgemeine Anzeiger (Halver) und der Sünderländer Volksfreund in der Märkischen Zeitungsverlag GmbH & Co KG. Die Anteile halten im Wesentlichen der frühere Verlag der Meinerzhagener Zeitung sowie der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich auf über 90%, entsprechend werden die Auflagen der Titel der Verlagsgruppe vollständig angerechnet.
- 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) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7% hält der Verlag der Leine Deister Zeitung. Hinzu kommen gut 10% durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- 15) Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke besitzt die Lokalzeitung vollständig und beliefert das Blatt mit dem überregionalen Mantel. In der letzten Statistik für 2006 war die Beteiligungshöhe irrtümlich zu hoch ausgewiesen worden.
- 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 in Eschwege 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 verbunden.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

dentlich umfangreiche Transaktion, sondern wegen der vielen Miteigner auch kompliziert. Springer und Madsack waren sich längst vor dem Vollzug einig gewesen. Mitten in der Bankenkrise hatte Madsack Schwierigkeiten bei der Kreditbeschaffung, zumal das regionale Unternehmen offensichtlich bis an die Grenzen des Machbaren ging. Dafür spricht auch, dass ähnlich wie bei der Ostsee-Zeitung auch die Kaufbelastungen in Leipzig auf meh-

re Schultern verteilt wurden. Der ehemalige Springer-Anteil in Höhe von 50 Prozent wurde aufgeteilt: Madsack übernahm 35 Prozent direkt, und weitere 15 Prozent werden zusammen mit dem Verlag der Celleschen Zeitung gehalten, an dem wiederum Madsack beteiligt ist. Das übrige Zeitungsportfolio blieb unverändert.

9 Verlagsgruppe Madsack, Hannover¹⁾

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover ²⁾	MV*	201 300	201 300	210 600	210 600	216 700	216 700	224 600	224 600
Göttinger Tageblatt ³⁾	100	41 600	41 600	43 800	43 800	44 700	44 700	46 900	46 900
Aller Zeitung/ Wolfsburger Allgemeine ⁴⁾	100	37 700	37 700	37 900	37 900	37 600	37 600	36 900	36 900
Peiner Allgemeine Zeitung ⁵⁾	100	20 500	20 500	20 900	20 900	21 400	21 400	21 800	21 800
Waldeckische Landeszeitung ⁶⁾	100	23 500	23 500	24 900	24 900	25 900	25 900	27 000	27 000
Schaumburger Nachrichten ⁷⁾	100	16 400	16 400	16 500	16 500	16 800	16 800	17 000	17 000
Leipziger Volkszeitung ⁸⁾	100	172 100	172 100	182 600	k. A.	203 200	k. A.	226 800	k. A.
Dresdner Neueste Nachrichten ⁸⁾	100	27 500	27 500	28 600	k. A.	31 400	k. A.	33 500	k. A.
Naumburger Tageblatt ⁹⁾	100	14 000	14 000	14 800	k. A.	15 600	k. A.	17 000	k. A.
Lübecker Nachrichten ¹⁰⁾	61,2	102 500	62 730	106 000	k. A.	109 100	k. A.	111 600	k. A.
Ostsee-Zeitung ¹¹⁾	61,2	147 100	90 025	153 500	k. A.	160 100	k. A.	171 200	k. A.
Oberhessische Presse ¹²⁾	51	28 500	14 535	30 300	15 453	30 400	15 504	31 500	16 100
Gelnhäuser Neue Zeitung ¹³⁾	51	8 500	4 335	8 200	4 182	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Cellesche Zeitung ¹⁴⁾	50	30 800	15 400	31 500	15 750	32 100	16 050	33 100	16 600
Gandersheimer Kreisblatt ¹⁵⁾	33	4 800	1 584	5 200	1 716	5 400	1 782	5 600	1 900
Täglicher Anzeiger ¹⁶⁾	30	10 800	3 240	11 300	3 390	11 600	3 480	11 900	3 600
Kieler Nachrichten ¹⁸⁾	37	93 000	34 410	95 600	k. A.	98 400	k. A.	102 500	k. A.
Segeberger Zeitung ¹⁹⁾	37	12 000	4 440	12 000	4 440	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Torgauer Zeitung ⁸⁾	24,9	10 500	2 615	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
AZ Alfelder Zeitung ¹⁷⁾	24,5	8 100	1 985	8 600	2 107	9 000	2 205	9 500	2 300
Gesamtauflage		1 011 200	789 898	675 700	508 363	701 800	525 287	743 100	551 200

* MV = Mutterverlag.

