

Ergebnisse der aktuellen Stichtagssammlung

→ **Deutsche Tagespresse 2012**

Von *Walter J. Schütz**

Berichtszeitraum:
Oktober 2008 bis
März 2012

In Media Perspektiven erschienen regelmäßig seit 1974 bisher 17 statistische Übersichten zu den Entwicklungen auf dem deutschen Zeitungsmarkt; dabei hatten sich Erscheinensintervalle von zwei Jahren herausgebildet. (1) Diesmal können erst fast vier Jahre nach dem Stichtag 1. Oktober 2008, dem Ende des letzten Berichtszeitraums, neue Daten vorgelegt werden. Die Verzögerung besitzt jedoch einen Vorteil: Alle Ergebnisse beruhen nicht auf einer weiteren Fortschreibung der letzten Zeitungsstichtagssammlung von 2004, sondern auf einer Vollerhebung, für die alle in der Zeit vom 14. bis 20. März 2012 erschienenen deutschen Tageszeitungen zusammengetragen und ausgewertet wurden. (2)

Diese achte Stichtagssammlung ist Teil eines von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Projekts „Deutschlands Zeitungen 2012“, bearbeitet vom Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover und von der Hochschule Hannover (Fakultät III Medien, Information und Design). (3) Sie liefert als Ermittlung der Grundgesamtheit außer dem Nachweis der redaktionellen Struktur die Basis für die weiteren Arbeitsvorhaben und Untersuchungsfelder: die Ermittlung der Eigentumsverhältnisse der Zeitungsverlage, deren crossmediale Verflechtungen sowie die publizistischen Angebote der Zeitungen im Internet. (4)

Weiterhin basiert diese aktuelle Zeitungsstatistik auf im Jahre 1954 entwickelten und seither unverändert beibehaltenen Kriterien, die die Vielfalt im deutschen Zeitungsangebot widerspiegeln.

Kategorien der Erhebung

**Definition
Tageszeitung
und Ausgaben**

Als Tageszeitungen werden alle Periodika bezeichnet, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und einen aktuellen politischen Teil mit inhaltlich unbegrenzter (universeller) Nachrichtenvermittlung enthalten. Kleinste pressestatistische Einheit der so definierten Tageszeitung ist die „Ausgabe“. Sie ist durch variierende inhaltliche Gestaltung (z.B. Regionalseiten, lokaler Text- und Anzeigenteil) auf das jeweilige Verbreitungsgebiet abgestimmt. Das Kriterium „Ausgabe“ erfüllen auch Zeitungen, bei denen der örtliche bzw. regionale Teil nicht täglich erscheint, nur in seiner Reihenfolge geändert wird oder bei gleichbleibendem Inhalt lediglich der Wechsel des Haupt- und Untertitels (Kopfbblätter) die Ortsbezogenheit und damit die Bindung an ein

bestimmtes Verbreitungsgebiet herstellt. Dagegen werden unterschiedliche Formen bestimmter Ausgaben, die sich aus der unter Umständen notwendigen Aktualisierung ergeben, und an unterschiedlichen Orten gedruckte, jedoch inhaltlich identische Zeitungen nicht als Ausgaben gezählt.

Zur Kategorie „Verlage als Herausgeber“ lassen sich alle Ausgaben eines Unternehmens zusammenfassen, bei denen im Impressum der gleiche Herausgeber und/oder Verlag genannt sind. Da zum einen die Angaben im Impressum nach den Pressegesetzen der Länder für die Verlage verpflichtend sind und zum anderen hier ein nachprüfbares Merkmal gegeben ist, kann sich darauf die Bestimmung der Verlagsstruktur stützen. Allerdings lässt in einzelnen Fällen das Impressum, um lokale Gebundenheit vorzutauschen, auf wirtschaftliche Selbstständigkeit schließen, in Wirklichkeit besteht aber nur ein Agenturverhältnis. Die Zahl der tatsächlich als Unternehmen tätigen Zeitungsverlage (etwa gleichzusetzen mit der Zahl der Verlage, die Anstellungsverträge mit Redakteuren schließen) lässt sich – weil unterschiedliche Kooperationsformen anzutreffen sind – nicht exakt bestimmen; sie liegt geringfügig unter der Zahl der „Verlage als Herausgeber“. Andererseits sind in der Zahl der „Verlage als Herausgeber“ Mehrzeitungsverlage, also Betriebe, die mehr als eine Zeitung mit unterschiedlichem Mantel herausgeben, als Unternehmen mehrfach enthalten. (5)

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

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

Ergebnisse der Untersuchung

Tabelle 1 verdeutlicht die langfristige Entwicklung der Zeitungen in Deutschland seit 1954, also über einen Zeitraum von 58 Jahren. (6) In drei Kategorien der Basisdaten sind auch für den Berichtszeitraum von Oktober 2008 bis März 2012 geringere Bestandszahlen zu registrieren: Die weiter gesunkene verkaufte Auflage der deutschen Zeitungen belegt, wie sehr sie dem Wettbewerb mit konkurrierenden Informationsangeboten ausgesetzt sind. Auch die Zahl der Kernredaktionen („Publizistische Einheiten“) hat sich weiter vermindert, ebenso die

**Verlage als
Herausgeber**

**Publizistische
Einheiten**

**Verringerung
der Bestandszahlen
mit Ausnahme der
Ausgaben**

* *Honoraryprofessor am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.*

① Tagespresse: Statistik im Überblick

Jahr ¹⁾	Publizistische Einheiten		Verlage als Herausgeber		Ausgaben		Verkaufte Auflage in Mio	
	absolut	Index	absolut	Index	absolut	Index	absolut	Index
1954	225	100	624	100	1 500	100	13,4	100
1964	183	81	573	92	1 495	100	17,3	129
1967	158	70	535	86	1 416	94	18,0	134
1976	121	54	403	65	1 229	82	19,5	146
1979	122	54	400	64	1 240	83	20,5	153
1981	124	55	392	63	1 258	84	20,4	152
1983	125	56	385	62	1 255	84	21,2	158
1985	126	56	382	61	1 273	85	20,9	156
1987	121	54	(375)	(60)	•	•	20,7	154
1989	119	53	358	57	1 344	90	20,3	152
1989 DDR	37	-	38	-	291	-	9,6	-
1991	158	100	410	100	1 673	100	27,3	100
1994	137	87	385	94	1 597	95	25,3	93
1997	135	85	371	90	1 582	95	24,6	90
1999	135	85	355	87	1 581	95	24,1	88
2001	136	86	356	87	1 584	95	23,7	87
2004	138	87	359	88	1 538	92	21,7	79
2006	136	86	352	86	1 524	91	21,0	77
2008	135	85	353	86	1 515	91	20,0	73
2010	132	84	347	85	•	•	19,4	71
2012	130	82	333	81	1 532	92	18,2	67

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

der „Verlage als Herausgeber“. Bei den Ausgaben ist jedoch eine entgegengesetzte Entwicklung zu registrieren: Ihre Zahl ist erstmals gegen den seit Jahren bestehenden Trend leicht angestiegen.

Kaum Veränderung des Angebots auf gefestigtem Zeitungsmarkt

Welche einzelnen Vorgänge zum Gesamtbild beigetragen haben, ist Gegenstand dieses Berichtes. Zunächst ist generell festzuhalten, dass sich das Zeitungsangebot in Deutschland kaum verändert hat und die Feststellung für die vorausgegangene Untersuchungsperiode, es gebe einen „gefestigten Zeitungsmarkt“, hier zu Recht wiederholt werden kann. Das gilt ebenso für die dort genannte Begründung für diesen Befund: Bei nur noch marginalem Wettbewerb haben die lokal/regional angebotenen Titel in der Regel in ihren Verbreitungsgebieten eine sichere Erst- oder Alleinanbieterposition.

Nur zwei Zeitungen stellten ihr Erscheinen ein

Das lässt sich folgendermaßen belegen: Im Berichtszeitraum, also in den letzten vier Jahren, haben nur zwei Zeitungen ihr Erscheinen eingestellt. Am 28. Februar 2009 erschien zum letzten Mal in Cottbus und Saarbrücken „20 cent“, eine am 10. Mai 2004 für die Lausitz und am 31. März 2005 für das Saarland gestartete Kaufzeitung im Tabloid-Format. Offensichtlich hatte sich das publizistische Konzept von „Lausitzer Rundschau“ und „Saarbrücker Zeitung“, junge Leser über einen griffigen Preis zu gewinnen, bei einer stagnierenden Auflage von 12 000 Stück nicht durchsetzen lassen. Stärker beachtet wurde Ende Februar 2012 die Einstellung der „Deister-Leine-Zeitung“. Der Verlag in Barsinghausen verkaufte zuletzt rund 4 500 Exemplare und lag damit etwa gleichauf mit den dort ebenfalls angebotenen „Schaumburger Nachrichten“

(Bückeburg). Als die mit der „Dewezet“ (Hameln) kooperierenden Zeitungen, darunter auch die „Deister-Leine-Zeitung“, den adaptierten Mantel der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ übernahmen, veränderte sich, da nun beide Zeitungen am Ort teildentisch waren, in Barsinghausen die Wettbewerbssituation, in der die „Schaumburger Nachrichten“, in einem Tochterverlag der Madsack-Gruppe Hannover erscheinend, obsiegten.

Größere Bedeutung haben hingegen die weiteren Veränderungen, über die hier zu berichten ist. Seit 1993 war die Zahl der „Publizistischen Einheiten“ (Vgl. Tabellen 2 bis 4) – auch verstanden als Messzahl und Indikator für publizistische Konzentration – fast unverändert geblieben. In den vergangenen vier Jahren stehen jedoch der Schließung von acht Kernredaktionen nur drei Neugründungen gegenüber.

Das Ende von „20 cent“ wurde schon erwähnt. Zwei Fälle belegen den langfristigen Abbau von redaktioneller Eigenständigkeit durch stetige Übernahme von Inhalten anderer Zeitungen. Die „Bremer Nachrichten“ waren deshalb nach völliger Integration in den „Weser Kurier“ ebenso aus der Liste der Publizistischen Einheiten zu streichen wie die „stz. Südthüringer Zeitung“ (Bad Salzungen) nach Aufgeben der letzten eigenständigen Seiten und dem Ersatz durch den Mantelteil des „Freien Wortes“ (Suhl).

Zahl der Publizistischen Einheiten weiter verringert

② Publizistische Einheiten nach Ländern 1954 bis 2012

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Auflagen in Tsd	In Publizist. Einheiten kooperierende Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Auflagen in Tsd	In Publizist. Einheiten kooperierende Verlage als Herausgeber	Ausgaben
Baden-Württemberg					Mecklenburg-Vorpommern				
1954	33	1 602,9	115	247	1954	(6)	•	(6)	•
1967	23	1 849,1	94	237	1989	6	781,9	6	51
1989	17	2 337,0	65	213	2004	3	396,3	4	36
2004	17	2 143,5	74	229	2012	3	318,9	7	35
2012	17	1 953,6	74	244	Niedersachsen				
Bayern					1954	27	1 068,7	69	155
1954	45	2 069,6	147	316	1967	20	1 343,8	81	182
1967	29	2 237,5	124	301	1989	12	1 507,3	53	121
1989	24	2 959,2	90	267	2004	11	1 491,5	50	131
2004	24	2 862,6	75	249	2012	11	1.335,2	48	131
2012	22	2 655,8	65	249	Nordrhein-Westfalen				
Berlin					1954	41	2 832,4	112	411
1954	10	785,3	10	23	1967	28	3 615,0	81	351
1967	7	850,3	7	10	1989	27	4 591,5	54	420
1989	6	712,7	8	12	2004	23	3 773,1	52	396
2004	10	1 253,4	12	26	2012	22	3 144,8	45	362
2012	11	3 674,5	12	66	Rheinland-Pfalz				
Berlin (Ost)					1954	13	659,7	23	89
1954	(9)	•	(9)	•	1967	9	716,6	20	82
1989	9	3 986,8	9	18	1989	5	770,0	9	58
Brandenburg					2004	5	735,9	8	66
1954	(4)	•	(5)	•	2012	5	664,1	7	63
1989	4	878,7	4	45	Saarland				
2004	4	404,3	4	40	1954	(4)	•	(4)	•
2012	3	332,5	4	44	1967	1	157,1	1	9
Bremen					1989	1	199,1	2	14
1954	3	221,6	15	16	2004	1	167,6	2	12
1967	2	224,1	3	4	2012	1	144,3	2	12
1989	3	359,6	9	26	Sachsen				
2004	3	307,8	9	35	1954	(8)	•	(8)	•
2012	2	278,3	7	38	1989	8	1 902,1	9	70
Hamburg					2004	4	896,0	11	54
1954	10	2 447,5	10	25	2012	5	817,0	13	57
1967	5	5 285,8	5	24	Sachsen-Anhalt				
1989	5	4 840,6	10	45	1954	(5)	•	(5)	•
2004	5	4 416,4	8	46	1989	4	1 138,0	4	53
2012	4	452,1	6	16	2004	2	526,0	3	37
Hessen					2012	2	407,4	3	39
1954	30	1 224,0	84	144	Schleswig-Holstein				
1967	22	1 330,3	83	158	1954	13	453,6	39	76
1989	13	1 530,9	42	122	1967	12	433,2	36	58
2004	15	1.423,4	30	91	1989	6	476,6	16	46
2012	13	1 232,3	26	90	2004	6	475,6	12	43
					2012	5	432,0	8	42
					Thüringen				
					1954	(6)	•	(6)	•
					1989	6	954,2	6	54
					2004	5	476,4	5	47
					2012	4	370,5	6	44