- 1) Die Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG hält neben den aufgelisteten Titeln noch weitere Beteiligungen im Zeitungsmarkt, die hier jedoch keine Berücksichtigung finden, weil die Erfassungsschwelle von 25% am Kapital nicht erreicht wird. Zu diesen Beteiligungstiteln gehören u.a.: Beobachter, Seesen; Schaumburger Zeitung, Rinteln; Dewezet, Hameln (alle in Niedersachsen) sowie die 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) 99% des Verlags des Göttinger Tageblatts gehören der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 4) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine: Der Verlag gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Die Peiner Allgemeine Zeitung gehört vollständig der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 6) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt den Lokalverlag in Hessen vollständig.
- 7) Die Schaumburger Nachrichten erscheinen in dem gleichnamigen Verlag. Madsack hält 80%, die Verlagsgruppe um die Dewezet in Hameln 20%. Wegen des hohen Anteils von über 75% wird die Auflage der Verlagsgruppe vollständig zugerechnet.
- 8) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung (LVZ) seit 2009 85% der Anteile. Die übrigen Anteile werden zusammen mit Partnern der Verlagsgruppe Madsack gehalten. Wegen des hohen Kapitalanteils wird die Auflage dem Konzern vollständig zugerechnet. Der Leipziger Verlag wiederum hält Anteile am Tageblatt, besitzt die Dresdner Neuesten Nachrichten und ist mit 24,9% an der Torgauer Zeitung beteiligt.
- 9) 75,2% des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung. Entsprechend wird die Auflage vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 10) Madsack hat in 2009 vom Springer-Konzern eine direkte Beteiligung in Höhe von 49% übernommen und zudem eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HVB). Der Madsack-Konzern hat die Beteiligung an der HVB anschließend auf 51% aufgestockt, so dass ihm die Beteiligung der HVB den Lübecker Nachrichten in Höhe von 24% nun mehrheitlich zugerechnet wird. Madsack kommt damit auf eine Gesamt-beteiligung in Lübeck in Höhe von 61,2%.
- 11) Teil des von Springer in 2009 verkauften Beteiligungspakets an Tageszeitungen war eine hälftige Beteiligung an der Ostsee-Zeitung. Diese Beteiligung hat der Verlag der Lübecker Nachrichten übernommen, der zuvor bereits die andere Hälfte der Anteile besaß. Durchgerechnet ergibt sich ein Anteil von Madsack in Höhe von 61,2%.
- 12) Die restlichen Anteile an der Oberhessischen Presse hält der ehemalige Verleger Wolfram Hitzeroth.
- 13) Die Verlagsgesellschaft Madsack hat Anfang 2007 den Lokalverlag im Süden Hessens mehrheitlich übernommen.
- 14) Madsack hält einen Anteil von 24,8% an der Celleschen Zeitung. Ein weiterer Anteil von 25,2% wird über die Familie eines Eigners von Madsack gehalten und wird hier dem Konzern angerechnet.
- 15) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co KG sind u.a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4%) und des Täglichen Anzeiger (24,4%). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30%.
- 16) Am Täglichen Anzeiger in Holzminde hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30%.
- 17) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5% an der AZ Alfelder Zeitung.
- 18) Kieler Nachrichten: Vom Springer-Konzern ist 2009 eine Beteiligung in Höhe von 24,5% übernommen worden. Nachdem Madsack eine Beteiligung an der Hanseatischen Verlags-Beteiligungs AG aufgestockt hat, wird auch deren Beteiligung in Kiel von gleichfalls 24,5% mehrheitlich Madsack zugeordnet. Insgesamt ergibt sich damit ein Anteil in Kiel von 37%.
- 19) Die Segeberger Zeitung gehört vollständig den Kieler Nachrichten.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Der Konzern hat 2007 und 2008 jeweils knapp über eine halbe Mrd Euro umgesetzt und dabei jeweils einen Überschuss von deutlich über 50 Mio Euro erzielt. Bei nachlassendem operativen Geschäft in 2008 gelang dies allerdings auch auf der Basis von Beteiligungsverkäufen. Im Kerngeschäft ist das einst auf Niedersachsen beschränkte Unter-

nehmen weiter gewachsen. In 2008 machte der in Niedersachsen erzielte Umsatz nur noch gut 60 Prozent aus. Knapp 25 Prozent steuerte die Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft bei, zu der neben der Leipziger Volkszeitung auch die Dresdner Neuesten Nachrichten, Anzeigenblätter und eine Mehrheitsbeteiligung am Naumburger Tageblatt gehören.

⑩ **Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung**

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV*	368 000	368 000	368 700	368 700	370 800	370 800	386 200	386 200
Frankfurter Neue Presse ²⁾	100	100 000	100 000	100 000	100 000	106 900	106 900	108 900	108 900
Märkische Allgemeine ³⁾	100	144 900	144 900	154 000	154 000	166 800	166 800	180 100	180 100
Gesamtauflage		612 900	612 900	622 700	622 700	644 500	644 500	675 200	675 200

* MV = Mutterverlag.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Die Verlagsgruppe hält keine Beteiligungen an Boulevardzeitungen. Bei den Abozeitungen kommt sie auf einen Marktanteil von 5,1 Prozent (2008 rangierte sie nicht unter den größten fünf Verlagen). Unberücksichtigt bleibt eine Beteiligung an der Tageszeitung Harburger in Hamburg, bei der die HVB zwar größter Eigner ist (gut 38%), durchgerechnet auf Madsack aber unter 25 Prozent entfallen.

7. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Keine Veränderungen im Titel-Portfolio

Bei der Verlagsgruppe der FAZ hat es erneut keine Veränderungen in der Zusammensetzung gegeben. Alle drei Titel weisen wie der Gesamtmarkt Auflagenverluste auf (vgl. Tabelle 10). Die Gruppe kommt auf eine Gesamtauflage von 612 900 Exemplaren (2008: 622 700) und einen Marktanteil von 3,1 Prozent (2008: 3,0%). Bei den Abonnementzeitungen ist der Anteil mit 3,9 Prozent konstant geblieben; sie gelangt damit aber erneut nicht unter die fünf auflagenstärksten Verlage. Eine steigende Auflage weist allein die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung mit aktuell 344 000 Exemplaren auf. Der Wettbewerber Welt am Sonntag verzeichnete dagegen leichte Verluste. Die FAZ-Gruppe liegt im Gesamtmarkt weiterhin auf Rang 7.

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

Wegen Beteiligung an Madsack gestiegener Auflagenmarktanteil

Die ddvg ist weiterhin nicht selbst verlegerisch tätig. Das Beteiligungs-Portfolio der ddvg wächst allerdings. Die ddvg hat zwar selbst keine Zukäufe getätigt, dafür aber das Beteiligungsunternehmen Madsack. Die ddvg gehört zu den größten Anteilseignern der Verlagsgruppe Madsack. Anteilig werden der ddvg gut 200 000 Exemplare von Madsack zugerechnet. 2008 hat diese anteilige Auflage noch 132 200 Exemplare ausgemacht. Zudem gehört inzwischen zum Beteiligungsunternehmen Frankenpost vollständig die benachbarte Lokalzeitung Selber Tagblatt (vgl. Tabelle 11). Der Zugewinn bei der aktuellen Gesamtauflage ist ausschließlich auf die Steigerung bei Madsack zurückzuführen. Die übrigen Titel haben zuletzt genau wie der Gesamtmarkt Auflage eingebüßt. Mit einer anteiligen Auf-

lage von 556 300 Exemplaren (2008: 498 800) kommt die ddvg im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 3,0 Prozent (2008: 2,4%), bei den Abozeitungen rangiert sie nicht unter den größten fünf Verlagen. Bei den Boulevardzeitungen hält die ddvg einen Anteil von 40 Prozent an der Morgenpost für Sachsen in Dresden.

Die ddvg gehört vollständig der SPD. Die ertragreiche Holding erwirtschaftet seit Jahren konstant Gewinne, von denen zuletzt jährlich über 10 Mio Euro an die SPD flossen. Im jüngsten vorliegenden Geschäftsbericht weist die ddvg für 2008 einen Jahresüberschuss von 15,5 Mio Euro aus (2007: 17,2 Mio Euro).