(Fortsetzung nächste Seite)

Die Gemeinschaftsredaktion Bayerischer Heimatzeitungsverleger mit der „Saale-Zeitung“ (Bad Kissingen) löste sich auf: Drei ihr angehörende Verlage (neben der „Saale-Zeitung“ die „Ostheimer Zeitung“ und „Die Kitzinger“) gingen publizistisch und wirtschaftlich eine Kooperation mit dem „Fränkischen Tag“ (Bamberg) ein; das „Meininger Tageblatt“ erneuerte die früher schon bestehende Zusammenarbeit mit dem „Freien Wort“ (Suhl). Coburgs „Neue Presse“ schloss die eigene politische Redaktion und übernimmt nunmehr den Mantel der „Frankenpost“ (Hof) – als Konsequenz aus der schon länger bestehenden Zusammenarbeit mit ihr und dem „Freien Wort“.

Die „Waldeckische Landeszeitung“ ist nun Mantelbezieher der „Oberhessischen Presse“ (Marburg), nachdem die Madsack-Gruppe sich an beiden Verlagen beteiligt hat.

Als weggefallene Publizistische Einheit ist schließlich das „Pinneberger Tageblatt“ zu nennen: Die eigenständige redaktionelle Bearbeitung des Mantels der Zeitungen des sh.z Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages („Flensburger Tageblatt“) wurde aufgegeben, der Mantel wird unverändert übernommen.

Dagegen hat das „Delmenhorster Kreisblatt“ (Auflage 17,9 Tsd. Stück) die seit Langem bestehende Kooperation mit seinen Mantellieferanten (früher „Nordwest Zeitung“, dann „Weser Kurier“) aufgegeben und zum 1. Juli 2011 eine Redaktion eingerichtet, die jetzt auch den politischen Teil der Zeitung in eigener Verantwortung erstellt. Zwei weitere „Publizistische Einheiten“ sind im Bereich Kaufzeitungen neu entstanden und von daher nur von begrenzter Relevanz für publizistische Vielfalt: Sowohl die „Dresdner Morgenpost“ als auch (nach Eigentümerwechsel) die Nürnberger Ausgabe der „Abendzeitung“ (München), nun mit dem neuen Titel „AZ Nürnberg“, weisen keine inhaltliche Übereinstimmung mit ihren früheren Partnern (für Dresden der „Berliner Kurier“) mehr auf.

Kooperierende Redaktionen, die weiterhin als Publizistische Einheiten gelten

Wenn kooperierende Redaktionen nach wie vor journalistische Eigenleistungen erbringen, die zu einem eigenen titelspezifischen Mantel führen, ist es in der Regel zulässig, sie auch weiterhin statistisch als „Publizistische Einheiten“ einzustufen. Das gilt für die zwischen 2008 und 2012 vereinbarte enge Zusammenarbeit zwischen „Schweriner Volkszeitung“ und „Nordkurier“ (Neubrandenburg), „General-Anzeiger“ (Bonn) und „Kölnischer Rundschau“, „Frankenpost“ (Hof), „Stuttgarter Nachrichten“ und „Freies Wort“ (Suhl), „Berliner Zeitung“, „Frankfurter Rundschau“, „Mitteldeutsche Zeitung“ (Halle) und „Kölner Stadt-Anzeiger“, „Aachener Zeitung“ und „Aachener Nachrichten“, zwischen den Titeln der Mediengruppe WAZ „WAZ“ (Essen), „NRZ“ (Essen) und „Westfälische Rundschau“ (Dortmund) sowie „Thüringer Allgemeine“ (Erfurt) und „Osthüringer Zeitung“ (Löbichau/Gera).

Abnahme der Verlage als Herausgeber

In der statistischen Kategorie „Verlage als Herausgeber“ (vgl. Tabellen 5 bis 7) ergibt sich für den Zeitabschnitt 2008 bis 2012 eine Zunahme um zwei, eine Abnahme um 22; aktuell beläuft sich die Bestandszahl auf 333.

② Publizistische Einheiten nach Ländern 1954 bis 2012 (Fortsetzung)

Land/Jahr	Publizist. Einheiten	Verkaufte Auflagen in Tsd	In Publizist. Einheiten kooperierende Verlage als Herausgeber	Ausgaben
BRD (alte Länder)				
1949	139	•	139	•
1954	225	13 365,3	624	1 500
1964	183	17 318,3	573	1 495
1967	158	18 042,8	535	1 416
1976	121	19 534,1	403	1 229
1981	124	20 436,3	392	1 258
1985	126	20 936,2	382	1 273
1989	119	20 284,5	358	1 344
DDR				
1954	38	•	39	•
1989	37	9 641,7	38	291
Deutschland gesamt				
1991	158	27 340,1	410	1 673
1993	137	25 365,5	384	1 601
1995	135	25 004,2	381	1 617
1997	135	24 580,2	371	1 582
1999	135	24 148,8	355	1 581
2001	136	23 676,9	356	1 584
2004	138	21 749,8	359	1 538
2006	136	21 020,1	352	1 524
2008	135	20 001,6	353	1 515
2012	130	18 213,3	333	1 532

Als Zugang sind zwei neue Lokalverlage der „Schwäbischen Zeitung“ (Leutkirch) für ihre Ausgaben in Bad Waldsee und Laupheim zu verzeichnen; nunmehr erscheinen alle Ausgaben dieser Zeitung in eigenen Lokalverlagen. Darüber hinaus haben seit 2008 keine weiteren Verlage Tochterunternehmen für die Herausgabe von örtlichen Ausgaben gegründet. Die „Passauer Neue Presse“ hat hingegen zwei ihrer bestehenden Lokalverlage zusammengelegt. Bei der „Sächsischen Zeitung“ (Dresden) und beim „Nordkurier“ (Neubrandenburg) blieb die Zahl der Lokalverlage zwar konstant, jedoch wurden Standorte der Tochterverlage geändert, bei der „Sächsischen Zeitung“ auch die Ausgaben den Tochterverlagen neu zugeordnet.

Unter die Abgänge fallen zunächst die schon erwähnten Zeitungsschließungen in Barsinghausen und Cottbus/Saarbrücken. Weiterhin ist ein Wegfall bzw. ein Erlöschen von tradierten Rechten von Herausgebern bei schon lange bestehender weitgehender Integration in die „geschäftsführende“ Zeitung zu verzeichnen, die den Titel nun als ihre eigene Ausgabe weiterführt: Das war im Berichtszeitraum Auslöser für den Übergang der „Acher-Rench-Zeitung“ (Oberkirch) zum „Offenburger Tageblatt“, der „Wertinger Zeitung“ zur „Augsburger Allgemeinen“, der „Tegernseer Zeitung“ zum

③ Publizistische Einheiten nach Auflagengrößeklassen 1954 bis 2012

Auflagengrößeklassen	1954 (Dez.)				1976 (Juli)				1989 (April)			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	225	100,0	13 365,3	100,0	121	100,0	19 534,1	100,0	119	100,0	20 284,5	100,0
davon bis 1 000	1	0,4	0,8	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	6	2,7	10,2	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	10	4,4	37,5	0,3	1	0,8	3,0	0,0	1	0,8	3,0	0,0
5 001- 10 000	21	9,3	167,2	1,3	1	0,8	7,1	0,0	1	0,8	7,2	0,0
10 001- 20 000	38	16,9	550,1	4,1	5	4,1	83,6	0,4	6	5,0	94,2	0,5
20 001- 40 000	45	20,0	1 291,0	9,7	23	19,0	670,1	3,4	17	14,3	500,0	2,5
40 001- 60 000	36	16,0	1 747,3	13,0	16	13,2	821,3	4,2	11	9,2	514,8	2,5
60 001-100 000	33	14,7	2 568,3	19,2	17	14,1	1 307,9	6,7	19	16,0	1 442,9	7,1
100 001-150 000	17	7,6	2 023,7	15,1	16	13,2	1 907,7	9,8	20	16,8	2 491,9	12,3
150 001-200 000	11	4,9	1 864,1	14,0	16	13,2	2 755,5	14,1	17	14,3	2 994,3	14,8
200 001-250 000	4	1,8	877,0	6,6	11	9,1	2 491,8	12,8	10	8,4	2 276,1	11,2
über 250 000	3	1,0	2 228,1	16,7	15	12,4	9 485,5	48,6	17	14,3	9 960,4	49,1
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	DDR 1989 (Okt.)				2012 (März)			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	37	100,0	9 641,7	100,0	130	100,0	18 213,3	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	1	0,8	1,5	0,0
2 001- 5 000	1	2,7	2,4	0,0	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	1	0,8	5,2	0,0
10 001- 20 000	1	2,7	18,4	0,2	8	6,2	120,1	0,7
20 001- 40 000	8	21,6	236,0	2,4	13	10,0	434,1	2,4
40 001- 60 000	2	5,4	113,2	1,2	14	10,8	689,9	3,8
60 001-100 000	5	13,5	358,4	3,7	24	18,4	2 007,1	11,0
100 001-150 000	1	2,7	114,0	1,2	34	26,2	4 280,9	23,5
150 001-200 000	1	2,7	178,5	1,9	15	11,5	2 672,7	14,7
200 001-250 000	5	13,5	1 062,9	11,0	9	6,9	1 986,7	10,0
über 250 000	13	35,1	7 557,9	78,4	11	8,4	6 015,1	33,0
ohne Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-

Gründe für die Abnahme der Verlage als Herausgeber

Vorausgegangene Eigentumswechsel und Fortführung als Ausgabe des übernehmenden Verlages bilden die Grundlage für die Streichung dieser bisher in der Kategorie „Verlage als Herausgeber“ gezählten Titel: „Bayerische Rundschau“ (Kulmbach) zum „Fränkischen Tag“ (Bamberg), „Gelnhäuser Tageblatt“ und „Usinger Anzeiger“ zum „Gießener Anzeiger“, „Schlitzer Bote“ zur „Fuldaer Zeitung“, „Ahleener Zeitung“ zu den „Westfälischen Nachrichten“

(Münster), „Neuß-Grevenbroicher Zeitung“ zur „Rheinischen Post“ (Düsseldorf), „Bürstädter Zeitung“ zur „Allgemeinen Zeitung“ (Mainz). In den sh.z Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag (Flensburg) wurden als dessen Ausgaben der „Ostholsteiner Anzeiger“ (Eutin) und die „Elmshorner Nachrichten“ übernommen.