9. Verlagsgruppe Holtzbrinck

Die Verlagsgruppe Holtzbrinck ist im Vergleich zu 2008 deutlich verändert und wesentlich kleiner geworden. Maßgeblich dafür ist insbesondere eine Realteilung des Konzerns, bei der Konzernchef Stefan von Holtzbrinck vor allem das überregionale Zeitungsgeschäft an seinen Vorgänger und Halbbruder Dieter von Holtzbrinck abgegeben hat. Dazu gehören die Verlagsgruppe Handelsblatt in Düsseldorf mit dem gleichnamigen Wirtschaftstitel und auch Der Tagesspiegel in Berlin, der zusammen mit seinem Ableger Potsdamer Neueste Nachrichten allerdings nur regionale Bedeutung hat.

Verlagsgruppe deutlich verkleinert durch Abgabe überregionaler Titel an Dieter von Holtzbrinck

Die Realteilung diente dazu, den Konzern von den hohen Zahlungen zu entpflichten, die mit dem Ausstieg Dieter von Holtzbrincks und dem Verkauf seines Drittelanteils am Konzern verbunden waren. Eine spätere Zusammenlegung der beiden Zeitungsgruppen wurde von vornherein nicht ausgeschlossen. Zur jungen DvH Medien GmbH in Stuttgart gehört auch eine hälftige Beteiligung am Verlag der Wochenzeitung Die Zeit.

Spätere erneute Zusammenlegung nicht ausgeschlossen

Eingestellt worden sind die beiden Niedrigpreistitel 20 Cent Lausitz und 20 Cent Saar. Die Titel waren parallel zu ihren beiden Mutterblättern, Lausitzer Rundschau und Saarbrücker Zei-

⑪ Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Neue Westfälische, Bielefeld ¹⁾	57,5	148 500	85 388	153 300	88 148	154 900	89 068	158 900	91 400
Frankfurter Rundschau ²⁾	40	142 400	56 960	153 700	61 480	161 300	161 300	181 400	181 400
Sächsische Zeitung, Dresden ³⁾	40	255 300	102 120	267 000	106 800	282 800	113 120	307 500	123 000
Morgenpost für Sachsen, Dresden ³⁾	40	90 500	36 200	95 000	38 000	100 700	40 280	103 300	41 300
Döbelner Anzeiger ³⁾	40	10 600	4 240	11 200	4 480				
Frankenpost, Hof ⁴⁾	35	49 800	17 430	50 900	17 815	53 100	18 585	55 300	55 300
Selber Tagblatt ⁵⁾	35	5 400	1 890	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Cuxhavener Nachrichten ⁶⁾	32,5	11 800	3 835	12 200	3 965	12 700	4 128	13 000	6 500
Niederelbe Zeitung ⁶⁾	32,5	9 000	2 925	9 100	2 958	9 200	2 990	k. A.	k. A.
Nordbayerischer Kurier, Bayreuth ⁷⁾	29,7	36 600	10 870	38 800	12 222	40 500	12 758	40 600	12 800
Freies Wort und stz Südhüringer Zeitung ⁸⁾	30	71 500	21 450	75 700	22 710	80 500	24 150	87 400	26 200
Neue Presse, Coburg ⁸⁾	30	25 300	7 590	26 700	8 010	27 800	8 340	28 900	8 700
Madsack anteilig gesamt ⁹⁾	26	789 898	205 373	508 400	132 184	525 300	136 578	551 200	143 300
Gesamtauflage		1 646 598	556 271	1 402 000	498 771	1 448 800	610 296	1 537 600	700 000