Die bisher hier vorgestellten Veränderungen auf dem deutschen Zeitungsmarkt haben Eingang in die aktuelle Zeitungsstatistik gefunden, die damit dessen Stand von Mitte März 2012 abbildet. Änderungen der Besitzverhältnisse schlagen sich darin nur dann nieder, wenn sich zugleich das Angebot ändert oder der übernommene Verlag nicht weitergeführt wird. Diese Folgewirkung ging jedoch nur von den wenigen, hier genannten Fällen aus. Viele weitere Eigentumswechsel, auch wenn sie statistisch nicht relevant sind, sind aber für die Entwicklung der Zeitungen in Deutschland gleichfalls von erheblicher Bedeutung. Hierunter fielen im Berichtszeitraum zahlreiche Zeitungübernahmen bzw. der Erwerb relevanter Beteiligungen, über die die Fachpresse berichtete und die in Tabelle 8 zusammengefasst sind. (7)

Änderungen der Besitzverhältnisse

④ Publizistische Einheiten nach Ländern und Auflagengrößeklassen 2012

Auflagengrößeklassen	Baden-Württemberg				Bayern				Berlin				Brandenburg			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	17	100,0	1 953,6	100,0	22	100,0	2 655,8	100,0	11	100,0	3 674,5	100,0	3	100,0	332,5	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	4	18,2	66,5	2,5	1	9,1	14,0	0,4	-	-	-	-
20 001- 40 000	3	17,7	116,1	5,9	2	9,1	54,8	2,1	1	9,1	35,7	1,0	-	-	-	-
40 001- 60 000	3	17,7	136,0	7,0	1	4,5	46,9	1,8	1	9,1	53,2	1,4	-	-	-	-
60 001-100 000	2	11,8	179,1	9,2	4	18,2	325,7	12,3	1	9,1	76,0	2,1	1	33,3	90,7	27,3
100 001-150 000	6	35,3	806,4	41,3	7	31,9	893,9	33,7	4	36,4	499,8	13,6	2	66,7	241,8	72,7
150 001-200 000	1	5,9	172,6	8,8	-	-	-	-	2	18,2	324,4	8,8	-	-	-	-
200 001-250 000	1	5,9	217,4	11,1	1	4,5	247,8	9,3	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	1	5,9	326,0	16,7	3	13,6	1 020,2	38,4	1	9,1	2 671,4	72,7	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Bremen				Hamburg				Hessen				Mecklenburg-Vorpommern			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	2	100,0	278,3	100,0	4	100,0	452,1	100,0	13	100,0	1 232,3	100,0	3	100,0	318,9	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	1	25,0	35,8	7,9	1	7,7	23,2	1,9	-	-	-	-
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-	5	38,4	243,4	19,8	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-	4	30,8	308,9	25,1	2	66,7	175,2	54,9
100 001-150 000	1	50,0	117,4	42,2	2	50,0	206,0	45,6	1	7,7	120,1	9,7	1	33,3	143,7	45,1
150 001-200 000	1	50,0	160,9	57,8	-	-	-	-	1	7,7	181,4	14,7	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	1	25,0	210,3	46,6	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,7	355,3	28,8	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Niedersachsen				Nordrhein-Westfalen				Rheinland-Pfalz				Saarland			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	11	100,0	1 335,2	100,0	22	100,0	3 144,8	100,0	5	100,0	664,1	100,0	1	100,0	144,3	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 001- 20 000	2	18,2	28,2	2,1	-	-	-	-	1	20,0	11,4	1,7	-	-	-	-
20 001- 40 000	2	18,2	68,6	5,1	1	4,5	34,8	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	1	9,1	54,4	4,1	3	13,6	156,0	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	1	9,1	84,8	6,4	4	18,2	309,9	9,9	1	20,0	89,3	13,4	-	-	-	-
100 001-150 000	1	9,1	102,5	7,7	6	27,3	766,3	24,4	1	20,0	138,0	20,8	-	-	-	-
150 001-200 000	1	9,1	169,9	12,7	4	18,2	720,3	22,9	1	20,0	197,3	29,7	1	100,0	144,3	100,0
200 001-250 000	2	18,2	421,7	31,6	2	9,1	443,4	14,1	1	20,0	228,1	34,3	-	-	-	-
über 250 000	1	9,1	405,1	30,3	2	9,1	714,1	22,7	-	-	-	-	-	-	-	-

(Fortsetzung nächste Seite)

④ **Publizistische Einheiten nach Ländern und Auflagengrößeklassen 2012 (Fortsetzung)**

Auflagengrößeklassen	Sachsen				Sachsen-Anhalt				Schleswig-Holstein			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	5	100,0	817,0	100,0	2	100,0	407,4	100,0	5	100,0	432,0	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	1	20,0	1,5	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	5,2	1,2
10 001- 20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	27,3	6,3
40 001- 60 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	1	20,0	94,5	11,6	-	-	-	-	1	20,0	99,1	22,9
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	100,7	23,3
150 001-200 000	1	20,0	198,0	24,2	1	50,0	189,4	46,5	1	20,0	199,7	46,2
200 001-250 000	-	-	-	-	1	50,0	218,0	53,5	-	-	-	-
über 250 000	2	40,0	523,0	64,0	-	-	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößeklassen	Thüringen				Deutschland gesamt			
	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	Publ. Einh.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	4	100,0	370,5	100,0	130	100,0	18 213,3	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	1	0,8	1,5	0,0
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	1	0,8	5,2	0,0
10 001- 20 000	-	-	-	-	8	6,2	120,1	0,7
20 001- 40 000	1	25,0	37,8	10,2	13	10,0	434,1	2,4
40 001- 60 000	-	-	-	-	14	10,8	689,9	3,8
60 001-100 000	2	50,0	173,9	46,9	24	18,4	2 007,1	11,0
100 001-150 000	-	-	-	-	34	26,2	4 280,9	23,5
150 001-200 000	1	25,0	158,8	42,9	15	11,5	2 672,7	14,7
200 001-250 000	-	-	-	-	9	6,9	1 986,7	10,0
über 250 000	-	-	-	-	11	8,4	6 015,1	33,0

Zeitungsverlage versuchen, Marktposition im eigenen Verbreitungsgebiet zu festigen

Seit Jahrzehnten ist die Strategie deutscher Zeitungsverlage zu beobachten, eher im eigenen Verbreitungsgebiet die Marktposition zu festigen als sich durch dessen Ausdehnung zusätzlichem Wettbewerb auszusetzen. Dies lässt sich auch für den aktuellen Untersuchungszeitraum belegen: Die „Badische Zeitung“ startete eine eigene Ausgabe für Offenburg, der „Donaukurier“ für Neuburg (Donau) – also einen Vorstoß in die Kreisstadt, nachdem zuvor nur Teile der jeweiligen Kreise, nämlich frühere Altkreise, mit Ausgaben abgedeckt wurden. Die „Nürnberger Zeitung“ erscheint nun auch mit Ausgaben für Forchheim und Höchststadt unter Verwendung der entsprechenden Lokalteile der „Nürnberger Nachrichten“. Das „Hamburger Abendblatt“ deckt mit zwei neuen Ausgaben auch die Landkreise Stade und Lüneburg ab. Der „Nordbayerische Kurier“ (Bayreuth) bringt eine Ausgabe für Kulmbach heraus, seit die „Frankenpost“ (Hof) sich von dort zurückgezogen hat.

Zu den generell häufigeren Fällen einer Verkleinerung von bestehenden Verbreitungsgebieten zählen folgende Fälle: Auf die Ausgabe für Moosburg hat der „Münchner Merkur“ verzichtet. Die Ausgabe Bad Kissingen des „Volksblattes“ (Würzburg) wie die Ausgabe Gemünden des „Main Echos“ (Aschaffenburg) erscheinen nicht mehr. Der vor einigen Jahren unternommene Versuch der „Wetzlarer Neuen Zeitung“, auch in Marburg mit einer „Marburger Neuen Zeitung“ präsent zu sein, wurde am 30. September 2010 erfolglos beendet. Der „Soester Anzeiger“ stellte seine Ausgabe „Mendener Zeitung“ am 30. März 2010 ein. Dort konnte deshalb die „Westfalenpost“ ihre Marktposition ausbauen – auch mit einer zusätzlichen Ausgabe für Balve. Sie hatte sich umgekehrt schon zum 30. Juni 2009 aus Soest und Werl zurückgezogen – zum Vorteil des weiter dort präsenten „Soester Anzeigers“.

Verkleinerung bestehender Verbreitungsgebiete

Angesichts dieser Liste abgewickelter lokaler publizistischer Angebote muss es deshalb überraschen, dass die Zahl der von den Verlagen herausgebrachten Ausgaben wieder gestiegen ist. Da diesmal – gegen den langfristigen Trend – Ausdehnung oder Verkleinerung der Verbreitungsgebiete sich etwa ausgleichen, kann sich diese positive Entwicklung

Dennoch ist Zahl der Ausgaben gestiegen

⑤ Verlage als Herausgeber nach Ländern 1954 bis 2012

Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd.	Land/Jahr	Verlage als Herausgeber	Ausgaben	Verk. Aufl. in Tsd.
Baden-Württemberg				Nordrhein-Westfalen			
1954	111	243	1 597,3	1954	108	405	2 811,5
1967	94	237	1 847,6	1967	79	349	3 603,0
1989	63	209	2 316,7	1989	54	420	4 591,5
2004	70	222	2 109,1	2004	51	395	3 760,3
2012	70	237	1 924,0	2012	45	362	3 144,8
Bayern				Rheinland-Pfalz			
1954	148	317	2 071,3	1954	36	101	647,2
1967	127	304	2 241,1	1967	29	78	661,0
1989	90	267	2 959,2	1989	13	60	770,8
2004	74	248	2 846,9	2004	9	67	746,5
2012	66	250	2 665,4	2012	9	65	673,3
Berlin				Saarland			
1954	10	23	785,3	1954	(4)	•	•
1967	7	10	850,3	1967	4	18	193,9
1989	6	9	667,1	1989	1	12	186,8
2004	10	23	1 143,0	2004	1	11	158,5
2012	11	65	3 664,7	2012	1	11	136,6
Berlin (Ost)				Sachsen			
1954	(9)	•	•	1954	(8)	•	•
1989	9	18	3 986,8	1989	8	69	1 898,4
Brandenburg				Sachsen-Anhalt			
1954	(5)	•	•	1954	(5)	•	•
1989	5	46	882,4	1989	4	53	1 138,0
2004	6	44	443,2	2004	4	42	549,4
2012	5	45	342,3	2012	4	44	423,7
Bremen				Schleswig-Holstein			
1954	4	4	175,3	1954	37	74	450,0
1967	4	6	244,1	1967	39	62	471,2
1989	3	18	273,3	1989	20	53	523,1
2004	3	27	226,6	2004	14	46	493,8
2012	2	30	205,7	2012	9	44	438,5
Hamburg				Thüringen			
1954	10	23	2 447,5	1954	(6)	•	•
1967	6	29	5 308,5	1989	6	54	954,2
1989	6	38	4 801,7	2004	6	48	491,1
2004	6	44	4 400,5	2012	6	44	370,5
2012	5	15	447,6	BRD (alte Länder)			
Hessen				1954			
1954	63	126	1 216,7	624	1 500	13 365,3	
1967	56	137	1 303,4	1967	534	1 415	18 042,8
1989	41	123	1 582,2	1989	357	1 343	20 281,7
2004	32	96	1 429,7	DDR			
2012	27	94	1 252,3	1954	39	•	•
Mecklenburg-Vorpommern				1989			
1954	(6)	•	•	38	291	9 641,7	
1989	6	51	781,9	Deutschland gesamt			
2004	4	36	396,3	2004	358	1 537	21 747,5
2012	7	35	318,9	2012	332	1 531	18 211,3
Niedersachsen				Ausland (Dänemark)			
1954	97	184	1 162,2	1954	•	•	•
1967	89	185	1 318,7	1967	1	1	•
1989	60	134	1 609,3	1989	1	1	2,8
2004	54	130	1 534,9	2004	1	1	2,3
2012	51	132	1 387,5	2012	1	1	2,0

(Fortsetzung nächste Seite)

⑦ Verlage als Herausgeber nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2012

Auflagengrößenklassen	Baden-Württemberg Verlage				Bayern Verlage				Berlin Verlage				Brandenburg Verlage			
	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	70	100,0	1 924,0	100,0	66	100,0	2 656,4	100,0	11	100,0	3 664,7	100,0	5	100,0	342,3	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	2	3,0	1,8	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	8	11,4	26,4	1,4	6	9,1	17,4	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	16	22,9	114,8	6,0	18	27,3	128,4	4,8	-	-	-	-	1	20,0	9,8	2,9
10 001- 20 000	20	28,6	276,7	14,4	15	22,7	209,9	7,9	1	9,1	14,0	0,4	-	-	-	-
20 001- 40 000	13	18,6	368,0	19,1	5	7,6	134,9	5,1	1	9,1	35,7	1,0	1	20,0	21,8	6,4
40 001- 60 000	4	5,7	187,9	9,8	4	6,1	176,8	6,7	1	9,1	53,2	1,5	-	-	-	-
60 001-100 000	5	7,1	429,9	22,3	8	12,1	586,8	22,1	1	9,1	76,0	2,1	2	40,0	175,6	51,3
100 001-150 000	4	5,7	520,3	27,0	6	9,1	778,9	29,3	4	36,4	490,0	13,4	1	20,0	135,1	39,5
150 001-200 000	-	-	-	-	1	1,5	189,7	7,1	2	18,2	324,4	8,9	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	1	1,5	431,8	16,3	1	9,1	2 671,4	72,9	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	Bremen Verlage				Hamburg Verlage				Hessen Verlage				Mecklenburg-Vorpommern Verlage			
	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	2	100,0	205,7	100,0	5	100,0	447,6	100,0	27	100,0	1 252,3	100,0	7	100,0	318,9	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	2	7,4	6,2	0,5	-	-	-	-
5 001- 10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	7	25,9	47,0	3,8	1	14,3	8,1	2,5
10 001- 20 000	-	-	-	-	2	40,0	31,3	7,0	5	18,5	69,4	5,5	1	14,3	13,1	4,1
20 001- 40 000	-	-	-	-	-	-	-	-	4	14,8	117,5	9,4	3	42,9	71,4	22,4
40 001- 60 000	1	50,0	44,8	21,8	-	-	-	-	4	14,8	198,7	15,9	-	-	-	-
60 001-100 000	-	-	-	-	-	-	-	-	2	7,4	181,7	14,5	1	14,3	82,6	25,9
100 001-150 000	-	-	-	-	2	40,0	206,0	46,0	1	3,7	120,1	9,6	1	14,3	143,7	45,1
150 001-200 000	1	50,0	160,9	78,2	-	-	-	-	1	3,7	156,4	12,5	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	1	20,0	210,3	47,0	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3,7	355,3	20,4	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	Niedersachsen Verlage				Nordrhein-Westfalen Verlage				Rheinland-Pfalz Verlage				Saarland Verlage			
	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %	als Hrsg.	in %	Verk. Aufl. in Tsd	in %
Insgesamt	51	100,0	1 387,5	100,0	45	100,0	3 144,8	100,0	9	100,0	673,3	100,0	1	100,0	136,6	100,0
davon bis 1 000	1	2,0	0,9	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	1	2,0	1,1	0,1	-	-	-	-	2	22,2	40,0	0,6	-	-	-	-
2 001- 5 000	3	5,9	10,4	0,7	2	4,4	9,0	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
5 001- 10 000	13	25,5	94,7	6,8	1	2,2	8,5	0,3	1	11,1	7,7	1,1	-	-	-	-
10 001- 20 000	12	23,5	167,7	12,1	8	17,8	126,5	4,0	2	22,2	29,4	4,4	-	-	-	-
20 001- 40 000	13	25,5	369,4	26,6	11	24,4	325,4	10,3	-	-	-	-	-	-	-	-
40 001- 60 000	3	5,9	136,1	9,8	5	11,1	241,4	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-
60 001-100 000	1	2,0	64,5	4,6	5	11,1	376,9	12,0	1	11,1	89,3	13,3	-	-	-	-
100 001-150 000	3	5,9	386,0	27,8	9	20,0	1 123,4	35,7	1	11,1	135,5	20,1	1	100,0	136,6	100,0
150 001-200 000	1	2,0	156,7	11,3	2	4,4	370,2	11,8	1	11,1	179,3	26,6	-	-	-	-
200 001-250 000	-	-	-	-	1	2,2	222,6	7,1	1	11,1	228,1	33,9	-	-	-	-
über 250 000	-	-	-	-	1	2,2	340,9	10,8	-	-	-	-	-	-	-	-

(Fortsetzung nächste Seite)

⑦ **Verlage als Herausgeber nach Ländern und Auflagengrößenklassen 2012 (Fortsetzung)**

Auflagengrößenklassen	Sachsen				Sachsen-Anhalt				Schleswig-Holstein				Thüringen			
	Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.	
	in %	in Tsd	in %	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in %	in Tsd	in %	
Insgesamt	14	100,0	824,5	100,0	4	100,0	423,7	100,0	9	100,0	438,5	100,0	6	100,0	370,5	100,0
davon bis 1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 001- 2 000	1	7,1	1,5	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 001- 5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	2	22,2	8,5	1,9	-	-	-	-
5 001- 10 000	4	28,6	33,5	4,1	-	-	-	-	1	11,1	5,2	1,2	-	-	-	-
10 001- 20 000	-	-	-	-	2	50,0	29,4	6,9	2	22,2	29,0	6,6	2	33,3	23,8	6,4
20 001- 40 000	1	7,1	26,0	3,2	-	-	-	-	1	11,1	27,3	6,2	1	16,7	37,8	10,2
40 001- 60 000	5	35,7	235,7	28,6	-	-	-	-	-	-	-	-	1	16,7	54,1	14,6
60 001-100 000	1	7,1	94,5	11,5	-	-	-	-	2	22,2	187,8	42,8	1	16,7	96,0	25,9
100 001-150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
150 001-200 000	1	7,1	162,2	19,7	1	25,0	189,4	44,7	1	11,1	180,7	41,2	1	16,7	158,8	42,9
200 001-250 000	-	-	-	-	1	25,0	204,9	48,4	-	-	-	-	-	-	-	-
über 250 000	1	7,1	271,1	32,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Auflagengrößenklassen	Deutschland gesamt				Ausland (Dänemark)				Deutschland mit Ausland gesamt			
	Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.		Verlage als Hrsg.		Verk. Aufl.	
	in %	in Tsd	in %	in %	in %	in Tsd	in %	in %	in %	in Tsd	in %	
Insgesamt	332	100,0	18 211,3	100,0	1	100,0	2,0	100,0	333	100,0	18 213,3	100,0
davon bis 1 000	3	0,9	2,7	0,0	-	-	-	-	3	0,9	2,7	0,0
1 001- 2 000	4	1,2	6,6	0,0	1	100,0	2,0	100,0	5	1,5	6,6	0,0
2 001- 5 000	23	6,9	77,9	0,4	-	-	-	-	23	6,9	77,9	0,4
5 001- 10 000	63	19,0	457,7	2,5	-	-	-	-	63	18,9	457,7	2,5
10 001- 20 000	72	21,7	1 020,2	5,6	-	-	-	-	72	21,6	1 020,2	5,6
20 001- 40 000	54	16,3	1 535,2	8,4	-	-	-	-	54	16,2	1 535,2	8,4
40 001- 60 000	28	8,4	1 328,7	7,3	-	-	-	-	28	8,4	1 328,7	7,3
60 001-100 000	30	9,0	2 441,6	13,5	-	-	-	-	30	9,0	2 441,6	13,4
100 001-150 000	33	9,9	4 175,6	22,9	-	-	-	-	33	9,9	4 175,6	22,9
150 001-200 000	13	3,9	2 228,2	12,2	-	-	-	-	13	3,9	2 228,7	12,2
200 001-250 000	4	1,2	865,9	4,8	-	-	-	-	4	1,2	865,9	4,8
über 250 000	5	1,5	4 070,5	22,4	-	-	-	-	5	1,5	4 070,5	22,4

zu mehr Ausgaben nur innerhalb bestehender Verbreitungsgebiete vollzogen haben. Das bedeutet: Die Zeitungen insgesamt haben das Angebot ihrer lokalen/regionalen Präsenz zwar weiter ausgebaut – doch auch hier stehen sich zwei Trends gegenüber: einerseits Schließung und Zusammenlegung, andererseits weitere Aufteilung von bereits bestehenden Ausgaben. Man kann es gut an einem Beispiel verdeutlichen: Die „WAZ. Westdeutsche Allgemeine“ (Essen) als auflagenstärkste Zeitung in Nordrhein-Westfalen hat die Zahl ihrer Ausgaben reduziert, die „Rheinische Post“ (Düsseldorf) als zweitgrößte Zeitung des Landes die Zahl erhöht.

Uneinheitliches Bild bei Stadtteilausgaben in Großstädten

Keine einheitlichen Befunde zeigen sich bei einer Untersuchung der in Großstädten angebotenen Stadtteilausgaben: In sieben Städten sind in den letzten Jahren solche sublokalen Angebote ersatzlos eingestellt worden, umgekehrt sind sie in vier Städten neu entstanden. Reduziert wurde ihre Zahl

in einer Stadt, sie stieg in zwei Städten. In fünf Städten erhöhte, in einer reduzierte sich die Erscheinenshäufigkeit, mit der Stadtteilseiten erscheinen. In zwei Städten schließlich kommen die Stadtteilbeilagen nur noch unregelmäßig heraus.

Bei den Angeboten für die Gebietskörperschaft Landkreise überwiegt das positive Bild: 39 Verlage haben ihr Angebot an lokalen Ausgaben erweitert, dagegen nur 14 es vermindert. Der Trend der Verlage, ihre Präsenz zu verstärken, ist unverkennbar; doch weder für die Zunahme noch für die Abnahme lassen sich regionale Übereinstimmungen und spezifische Aspekte erkennen (sieht man davon ab, dass von Schließungen bei zwei Titeln sogar sechs bzw. sieben Ausgaben betroffen waren).

Positive Entwicklung in den Landkreisen

Dem Beispiel der „Frankfurter Rundschau“, als Abonnementszeitung 2007 auf das Tabloidformat umzustellen, ist allein am 2. November 2009 das „Handelsblatt“ (Düsseldorf) gefolgt. Seit Juni 2009 bringt „Bild“ seine Münchner Ausgabe zusätzlich als City-Ausgabe auch in einer verkleinerten, jedoch textidentischen Version heraus, während das

Nur wenige Zeitungen erscheinen im Tabloidformat

Ⓑ Zeitungübernahmen 2008 bis 2012

	Übernehmende/sich beteiligende Zeitung	
„Norderneyer Badezeitung“	„Ostfriesen-Zeitung“ (Leer) / „General-Anzeiger“ (Rhauderfehn)	Oktober 2008
„Berliner Kurier“/ „Berliner Zeitung“	„Kölner Stadt-Anzeiger“ / „Kölnische Rundschau“	Januar 2009
„Hamburger Morgenpost“ (bisher Montgomery-Gruppe)		
„Neuß-Grevenbroicher Zeitung“	„Rheinische Post“ (Düsseldorf)	Februar 2009
„Schlitzer Bote“	„Fuldaer Zeitung“	Februar 2009
„Leipziger Volkszeitung“/ „Dresdner Neueste Nachrichten“ „Dresdener Morgenpost“	„Hannoversche Allgemeine“ (Madsack-Gruppe)	März 2009
„Pinneberger Tageblatt“ „Elmshorner Nachrichten“ „Kieler Nachrichten“ (bisher Axel Springer AG)	„Flensburger Tageblatt“ (sh.z)	März 2009
„Eberbacher Zeitung“ (nach Insolvenz)	„Rhein-Neckar-Zeitung“ (Heidelberg)	September 2009
„Westfalen-Blatt“ * (Bielefeld) (bisher Axel Springer AG)	Ippen-Gruppe „Westfälischer Anzeiger“ (Hamm)	November 2009
„Lübecker Nachrichten“ „Ostsee-Zeitung“ (Rostock) „Kieler Nachrichten“ *	„Hannoversche Allgemeine“ (Madsack-Gruppe)	Dezember 2009
„Selber Tageblatt“	„Frankenpost“ (Hof)	Januar 2010
„Saale-Zeitung“ (Bad Kissingen) „Die Kitzinger“ „Meininger Tageblatt“ (bisher WAZ-Gruppe)	„Fränkischer Tag“ (Bamberg)	Januar 2010
„Abendzeitung“ (Nürnberg)	Oschmann Verlag, weitergeführt als „AZ Nürnberg“	Februar 2010
„Main Post“ (Würzburg) (bisher Holtzbrinck-Gruppe)	„Augsburger Allgemeine“	Dezember 2010
„Oranienburger General-Anzeiger“ (bisher Ippen-Gruppe)	„Märkische Oderzeitung“ (Frankfurt/Oder)	Februar 2011
„Remscheider General-Anzeiger“	„Solinger Tageblatt“	Oktober 2011
„Westfalen-Blatt“ * (Bielefeld)	„Westfälische Nachrichten“ (Münster)	November 2011
„Oberhessische Zeitung“ (Alsfeld)/ „Lauterbacher Anzeiger“	„Gießener Anzeiger“	November 2011
„Südkurier“ (Konstanz) (bisher Holtzbrinck-Gruppe)	„Augsburger Allgemeine“	November 2011
„Märkische Allgemeine“ (Potsdam)	„Hannoversche Allgemeine“ (Madsack-Gruppe)	Januar 2012

* nur Minderheitsbeteiligung.