- 1) Die Neue Westfälische ist die einzige Zeitung, an der die ddvg eine Mehrheit hält.
- 2) Die ddvg hält derzeit 40% der Anteile an der Frankfurter Rundschau.
- 3) An den Verlagen der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost für Sachsen, beide in Dresden, hält die ddvg jeweils 40 Prozent. Der Verlag der Sächsischen Zeitung besitzt die Lokalzeitung Döbelner Anzeiger vollständig.
- 4) Frankenpost: Die ddvg hielt zeitweilig eine Mehrheitsbeteiligung. Ein erheblicher Anteil wurde inzwischen an den Süddeutschen Verlag zurückverkauft.
- 5) Der Verlag der Frankenpost hat die Lokalzeitung in Selb zum 01.01.2010 vollständig übernommen.
- 6) Die Verlage der Cuxhavener Nachrichten und der Niederelbe Zeitung sind 2005 zusammengelegt worden und erscheinen nun in der Cuxhavener-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. Der Kapitalanteil der ddvg, die zuvor bei den Cuxhavener Nachrichten einen Anteil von 50% hielt, beträgt nun 32,5%.
- 7) Die Druckhaus Bayreuth Verlagsgesellschaft hält am Verlag des Nordbayerischen Kuriers 63%. An der Druckhaus Bayreuth wiederum ist die ddvg mit 47,5% beteiligt. Damit kommt die ddvg durchgerechnet auf eine Beteiligung von 29,9% am Nordbayerischen Kurier.
- 8) Beim Freien Wort, Suhl, der stz Südhüringer Zeitung, Bad Salzungen, und der Neuen Presse, Coburg, ist die ddvg mit jeweils 30% beteiligt. Partner ist jeweils der Verlag der Süddeutschen Zeitung. Für das Freie Wort und die stz Südhüringer Zeitung wird nur eine Gesamtauflage gemeldet.
- 9) Die ddvg hält an der persönlich haftenden und geschäftsführenden Dr. Erich Madsack GmbH 26% der Anteile. Bei der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG liegt die Beteiligungshöhe etwas niedriger.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

tung, erschienen und hatten zusätzliche Markt-nischen besetzen sollen. Die Auflagen blieben allerdings bescheiden. Der Ableger in der Lausitz war im Mai 2004 gestartet worden, jener in Saarbrücken im März 2005. Ende Februar letzten Jahres wurden die Titel eingestellt.

Nunmehr Rang 9 des Auflagenrankings

Der reduzierte Holtzbrinck-Konzern kommt noch auf eine anteilige Gesamtauflage von 456700 Exemplaren (2008: 772200, vgl. Tabelle 12) und auf einen Marktanteil im Gesamtmarkt von 2,3 Prozent (2008: 3,8%). Der Konzern ist von Rang 6 in 2008 auf Rang 9 abgefallen. Boulevardzeitungen werden nicht verlegt. Bei den Abozeitungen hat die Holtzbrinck-Gruppe einen Marktanteil von 2,9 Prozent (2008: 4,8%) und rangiert damit nicht mehr unter den fünf auflagenstärksten Unternehmen dieses Presse-segments.

10. Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf

Verlagsgruppe erstmals unter den zehn auflagenstärksten Verlagen

Die Verlagsgruppe um die Rheinische Post (RP) in Düsseldorf hat unter den zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen den Platz der BV Deutsche Zeitungsholding (Mecom-Gruppe) eingenommen. Die RP gehört auch als Einzeltitel mit einer Auflage

von über 300000 Exemplaren zu den meist verkauften in Deutschland. Zum Verbreitungsgebiet gehören neben dem Verlagsort auch Großstädte wie Mönchengladbach und Krefeld sowie bevölkerungsreiche Kreise wie Mettmann, Wesel oder der Rhein-Kreis Neuss. An den Rändern des großen Verbreitungsgebietes unterhält der Verlag auch Ausgaben mit kleiner Auflage in nachrangiger Marktposition.

2009 hat der Verlag die zweite Hälfte der Anteile an der benachbarten Neuß-Grevenbroicher Zeitung übernommen (vgl. Tabelle 13). Zudem wird der Verlagsgruppe eine Teilaufgabe des Zeitungsverlags Aachen zugerechnet, der die Nachbartitel Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten verlegt. Eine geplante Aufstockung der Anteile ist vom Bundeskartellamt in diesem Jahr nicht genehmigt worden. Unberücksichtigt bleibt eine Überkreuzbeteiligung mit der Westdeutschen Zeitung in Düsseldorf im einstelligen Prozentbereich. Am Gesamtmarkt hält die RP-Gruppe einen Anteil von 2,0 Prozent, bei den Abozeitungen 2,5 Prozent. Beteiligungen an Boulevardzeitungen bestehen nicht. Die Verlagsgruppe hat im gesamten Verbreitungsgebiet auch bei den Anzeigenblättern und beim Lokalfunk führende Marktpositionen. Sie ist zudem auch im Ausland, unter anderem in der Tschechischen Republik, engagiert.

⑫ Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Titel	2010			2008		2006		2004	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Main Post und									
Fränkisches Volksblatt ¹⁾	100	132 700	132 700	138 300	138 300	144 300	144 300	148 500	148 500
Südkurier ²⁾	100	133 200	133 200	137 600	137 600	143 700	143 700	143 300	143 300
Saarbrücker Zeitung ³⁾	56,1	142 700	80 055	146 300	82 074	152 300	85 440	160 000	89 400
Lausitzer Rundschau ⁴⁾	56,1	97 400	54 641	101 500	56 942	113 100	63 449	126 900	70 900
Trierischer Volksfreund ⁵⁾	56,1	91 900	51 556	93 800	52 622	97 600	54 754	100 300	56 000
Pfälzischer Merkur ⁵⁾	56,1	8 100	4 544	8 300	4 656	7 900	4 432	9 400	5 200
Gesamtauflage ⁶⁾		606 000	456 696	931 400	772 175	949 500	786 675	979 100	804 000

1) Der Verlag der Main Post gehört vollständig zum Konzern. In der Auflagenzahl für die Main Post sind die Auflagen des Fränkischen Volksblatts, des Boten vom Haßgau und des Steigerwald Boten enthalten.

2) Der Verlag des Südkurier in Konstanz gehört vollständig dem Konzern. Der Konstanzer Verlag besitzt den Alb-Boten in Waldshut, dessen Auflage in jener des Südkuriers berücksichtigt ist

3) An der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH hält die Holtzbrinck-Zentrale durchgerechnet 56,1 %.

4) Die Lausitzer Rundschau erscheint in einem Tochterunternehmen des Saarbrücker Verlags.

5) Der Trierische Volksfreund und der Pfälzische Merkur in Zweibrücken gehören zum Verlag der Saarbrücker Zeitung.

6) Zur Gesamtauflage gehörten bis einschließlich 2008 noch weitere Titel.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

⑬ Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf

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

* MV = Mutterverlag.

1) Die Neuß-Grevenbroicher Zeitung erscheint in der Neusser Zeitungsverlag GmbH, an der die Rheinische Post seit Jahrzehnten hälftig beteiligt war. Anfang 2009 hat die Verlagsgruppe auch die restlichen Anteile übernommen.

2) Die beiden Aachener Titel erscheinen seit den 70er Jahren gemeinsam in der Zeitungsverlag Aachen GmbH. Die beiden früheren Verlage sind aber Herausgeber ihrer jeweiligen Titel geblieben. Die RP-Gruppe hat den ehemaligen Verlag der Aachener Nachrichten vollständig übernommen und ist darüber mit 24,5 Prozent am Zeitungsverlag Aachen beteiligt.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Anmerkungen:

- Ein kleiner Verlag in Berlin hatte Mitte März dieses Jahres den Titel Der Sport-Tag auf den Markt gebracht, schon nach einem Monat die Erscheinungsweise auf wöchentlich umgestellt und einen weiteren Monat später den Titel eingestellt. Gleichfalls in Berlin hatte der Springer-Konzern in diesem Jahr angekündigt, für die östlichen Stadtteile eine „Lightversion“ der Boulevardzeitung B.Z. herauszubringen. Nachdem der konkurrierende Berliner Verlag ein ähnliches Vorhaben mit seinen Titel Berliner Kurier für die westlichen Stadtteile angekündigt hatte, hat der Springer-Konzern das Vorhaben aufgegeben.
- Vgl. „Meinen statt Wissen“. In: Süddeutsche Zeitung v. 27.3.2010.
- Preisangaben für Westdeutschland nach Angaben des BDZV; vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Jahrbuch Zeitungen 2000 bzw. 2009, hier jeweils Tabelle 3a.
- Vgl. BDZV (Hrsg.): Jahrbuch Zeitungen 2009. Berlin 2010, S. 49.
- Nach Angaben des BDZV folgte nach einer Steigerung der Redakteurstellen in den 90er Jahren um annähernd 50 Prozent auf einen Höchststand von 15 300 im Jahr 2000 ein Abbau von gut 1 000 Arbeitsplätzen. Vgl. ebd., S. 106.
- Vgl. Schütz, Walter J.: Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. In: Media Perspektiven 9/2009, S. 484–493, hier S. 484.
- Vgl. „Die publizistische Qualität erhalten.“ Interview mit dem Verwaltungsratspräsidenten der NZZ-Gruppe, Conrad Meyer. (http://www.nzz.ch/nachrichten/kultur/medien/die_publizistische_qualitaet_erhalten_1.5336704.html).
- An wenigen Standorten beschäftigt der Konzern noch einzelne Redakteure der jeweiligen Zweitzeitung weiter. Diesen steht jeweils das Material der Schwesterredaktion komplett zur Verfügung.