9 Druckorte der Zeitungen 2012

	Druck in eigener oder dem Verlag verbundener Druckerei	Druck in gemeinsamem Druckzentrum mehrerer Verlage	Druck in nicht mit dem Verlag verbundenen Druckereien
Verlage als Herausgeber			
Baden-Württemberg	39	10	21
Bayern	32	3	31
Berlin	8	-	3
Brandenburg	4	-	1
Bremen	2	-	-
Hamburg	1	-	4
Hessen	11	5	11
Mecklenburg-Vorpommern	6	-	1
Niedersachsen	24	-	27
Nordrhein-Westfalen	21	9	15
Rheinland-Pfalz	4	1	4
Saarland	1	-	1
Sachsen	11	-	3
Sachsen-Anhalt	2	-	2
Schleswig-Holstein	6	-	3
Thüringen	1	5	-
Dänemark	-	-	1
alle Verlage absolut	173	32	128
in %	52,0	9,6	38,4

Experiment einer „Berliner Morgenpost Kompakt“ im halben Nordischen Format 2011 nur eine kurze Episode blieb.

Nur noch knappe Mehrheit der Verlage druckt Zeitungen im eigenen Haus

Seit den frühen Anfängen des Zeitungswesens war es die Regel, Zeitungen am Ort ihres Erscheinens zu drucken. Das blieb lange weitgehend unveränderter Brauch. Erst das Ziel, über Kooperationen Kosten zu senken, führte dazu, Vor- und Nachteile der Produktion im eigenen Haus auf verlagseigenen Druckeinrichtungen als Kostenfaktor zu prüfen. Wie sich aus den Impressa der Zeitungen erkennen lässt, ist hier ein deutlicher Wandel eingetreten. Die Stichtagssammlung lässt es zu, zum ersten Mal für alle Zeitungsverlage die derzeit gängige Praxis zu ermitteln. (8) Im eigenen Haus (was auch rechtlich ausgegliederte Druckereien einschließt) stellen 52,0 Prozent aller Verlage ihre Zeitungen her. 38,4 Prozent der deutschen Zeitungsverlage lassen ihre Titel im Lohndruck bei anderen Druckereien herstellen. 9,6 Prozent der Verlage haben ihre Produktion in Druckzentren verlagert, an denen sie mit anderen Partnern beteiligt sind (vgl. Tabelle 9).

Keine Veränderungen in der Erscheinenshäufigkeit der Zeitungen

Veränderungen in der Erscheinenshäufigkeit der Zeitungen waren im Berichtszeitraum nicht zu beobachten. Der Versuch, bei sechsmal wöchentlichem Erscheinen die Nachrichtenlücke am Sonntag zu schließen, hat neben den Sonntagsausgaben, die Teil des Abonnements sind, auch vermehrt ein neues Angebot entstehen lassen: Die verteilte

Sonntagszeitung. Das sind vom Typ her Anzeigenblätter, mit denen Verlage Leser wie Nichtleser ihrer Zeitungen ansprechen wollen. Solche Sonntagsblätter sind als eigene Kategorie in die Tabellen 10 und 11 zur Erscheinenshäufigkeit aufgenommen worden, wenn sie drei Kriterien erfüllen: Verteilung am Sonntag, ein inhaltliches Angebot überörtlicher Berichterstattung über Ereignisse des Vortages (9), Verbindung über Titel oder Impressum zu den mit ihnen verbundenen Zeitungen. Derzeit verteilen 17 Zeitungen Sonntagsblätter im Verbreitungsgebiet von 44 ihrer Ausgaben.

Der Abwärtstrend bei den Zeitungsauflagen hat sich ungemindert fortgesetzt – jedoch bei den Kaufzeitungen deutlich stärker als bei den Abonnementzeitungen (vgl. Tabellen 12 und 13). Vor 30 Jahren gehörte fast jedes dritte verkaufte Stück zur Gruppe der Straßenverkaufszeitungen, während heute vier von fünf Zeitungsexemplaren ihre Leser über das Abonnement erreichen.

Die langfristigen Auflagenverluste der Kaufzeitungen, so bei „Bild“ etwa die Hälfte, beim „Express“ etwa drei Fünftel der früher abgesetzten Auflage, belegen, wie sehr gerade unterhaltende Teile des Zeitungsinhaltes durch intermediäre Konkurrenz an Leserinteresse verloren haben.

Am wenigsten von Auflagenverlusten waren die Abonnementzeitungen mit überwiegend überregionaler Verbreitung betroffen. Offensichtlich wirkt sich hier der höhere Anteil institutioneller Bezieher positiv aus. Bei den lokalen und regionalen Abonnementzeitungen zeigt die Auflagenstatistik ein

Weiterer Abwärtstrend bei den Zeitungsauflagen

Langfristige Auflagenverluste bei Kaufzeitungen

Überregionale Abonnementzeitungen am wenigsten betroffen

12 Publizistische Einheiten, Ausgaben und Auflagen nach Vertriebsformen 1954 bis 2012

Jahr	Publizistische Einheiten				Ausgaben				Verk. Aufl. in Tsd		Straßenverkaufs-		
	Abonnement- zeitungen		Straßenverkaufs- zeitungen		Abonnement- zeitungen		Straßenverkaufs- zeitungen		Abonnement- zeitungen		zeitungen		
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	
1954	213	94,7	12	5,3	1 483	99,1	17	0,9	10 867,0	81,3	2 498,3	18,7	
1964	172	93,9	11	6,1	1 472	98,5	23	1,5	11 906,1	68,8	5 412,2	31,2	
1967	148	93,7	10	6,3	1 393	98,4	23	1,6	12 076,5	66,8	5 966,3	33,2	
1976	113	93,4	8	6,6	1 194	97,2	35	2,8	13 256,8	67,9	6 277,3	32,1	
1979	114	93,4	8	6,6	1 198	96,6	42	3,4	13 994,1	68,0	6 551,3	32,0	
1981	117	94,4	7	5,6	1 218	96,8	40	3,2	14 231,2	69,6	6 205,1	30,4	
1983	118	94,4	7	5,6	1 221	97,3	34	2,7	14 311,2	67,5	6 885,0	32,5	
1985	119	94,4	7	5,6	1 238	97,2	35	2,7	14 343,3	68,5	6 592,9	31,5	
1987	114	94,2	7	5,8	•	•	•	•	14 534,4	70,2	6 181,2	29,8	
1989	BRD	113	95,0	6	5,0	1 312	97,6	32	2,4	14 681,4	72,4	5 603,1	27,6
	DDR	37	97,4	1	2,6	290	99,7	1	0,3	9 436,9	97,9	204,8	2,1
1991		147	93,0	11	7,0	1 626	97,2	47	2,8	20 455,1	74,8	6 885,0	25,2
1993		129	94,2	8	5,8	1 551	96,9	50	3,1	19 203,6	75,7	6 161,9	24,3
1995		128	94,8	7	5,2	1 570	97,0	47	3,0	19 068,5	76,3	5 935,7	23,7
1997		128	94,8	7	5,2	1 535	97,0	48	3,0	18 711,5	76,1	5 868,7	23,9
1999		128	94,8	7	5,2	1 538	97,3	43	2,7	18 329,8	75,9	5 819,0	24,1
2001		129	94,9	7	5,1	1 541	97,3	43	2,7	17 982,5	75,9	5 694,4	24,1
2004		127	92,0	11	8,0	1 484	96,5	54	3,5	16 745,0	77,0	5 004,8	23,0
2006		126	92,6	10	7,4	1 467	96,3	57	3,7	16 121,4	76,7	4 898,7	23,3
2008		126	93,3	9	6,7	1 460	96,4	55	3,6	15 528,8	77,6	4 472,8	22,4
2012		120	92,3	10	7,7	1 471	96,0	61	4,0	14 545,7	79,9	3 667,6	20,1

13 Abonnementzeitungen nach Verbreitungsgebiet 1989 bis 2012

Jahr	Publiz. Einheiten		Verlage als Hrsg.		Ausgaben		Verk. Aufl. in Tsd.		
	abs.	in % ¹⁾	abs.	in % ¹⁾	abs.	in % ¹⁾	abs.	in % ¹⁾	
Abonnementzeitungen mit überwiegend überregionaler Verbreitung									
1989									
	BRD	5	4,4	7	2,0	11	0,8	691,6	4,7
	DDR	7	19,4	7	18,9	16	5,5	3 342,9	35,4
1991		10	6,8	12	3,0	23	1,4	1 089,0	5,3
1993		7	5,4	7	1,9	13	0,8	828,8	4,3
1995		6	4,7	6	1,6	18	1,1	764,0	4,0
1997		6	4,7	6	1,7	17	1,1	783,4	4,2
1999		6	4,7	6	1,7	18	1,2	793,1	4,3
2001		8	6,2	8	2,3	21	1,4	1 037,3	5,8
2004		8	6,3	8	2,3	19	1,3	950,2	5,7
2006		8	6,3	8	2,4	16	1,1	933,9	5,8
2008		8	6,3	8	2,4	15	1,0	919,7	5,9
2012		8	6,7	8	2,5	18	1,2	876,8	6,0
Abonnementzeitungen mit überwiegend lokaler/regionaler Verbreitung									
1989									
	BRD	108	95,6	343	98,0	1 301	99,2	13 989,8	95,3
	DDR	29	80,6	30	81,1	274	94,5	6 094,0	64,6
1991		137	93,2	385	97,0	1 603	98,6	19 366,1	94,7
1993		122	94,6	366	98,1	1 538	99,2	18 374,8	95,7
1995		122	95,3	365	98,4	1 552	98,9	18 304,5	96,0
1997		122	95,3	355	98,3	1 518	98,9	17 928,1	95,8
1999		122	95,3	339	98,3	1 520	98,8	17 536,7	95,7
2001		121	93,8	338	97,7	1 520	98,6	16 945,2	94,2
2004		119	93,7	337	97,7	1 465	98,7	15 795,8	94,3
2006		118	93,7	330	97,6	1 451	98,9	15 187,5	94,2
2008		118	93,6	332	97,6	1 445	99,0	14 609,1	94,1
2012		112	93,3	314	97,5	1 453	98,8	13 668,9	94,0

1) Basis: alle Abonnementzeitungen.

sehr differenziertes Bild: Verluste bei wenigen Zeitungen von mehr als 40 Prozent sind nach wie vor eher eine Ausnahme und stehen im Kontrast zu anderen Titeln, die seit Jahren einen fast gleichbleibenden Absatz verzeichnen. Damit drängt sich die Frage auf, wieweit journalistische Qualität mit Lesererwartungen korrespondiert und für den wirtschaftlichen Erfolg ausschlaggebend ist.

**„Lokales nach vorn“
als Erfolgsrezept?**

Kann das schon seit Langem empfohlene Konzept „Lokales nach vorn“ (10) Akzeptanz fördern? Die Antwort fällt schwer: Mit ausschließlich lokal informierenden Titelseiten und lokaler Berichterstattung als erstes Buch bringen 38 Verlage ihre Ausgaben heraus (darunter als einziges größeres Zeitungshaus die „Hessische/Niedersächsische Allgemeine“ in Kassel für jede ihrer 16 Ausgaben), bei zwölf weiteren Zeitungen sind die Titelseiten überwiegend lokal orientiert.

**Auflagenverluste vor
allem in östlichen
Bundesländern und
in Ballungsgebieten**

Wie eine regionalbezogene Darstellung der Auflagenentwicklung (Tabelle 14) zeigt, ist sie in den Ländern durchaus unterschiedlich verlaufen. Von den stärksten Rückgängen sind deutlich Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen betroffen – ganz offensichtlich sowohl eine Folge der Abwanderung als auch geringeren wirtschaftlichen Wachstums. Im alten Bundesgebiet lassen sich mehr noch als ein Nord-Süd-Gefälle Vorteile für Zeitungen in den Ländern erkennen, deren Fläche durch eher ländliche Räume bestimmt wird. Titelbezogen lässt sich das weiter belegen: Vor allem in Ballungsgebieten und Großstädten sind die Auflagenverluste schmerzlich und – angesichts dort stärker vertretener konkurrierender Informationsmöglichkeiten – wohl auch nicht umkehrbar. Je kleiner und überschaubarer die kommunalen Einheiten sind, umso mehr können Zeitungen auch in ihrer traditionellen Ausprägung ortsbezogene Kommunikation vermitteln. Das weist zurück auf das wesentliche Ergebnis der aktuellen Erhebung, wonach der Zuwachs an Ausgaben auf die Teilung bestehender Ausgaben zurückzuführen ist, um sowohl lokalen Interessen der Leser als auch gezielten Anzeigenschaltungen der Werbungtreibenden besser entsprechen zu können.

Für auf kleinere Verbreitungsgebiete zugeschnittene Ausgaben mit der Konsequenz einer niedrigeren Auflage stellt sich jedoch die Frage nach ihrem wirtschaftlichen Erfolg. In der Stichtagssammlung 2012 finden sich vereinzelt auch Ausgaben mit einer Auflage von unter 1000 Stück, in zwei Fällen liegt sie bei nur 100 Exemplaren. Als Beiträge zu publizistischer Vielfalt können sie kaum gelten, wenn sie unter Voraussetzungen erbracht werden, die Vielfalt eher wieder einschränken: Textübernahme von nur scheinbar konkurrierenden Titeln oder als Produkte aus unzureichend ausgestatteten Redaktionen. (11) Auf die Zeitungsvielfalt wirkt sich diese Art von Verlagspolitik jedoch nicht aus; sie erhöht lediglich die Brutto-Zeitungsdichte, also die Zahl der in den Gebietskörperschaften Kreisfreie Städte/Landkreise insgesamt angebotenen Ausgaben von Tageszeitungen. Hier liegen an der Spitze die Region Hannover mit 20 Ausgaben, der Kreis

14 Auflagenentwicklung nach Ländern und Zeitungsgruppen 2004 bis 2012

in %, bezogen auf 2004=100

	2004	2006	2008	2012
Abonnementzeitungen mit örtlicher/ regionaler Verbreitung				
nach Ländern				
Baden-Württemberg	100,0	97,5	95,2	91,2
Bayern	100,0	98,5	97,0	93,9
Berlin	100,0	98,8	94,7	81,1
Brandenburg	100,0	91,4	84,4	77,2
Bremen	100,0	97,4	94,8	90,8
Hamburg	100,0	93,9	91,4	77,6
Hessen	100,0	92,4	89,2	82,1
Mecklenburg-Vorpommern	100,0	94,0	88,5	80,5
Niedersachsen	100,0	98,2	95,4	90,4
Nordrhein-Westfalen	100,0	95,3	90,4	83,9
Rheinland-Pfalz	100,0	96,8	93,8	90,2
Saarland	100,0	94,4	90,3	86,2
Sachsen	100,0	93,0	86,9	79,5
Sachsen-Anhalt	100,0	92,0	85,5	77,1
Schleswig-Holstein	100,0	98,1	94,9	89,2
Thüringen	100,0	91,3	84,4	75,4
gesamt	100,0	96,1	92,4	86,5
Abonnementzeitungen mit überregionaler Verbreitung				
	100,0	98,3	96,8	92,3
Abonnementzeitungen sprachlicher Minderheiten				
	100,0	87,9	85,6	81,5
Straßenverkaufszeitungen				
	100,0	97,9	89,4	73,3
alle Zeitungen gesamt				
	100,0	96,6	92,0	83,7
verkaufte Auflage				
	21 749,8	21 020,1	20 001,6	18 213,3

Unna mit 18, der Landkreis Ludwigsburg mit 16 und die Kreise Mettmann, Märkischer Kreis und Recklinghausen mit je 15 Ausgaben.

Maßgebend für das Angebot an Zeitungen, zwischen denen der Leser eine Auswahl treffen kann, ist die „Netto-Zeitungsdichte“ (vgl. Tabellen 15 und 16), also die reale Zahl der miteinander im Wettbewerb stehenden Ausgaben, zu denen – ungeachtet aller Vorbehalte gegenüber Form und Inhalt – dann auch die lokalen Ausgaben von Kaufzeitungen gehören (mit der Konsequenz einer erhöhten Zahl für die Zeitungsdichte in Großstädten). Durch Zeitungsschließungen und Einstellung von Ausgaben ist sie in den letzten vier Jahren weiter, wenn auch nur geringfügig, zurückgegangen – unbeeinflusst davon, dass durch Zusammenlegung von Landkreisen in Mecklenburg-Vorpommern sich die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise dort absolut halbiert hat. Für das Bundesgebiet beträgt die Zeitungsdichte im Jahr 2012 zwar unverändert 1,5, doch der Anteil derjenigen, die in Gebieten mit ört-

**Geringfügiger
Rückgang der Netto-
Zeitungsdichte**

15 Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1954 bis 2012

Jahr ¹⁾	Kreisfreie Städte/Kreise													
	gesamt		davon: mit Zeitungsdichte											
	abs.	in %	1 abs.	1 in %	2 abs.	2 in %	3 abs.	3 in %	4 abs.	4 in %	5 abs.	5 in %	6 abs.	6 in %
1954	558	100,0	85	15,2	162	29,0	190	34,1	89	15,9	28	5,0	2	0,4
1967	564	100,0	145	25,7	228	40,4	152	27,0	35	6,2	3	0,5	-	-
1979	331	100,0	150	45,3	133	40,2	38	11,5	5	1,5	4	1,2	-	-
1989	328	100,0	160	48,8	132	40,2	28	8,5	2	0,6	5	1,5	-	-
2004	439	100,0	256	58,3	154	35,1	18	4,1	4	0,9	2	0,5	4	0,9
2006	439	100,0	261	59,4	150	34,2	17	3,9	4	0,9	3	0,7	3	0,7
2012	402	100,0	236	58,7	142	35,3	14	3,5	5	1,2	1	0,2	3	0,7

Jahr ¹⁾	Kreisfreie Städte/Kreise									
	7		8		9		10		Zeitungsdichte Ø	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %		
1954	-	-	1	0,2	-	-	1	0,2	2,7	
1967	-	-	1	0,2	-	-	-	-	2,2	
1979	1	0,3	-	-	-	-	-	-	1,7	
1989	1	0,3	-	-	-	-	-	-	1,7	
2004	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1,5	
2006	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1,5	
2012	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1,5	

1) Bis 1989 BRD West, ab 2004 einschl. neue Bundesländer.

lichem Zeitungsmonopol leben, ist zwischen 2008 und 2012 von 42,4 auf 44,0 Prozent an der Gesamtbevölkerung weiter gestiegen (vgl. Tabelle 17). Eine Übersicht über das Zeitungsangebot in den deutschen Großstädten bietet Tabelle 18.

Über die Zeitungsdichte lässt sich die Marktposition der lokal und regional angebotenen Zeitungen ermitteln und damit festlegen, ob deren Verlage im jeweiligen Verbreitungsgebiet als Alleinanbieter, Erstanbieter oder nur in nachrangiger Position arbeiten. Aufgrund des kaum veränderten Zeitungsangebotes in Deutschland sind auch hier die Veränderungen nur marginal (vgl. Tabelle 19). Von 311 dieser Verlage sind 137 (= 44,1%) Alleinanbieter in ihrem Verbreitungsgebiet. Die Zahl der Erstanbieter ist mit 138 Verlagen (= 44,4%) fast gleich, während 36 Verlage (= 11,6%) nur in nachrangiger Marktposition tätig sind. Die Hälfte der Auflage (49,4%) wird in Gebieten ohne Zeitungswettbewerb verkauft. In der Rangfolge der größten Zeitungen im Bundesgebiet sind allerdings durch die unterschiedliche Auflagenentwicklung bei einzelnen Titeln Verschiebungen eingetreten (vgl. Tabelle 20).

Fazit

Verteilzeitungen, Umstellung auf Tabloidformate, Outsourcing in vielfältigen Varianten sind in der Vergangenheit als Möglichkeiten diskutiert worden, um den Folgen einer nun fortdauernden „Zeitungskrise“ zu begegnen. Die Ergebnisse der Zeitungsstichtagssammlung 2012 belegen nun zwei Möglichkeiten, Kosten zu senken und Akzeptanz zu gewinnen: Redaktionelle Kooperation muss nicht Vielfalt mindern, vielmehr kann die regional bezogene Redaktion zentral erarbeiteten journalistischen Materials auch weiterhin zu einer Zeitung mit eigenem Profil beitragen. Mit stärker ortsbezogenen Ausgaben werden die Leser in dem ihnen vertrauten Umfeld intensiv angesprochen. Die weitere Entwicklung wird zeigen, ob und wie sich solche Erwartungen erfüllen.

Wie kann der Zeitungskrise begegnet werden?

Anmerkungen:

- 1) Erstmalig Schütz, Walter J.: Zwischen Kooperation und Konzentration. Rückblick und Ausblick auf die deutsche Presse. In: Media Perspektiven 10/1974, S. 461-477; zuletzt Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2008. Zeitungsangebot und Wettbewerbssituation im Zeitungsmarkt kaum verändert. In: Media Perspektiven 9/2009, S. 454-485.
- 2) Zu Planung und Ablauf der Stichtagssammlung 2012 Vgl. Grimberg, Steffen: Zeitungen, Zeitungen und nochmals Zeitungen. In: journalist, 5/2012, S. 34-39; Lott, Sylvia: Stichtage. In: brand eins, 6/2012, S. 142-148; Grimberg, Steffen: Alles, was zählt. In: taz, die tageszeitung v. 14.7.2012, S. 39; als Dokumentation aller früheren Stichtagssammlungen Schütz, Walter J.: Zeitungen in Deutschland. Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949-2004. Berlin 2005, 2 Bände. Band 3 von Zeitungen in Deutschland wird 2013 erscheinen und die Titelaufnahme der Zeitungen der Stichtagssammlung 2012 enthalten.
- 3) Projektleitung: Prof. Dr. Wiebke Möhring, Prof. Dr. Helmut Scherer, Prof. Dr. Beate Schneider, Dr. Walter J. Schütz.