Sie können aber auch mit eigenen Berichten andere Gewichte setzen und damit in Teilen unterscheidbare Produkte kreieren. Dies gilt zum Beispiel für die Ausgaben der Westfälischen Rundschau in Hagen und in Arnsberg, die ganz wesentlich von den jeweiligen Redaktionen der Westfalenpost gespeist werden.

- Vgl. zu crossmedialen Redaktionen im Newsroom oder am Newsdesk Meier, Klaus: Redaktion. In: Weischenberg, Siegfried/Hans J. Kleinsteuber/Bernhard Pörksen: Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz 2005, S. 394–398, hier S. 398.
- Vgl. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen: Medienatlas NRW (www.lfm-nrw.de).
- Vgl. Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2008. Zeitungsangebot und Wettbewerbssituation im Zeitungsmarkt kaum verändert. In: Media Perspektiven 9/2009, S. 454–483, hier S. 481.
- So nennt Schütz für Nordrhein-Westfalen einen Anteil der Wohnbevölkerung in Einzeitungskreisen von 12,2 Prozent in 2008. Vgl. ebd., S. 480. Bei einer Studie, die die Zeitungsdichte auf der Ebene der Gemeinden untersuchte, lag der entsprechende Anteil mit 23,5 Prozent fast doppelt so hoch. Vgl. Landesregierung Nordrhein-Westfalen: Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2008. LT-Drucksache 14/8531. Antwort v. 27.1.2009 auf eine Große Anfrage v. 30.6.2008 (LT-Drucksache 14/7126), S. 51.
- Zuletzt beantwortete die Landesregierung von Niedersachsen eine entsprechende Anfrage: Situation und Entwicklung des Zeitungs- und Medienmarktes in Niedersachsen. Große Anfrage vom 24.8.2009. LT-Drucksache 16/1554. In Nordrhein-Westfalen haben die Landesregierungen seit 2004 inzwischen dreimal die Situation des Zeitungsmarktes dargestellt, zuletzt 2008 (vgl. Anm. 12).

- Mehrfach hat sich in den letzten Jahren auch der Landtag von Mecklenburg-Vorpommern mit der Situation im Zeitungsmarkt befasst. Anlass boten wiederholt Konzentrationsvorgänge. 2006 hat die Landesregierung von Schleswig-Holstein einen Bericht vorgelegt: Situation und Entwicklung der Printmedien in Schleswig-Holstein (LT-Drucksache 16/713). Dieser Bericht war allerdings ein Musterbeispiel für das Desinteresse einer Landesregierung am Zeitungsmarkt. Zur Kritik vgl. Röper, Horst: Ein Torso. Medienkonzentration in Schleswig-Holstein. In: epd medien 39/2006 v. 20. 5. 2006.
- 14) Beispielsweise ist die Reduktion der Mehrwertsteuer ein häufig genutztes Förderinstrument in der EU. Vgl. EU-Kommission: Mehrwertsteuersätze in den Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft (DOK/2401/2009).
 - 15) Bislang hat allein der Vorsitzende der SPD-Medienkommission, Marc Jan Eumann, solche Förderungen akzeptiert und beim diesjährigen „Mainzer Mediendisput“ Stiftungsmodelle ins Gespräch gebracht.
 - 16) Vgl. zuletzt Röper, Horst: Konzentrationsprung im Markt der Tageszeitungen. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2008. In: Media Perspektiven 8/2008, S. 420–437.
 - 17) Anfang dieses Jahres stellte die Übernahme der Nürnberger Ausgabe der Abendzeitung, München, durch die Oschmann-Gruppe eine Ausnahme dar. Die Oschmann-Gruppe, stark engagiert im privaten Hörfunk in Bayern, verlegt im Raum Nürnberg bereits seit Jahren Anzeigenblätter. Der Käufer verfügt entsprechend über Marktkenntnisse. Der Verkauf einer Lokalausgabe ist für den deutschen Markt allerdings ungewöhnlich. Vor einigen Jahren hatte sich die Oschmann-Gruppe schon einmal im Zeitungsmarkt engagiert und die kleine Lahrer Zeitung in Baden-Württemberg übernommen, das Engagement jedoch schnell wieder aufgegeben.
 - 18) Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (ivw): Auflagenliste 1/2010. Berlin 2010 (CD-ROM bzw. unter www.ivw.de).