⑩ Zeitungsdichte nach Regierungsbezirken und Ländern 2012

	Kreisfreie Städte/Kreise															
	gesamt		davon: mit Zeitungsdichte													
	abs.	in %	1 abs.	in %	2 abs.	in %	3 abs.	in %	4 abs.	in %	5 abs.	in %	6 abs.	in %	10 abs.	in %
Baden-Württemberg	44	100,0	22	50,0	21	47,7	1	23,0	-	-	-	-	-	-	-	-
RB Stuttgart	13		5		7		1		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Karlsruhe	12		5		7		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Freiburg	10		6		4		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Tübingen	9		6		3		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Bayern	96	100,0	59	61,4	31	32,3	3	3,1	1	1,0	-	-	2	2,1	-	-
RB Oberbayern	23		14		7		-		-	-	-	-	2		-	-
RB Niederbayern	12		11		1		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Oberpfalz	10		8		1		1		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Oberfranken	13		7		4		2		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Mittelfranken	12		2		9		-		1		-	-	-	-	-	-
RB Unterfranken	12		4		8		-		-	-	-	-	-	-	-	-
RB Schwaben	14		13		1		-		-	-	-	-	-	-	-	-
Berlin	1	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100,0
Brandenburg	18	100,0	14	77,8	4	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bremen	2	100,0	1	50,0	-	-	1	50,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Hamburg	1	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100,0	-	-
Hessen	26	100,0	10	38,5	13	50,0	2	7,7	1	3,8	-	-	-	-	-	-
RB Darmstadt	14		2		9		2		1		-	-	-	-	-	-
RB Gießen	5		2		3		-		-		-	-	-	-	-	-
RB Kassel	7		6		1		-		-		-	-	-	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	8	100,0	7	87,5	1	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Niedersachsen	46	100,0	36	78,3	9	19,6	1	2,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Nordrhein-Westfalen	53	100,0	10	18,9	36	67,9	5	9,4	1	1,9	1	1,9	-	-	-	-
RB Düsseldorf	15		1		12		1		-		1		-	-	-	-
RB Köln	11		1		8		1		1		-		-	-	-	-
RB Münster	8		4		4		-		-		-		-	-	-	-
RB Detmold	7		1		5		1		-		-		-	-	-	-
RB Arnsberg	12		3		7		2		-		-		-	-	-	-
Rheinland-Pfalz	36	100,0	29	80,6	6	16,7	-	-	1	2,8	-	-	-	-	-	-
Saarland	6	100,0	6	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sachsen	13	100,0	9	69,2	2	15,4	1	7,7	1	7,7	-	-	-	-	-	-
Sachsen-Anhalt	14	100,0	10	71,4	4	28,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Schleswig-Holstein	15	100,0	10	66,7	5	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Thüringen	23	100,0	13	56,5	10	43,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Deutschland	402	100,0	236	58,7	142	35,3	14	3,5	5	1,2	1	0,2	3	0,7	1	0,2

17 Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise/Wohnbevölkerung nach Ländern 2012

Land/Jahr	Kreisfreie Städte/Kreise				davon: mit Zeitungsdichte 1				mit Zeitungsdichte 2 und mehr			
	gesamt abs.	in %	Wohnbevölkerung abs.	in %	gesamt abs.	in %	Wohnbevölkerung abs.	in %	gesamt abs.	in %	Wohnbevölkerung abs.	in %
Baden-Württemberg	44	100,0	1 075 880	100,0	22	50,0	4 662 467	43,3	22	50,0	6 091 413	56,6
Bayern	96	100,0	12 538 696	100,0	59	61,5	6 526 882	52,1	37	38,5	6 011 814	47,9
Berlin	1	100,0	3 460 725	100,0	-	-	-	-	1	100,0	3 460 725	100,0
Brandenburg	18	100,0	2 503 273	100,0	14	77,8	1 958 352	78,2	4	22,2	544 921	21,8
Bremen	2	100,0	660 706	100,0	1	50,0	113 366	17,2	1	50,0	547 340	82,8
Hamburg	1	100,0	1 786 448	100,0	-	-	-	-	1	100,0	1 786 448	100,0
Hessen	26	100,0	6 067 021	100,0	10	38,4	1 866 401	30,8	16	61,5	4 200 620	69,2
Mecklenburg-Vorpommern	8	100,0	1 642 327	100,0	7	87,5	1 439 592	87,7	1	12,5	202 735	12,3
Niedersachsen	46	100,0	7 918 293	100,0	36	78,3	5 663 330	71,5	10	21,7	2 254 963	28,4
Nordrhein-Westfalen	53	100,0	17 845 154	100,0	10	18,9	2 476 532	13,9	43	81,1	15 368 622	86,1
Rheinland-Pfalz	36	100,0	4 003 745	100,0	29	80,6	3 298 449	82,3	7	19,4	705 296	17,6
Saarland	6	100,0	1 017 567	100,0	6	100,0	1 017 567	100,0	-	-	-	-
Sachsen	13	100,0	4 149 477	100,0	9	69,2	2 615 886	63,0	4	30,8	1 533 591	37,0
Sachsen-Anhalt	14	100,0	2 335 006	100,0	10	71,4	1 659 107	71,1	4	28,6	675 899	28,9
Schleswig-Holstein	15	100,0	2 834 259	100,0	10	66,7	1 567 590	55,3	5	33,3	1 266 669	44,7
Thüringen	23	100,0	2 235 025	100,0	13	56,6	1 142 994	51,1	10	43,4	1 092 031	48,9
Deutschland	402	100,0	81 751 602	100,0	236	58,7	36 008 515	44,0	166	41,3	45 743 087	56,0

4) Um aus einer Stichtagssammlung verlässliche Daten zur Zeitungsstruktur zu gewinnen, ist deren Vollständigkeit unbedingte Voraussetzung. Mein Dank gilt daher den deutschen Zeitungsverlagen, die mir die erbetenen Exemplare zuschickten. Eine Ausnahme sind das „Vierheimer Tageblatt“ und die mit ihm verbundene „Speyer Morgenpost“, die eine Zusendung verweigerten und auch eine Bestellung unbeantwortet ließen. Beide Titel sind - anderweitig beschafft - mit abweichenden Erscheinungsdaten in der Stichtagssammlung vertreten.

Viele Rückfragen, vor allem aber die nach wie vor schwierige Ermittlung von titelbezogenen Auflageangaben, liefen parallel zur Ordnung und Verzeichnung der Zeitungen, deshalb bin ich auch für die weitgehende Auskunftsbereitschaft dankbar.

5) Das sind wie auch in der Vergangenheit stets weniger als zehn Fälle; 2012 handelt es sich um „Bild“, „Die Welt“, „Welt kompakt“ in der Axel Springer AG, „Berliner Morgenpost“ und „B. Z.“ in der Ullstein GmbH, „Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“ in der Berliner Verlag GmbH, „Kölner Stadt-Anzeiger“ und „Express“ in der DuMont Schauberg GmbH + Co KG.

6) Für Mitarbeit an Tabellen dieses Beitrags danke ich Dr. Markus Beiler (Hannover), dem Statistischen Bundesamt Wiesbaden für die Angaben über die Bevölkerungszahlen in den Gebietskörperschaften.

7) Nach Ende des Berichtszeitraums sind als Veränderungen zu registrieren: Das „Obermain-Tagblatt“ (Lichtenfels) wurde am 12. April 2012 von der „Main Post“ (Würzburg) übernommen und erscheint seit dem 1. Oktober 2012 auch mit deren Mantel. Die „Rheinische Post“ (Düsseldorf) erwarb im Mai 2012 die Mehrheit an der „Saarbrücker Zeitung“. Mit einer Niederlage des Bundeskartellamtes endete im Juni 2012 durch Entscheidung des Bundesgerichtshofs nach vier Jahren das Verfahren, mit dem die Kartellbehörde - meiner Ansicht nach in Verkennung der realen Wettbewerbssituation - die Beteiligung oder Übernahme des „Haller Tageblatts“ (Schwäbisch Hall) durch die „Südwest Presse“

(Ulm) untersagt hatte. Die „AZ Nürnberg“ stellte am 29. September 2012 ihr Erscheinen ein. Seit dem 1. Oktober 2012 kommen die Ausgaben der „Nürnberger Nachrichten“ und der „Nürnberger Zeitung“ mit identischen Regional- und Lokalteilen heraus. Seit Mai 2012 erscheint „Bild Hamburg“ auch in einer auf Tabloid-Format verkleinerten Ausgabe. Das „Trostberger Tagblatt“ wurde im Juli 2012 von der „Passauer Neuen Presse“ übernommen. Im November 2012 wurde das „Hamburger Abendblatt“ in die schon länger bestehende redaktionelle Zusammenarbeit zwischen „Die Welt“ und „Berliner Morgenpost“ einbezogen. Der „Vlothoer Anzeiger“, eine Ausgabe des „Mindener Tageblatts“, ist seit dem 1. Juli 2012 nur noch ein einmal wöchentlich erscheinender Lokaler Anzeiger. Die „Ruhr-Nachrichten“ (Dortmund) schließen zum Jahresende 2012 die beiden Ausgaben der „Münsterschen Zeitung“ in Rheine und Neuenkirchen/Wettringen. Die „Frankfurter Rundschau“ meldete am 13. November 2012 Insolvenz an. Der Aufsichtsrat von Gruner + Jahr beschloss die Einstellung von „Financial Times Deutschland“ zum 7. Dezember 2012.

8) Für die Lokalverlage größerer Regionalzeitungen wurde einheitlich als Druckort der des übergeordneten Verlages gewählt. Für Zeitungen, die an mehreren Orten gedruckt werden, gilt als Druckort der mit der Produktion des höchsten Auflagenanteils. Schließlich ist nicht auszuschließen, dass sich in einzelnen Fällen in die Kategorie Fremddruck eingruppierte Verlage auch der Kategorie Druckzentrum zuordnen ließen.

9) Das waren in der Stichtagswoche am Sonntag, 18. März 2012, etwa Vorberichte zur Wahl des Bundespräsidenten, die Biathlon-Weltmeisterschaft in Ruhpolding und die Ergebnisse der Samstagsspiele der Fußball-Bundesliga.

10) Vgl. Kieslich, Günter: Lokale Kommunikation. In: Publizistik 1/1972, S. 97f. und dazu Schütz, Walter J.: Zeitungsprognosen und Zeitungsentwicklung - historisch und aktuell. In: Jarren, Otfried/ Gerd G. Kopper/Gabriele Toepser-Ziegler (Hrsg.): Zeitung. Medium mit Vergangenheit und Zukunft. München 2000, S. 220f.

11) Das von Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2012. Konzentration erreicht Höchstwerte. In: Media Perspektiven 5/2012, S. 270 für Fehlentwicklungen im lokalen Zeitungsmarkt gewählte Beispiel „Hellwegener Anzeiger“ ist jedoch unzutreffend: Der „Hellwegener Anzeiger“

18 Zeitungsangebot in den deutschen Großstädten 2012

	Wohnbevölkerung in Tsd	Zeitungsverlage/ -verlagsgruppen		Zeitungen mit lokaler Berichterstattung für die betreffende Stadt		örtliche Besonderheiten
		am Ort tätig	am Ort ansässig	Abonnement- zeitungen	Kauf- zeitungen	
Aachen	258,7	1	1	2	-	
Augsburg	264,7	1	1	1	-	do in drei Stadtteilausgaben
Bergisch Gladbach	105,7	1	-	2	-	
<i>Berlin</i>	3 460,7	5	5	6	4	
Bielefeld	323,3	2	2	2	-	zwei Abozeitungen täglich eine Stadtteilausgabe, eine Abozeitung nicht täglich weitere drei Stadtteilausgaben
Bochum	374,7	2	-	2	-	eine Abozeitung mit täglicher Stadtteilausgabe plus ein- bis zweimal wöchentlich zwei weitere Stadtteilausgaben
Bonn	324,9	2	1	2	1	eine Abozeitung täglich zwei weitere Stadtteilausgaben
Bottrop	116,8	1	-	1	-	
Braunschweig	248,9	1	1	1	-	
<i>Bremen</i>	547,3	3	1	2	1	eine Abozeitung mo und do in sechs Stadtteilausgaben
Bremerhaven	113,7	1	1	1	-	
Chemnitz	243,2	2	1	1	2	
Cottbus	102,1	1	1	1	-	
Darmstadt	144,4	2	1	2	-	
Dortmund	580,4	2	1/(1)	3	-	eine Abozeitung täglich in drei Stadtteilausgaben
<i>Dresden</i>	523,1	3	1	2	2	eine Abozeitung fünfmal wöchentlich in vier Stadtteilausgaben
<i>Düsseldorf</i>	588,7	4	2	3	2	eine Abozeitung täglich weitere Stadtteilausgabe, di und fr in vier Stadtteilausgaben
Duisburg	489,6	2	-	3	-	zwei Abozeitungen mit zwei, eine mit einer täglichen Stadtteilausgabe
<i>Erfurt</i>	205,0	1	1	2	-	
Erlangen	105,6	1	-	2	-	
Essen	574,6	1	1	2	-	beide Abozeitungen viermal wöchentlich vier Stadtteilausgaben
Frankfurt am Main	679,7	3	2	3	2	eine Abozeitung mit täglicher Stadtteilausgabe
Freiburg im Breisgau	224,2	1	1	1	-	
Fürth	114,6	1	-	2	-	
Gelsenkirchen	258,0	1	-	1	-	tägliche weitere Stadtteilausgabe
Göttingen	121,1	1	1	1	-	
Hagen	188,5	1	(1)	2	-	beide Abozeitungen täglich weitere Stadtteilausgabe
Halle/Saale	233,0	2	1	1	1	
<i>Hamburg</i>	1 786,4	3	2	3	3	eine Abozeitung täglich mit Stadtteilausgabe; zwei weitere Stadtteilzeitungen in je eigenem Verlag
Hamm	181,8	1	1	1	-	
<i>Hannover</i>	522,7	2	1	2	1	beide Abozeitungen do in vier Stadtteilausgaben
Heidelberg	147,3	1	1	1	-	
Heilbronn	122,9	1	1	1	-	
Herne	164,8	1	-	1	-	täglich weitere Stadtteilausgabe
Hildesheim	102,8	1	1	1	-	
Ingolstadt	125,1	1	1	1	-	
Jena	105,1	1	-	2	-	
Karlsruhe	294,8	1	1	1	-	
Kassel	195,5	1	1	1	-	
<i>Kiel</i>	239,5	1	1	1	-	
Koblenz	106,4	1	1	1	-	
Köln	1 007,1	2	1	2	2	zwei Abozeitungen di und do in fünf Stadtteilausgaben
Krefeld	235,1	2	-	2	-	
Leipzig	522,9	2	1	1	1	Abozeitung fr in zwei Ausgaben
Leverkusen	160,8	1	-	1	-	
Ludwigshafen am Rhein	164,4	1	1	1	-	mi in zwei Stadtausgaben
Lübeck	210,2	1	1	1	-	

(Fortsetzung nächste Seite)

18 **Zeitungsangebot in den deutschen Großstädten 2012 (Fortsetzung)**

	Wohnbevölkerung in Tsd	Zeitungsverlage/ -verlagsgruppen		Zeitungen mit lokaler Berichterstattung für die betreffende Stadt		örtliche Besonderheiten
		am Ort tätig	am Ort ansässig	Abonnement- zeitungen	Kauf- zeitungen	
<i>Magdeburg</i>	231,5	2	1	1	1	Abozeitung di bis sa in vier Ausgaben für Stadt und Umland
<i>Mainz</i>	199,2	4	1	3	1	
Mannheim	313,2	1	1	1	-	mi und fr in vier Stadtteilausgaben
Mönchengladbach	258,0	2	-	2	-	eine Abozeitung fr in drei Stadtteilausgaben
Moers	105,5	2	-	3	-	
Mülheim a. d. Ruhr	167,3	1	-	2	-	
<i>München</i>	1 353,2	3	2	2	4	eine Abozeitung täglich in vier Stadtteilausgaben
Münster	279,8	2	1	2	-	zwei Abozeitungen täglich in drei Stadtteilausgaben
Neuss	151,4	2	-	2	-	
Nürnberg	505,7	3	2	2	2	beide Abozeitungen mi in zwei Stadtteilausgaben
Oberhausen	212,9	1	-	2	-	
Offenbach am Main	120,4	2	1	2	-	
Oldenburg i.O.	162,2	1	1	1	-	fr in drei Stadtteilausgaben
Osnabrück	164,1	1	1	1	-	
Paderborn	146,3	2	(1)	2	-	
Pforzheim	119,8	2	1	2	-	
<i>Potsdam</i>	156,9	2	1	2	-	
Recklinghausen	118,4	2	1	2	-	
Regensburg	135,5	1	1	1	-	
Remscheid	110,6	2	1	2	-	
Reutlingen	112,5	2	1	2	-	
Rostock	202,7	2	1	2	-	
<i>Saarbrücken</i>	175,7	1	1	1	-	
Salzgitter	102,4	1	-	1	-	
<i>Schwerin</i>	95,2	1	1	1	-	
Siegen	103,4	2	1	3	-	
Solingen	159,9	2	1	2	-	
<i>Stuttgart</i>	606,6	2	1	2	1	beide Abozeitungen dreimal wöchentlich vier weitere Stadtteilausgaben; zwei weitere Stadtteilzeitungen in eigenem Verlag
Trier	105,3	1	1	1	-	
Ulm	122,8	1	1	1	-	
<i>Wiesbaden</i>	276,0	3	1	3	1	
Wolfsburg	121,5	2	(1)	2	-	
Würzburg	133,8	1	1	2	-	
Wuppertal	349,7	1	-	1	-	nicht täglich in zwei Stadtteilausgaben

Landeshauptstädte = kursiv.

() = Eingeschränkte Verlagsfunktion in der betreffenden Stadt wegen Einbindung in eine Zeitungsgruppe.
Angaben über die Wohnbevölkerung (Stand: 31.12.2010) stellte das Statistische Bundesamt Wiesbaden bereit.

**19 Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen
mit örtlicher/regionaler Verbreitung nach Ländern 2012**

Land	Verlage als Herausgeber gesamt	davon überwiegend in		
		Alleinanbieter- position	Erstanbieter- position	nachrangiger Position
Baden-Württemberg				
Anzahl	70	28	35	7
Auflage in Tsd.	1 924,0	896,6	929,5	97,9
Auflage in %	100,0	46,6	48,3	5,1
Bayern				
Anzahl	62	33	24	5
Auflage in Tsd.	2 361,6	1255,0	1016,7	89,9
Auflage in %	100,0	53,1	43,1	3,8
Berlin				
Anzahl	3	-	1	2
Auflage in Tsd.	379,7	-	139,8	239,9
Auflage in %	100,0	-	36,8	63,2
Brandenburg				
Anzahl	5	3	1	1
Auflage in Tsd.	342,3	310,7	21,8	9,8
Auflage in %	100,0	90,8	6,4	2,9
Bremen				
Anzahl	2	2	-	-
Auflage in Tsd.	205,7	205,7	-	-
Auflage in %	100,0	100,0	-	-
Hamburg				
Anzahl	3	-	3	-
Auflage in Tsd.	241,6	-	241,6	-
Auflage in %	100,0	-	100,0	-
Hessen				
Anzahl	26	6	17	3
Auflage in Tsd.	897,0	339,8	519,4	37,8
Auflage in %	100,0	37,9	57,9	4,2
Mecklenburg-Vorpommern				
Anzahl	7	6	-	1
Auflage in Tsd.	318,9	310,8	-	8,1
Auflage in %	100,0	97,5	-	2,5
Niedersachsen				
Anzahl	51	27	21	3
Auflage in Tsd.	1387,5	900,5	423,9	63,1
Auflage in %	100,0	64,9	30,6	4,5
Nordrhein-Westfalen				
Anzahl	42	9	28	5
Auflage in Tsd.	2836,0	249,5	2184,1	406,4
Auflage in %	100,0	8,7	77,0	14,3
Rheinland-Pfalz				
Anzahl	9	3	5	1
Auflage in Tsd.	673,3	496,7	174,6	2,0
Auflage in %	100,0	73,8	25,9	0,3
Saarland				
Anzahl	1	1	-	-
Auflage in Tsd.	136,6	136,6	-	-
Auflage in %	100,0	100,0	-	-

(Fortsetzung nächste Seite)

19 Marktstellung der Verlage als Herausgeber deutscher Abonnementzeitungen mit örtlicher/regionaler Verbreitung nach Ländern 2012 (Fortsetzung)

Land	Verlage als Herausgeber gesamt	davon überwiegend in		
		Alleinanbieter- position	Erstanbieter- position	nachrangiger Position
Sachsen				
Anzahl	12	8	1	3
Auflage in Tsd.	728,5	678,8	9,9	39,8
Auflage in %	100,0	93,2	1,4	5,5
Sachsen-Anhalt				
Anzahl	4	3	-	1
Auflage in Tsd.	423,7	407,4	-	16,3
Auflage in %	100,0	96,2	-	3,8
Schleswig-Holstein				
Anzahl	8	5	-	3
Auflage in Tsd.	433,3	400,3	-	33,0
Auflage in %	100,0	92,4	-	7,6
Thüringen				
Anzahl	6	3	2	1
Auflage in Tsd.	370,5	161,5	171,2	37,8
Auflage in %	100,0	43,6	46,2	10,2
Deutschland insgesamt				
Abonnementzeitungen mit öffentlicher/regionaler Verbreitung				
Anzahl	311	137	138	36
Anteil in %	100,0	44,1	44,4	11,6
Auflage in Tsd.	13 660,2	6 745,9	5 832,5	1 081,8
Anteil in %	100,0	49,4	42,7	7,9
übrige Zeitungen				
Abonnementzeitungen im überregionaler Verbreitung				
Anzahl	8			
Auflage in Tsd.	876,8			
Abonnementzeitungen sprachlicher Minderheiten				
Anzahl	3			
Auflage in Tsd.	8,7			
Straßenverkaufszeitungen				
Anzahl	11			
Auflage in Tsd.	3 667,6			
alle Zeitungen gesamt				
Anzahl	333			
Auflage in Tsd.	18 213,3			

20 Rangfolge der Verlage als Herausgeber deutscher Tageszeitungen nach Auflagenhöhe 2012¹⁾

Rangplatz	Verlage als Herausgeber	Standort	Auflage in Tsd	Rangplatz	Verlage als Herausgeber	Standort	Auflage in Tsd
1	Bild*	Berlin	2671,4	39	Nürnberger Nachrichten	Nürnberg	127,8
2	Süddeutsche Zeitung	München	431,8	40	Abendzeitung*	München	126,3
	[WAZ. Westdeutsche Allgemeine	Essen	373,2]	41	Main Post	Würzburg	122,5
3	Frankfurter Allgemeine**	Frankfurt/Main	355,3	42	Westfälische Rundschau	Dortmund	121,3
4	Rheinische Post	Düsseldorf	340,9	43	Berliner Morgenpost	Berlin	121,1
5	Freie Presse	Chemnitz	271,1	44	Frankfurter Rundschau	Frankfurt/Main	120,1
	[Sächsische Zeitung	Dresden	251,9]	45	Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	119,3
6	Die Rheinpfalz	Ludwigshafen	228,1	46	Nordwest Zeitung	Oldenburg	119,3
7	Kölner Stadt-Anzeiger	Köln	222,6	47	Mittelbayerische	Regensburg	118,2
8	Hamburger Abendblatt	Hamburg	210,3	48	Der Tagesspiegel	Berlin	118,0
9	Mitteldeutsche Zeitung	Halle	204,9	49	Westfalenpost	Hagen	113,9
10	Augsburger Allgemeine	Augsburg	189,7	50	NRZ. Neue Ruhr Zeitung	Essen	112,1
11	Magdeburger Volksstimme	Magdeburg	189,4	51	Berliner Kurier*	Berlin	110,3
12	Ruhr-Nachrichten	Dortmund	189,4	52	Hamburger Morgenpost*	Hamburg	105,6
	[Münchener Merkur	München	186,3]	53	Westdeutsche Zeitung	Düsseldorf	104,8
13	WAZ. Westdeutsche Allgemeine						
	(Niederrhein)	Essen	180,8	54	Westfälische Nachrichten	Münster	103,7
14	Flensburger Tageblatt/Schleswig-						
	Holsteinischer Zeitungsverlag	Flensburg	180,7	55	Financial Times Deutschland**	Hamburg	100,4
15	Rhein-Zeitung	Koblenz	179,3	56	Lübecker Nachrichten	Lübeck	99,1
	[Schwäbische Zeitung	Leutkirch	172,6]	57	Frankfurter Neue Presse	Frankfurt (Main)	98,0
16	Die Welt**	Berlin	(170,6)	58	Osthüringer Zeitung	Löbichau/Gera	96,0
17	Leipziger Volkszeitung	Leipzig	162,2	59	Schwarzwälder Bote	Oberndorf	94,7
18	Weser Kurier	Bremen	160,9	60	Dresdner Morgenpost*	Dresden	94,5
19	Thüringer Allgemeine	Erfurt	158,8	61	Kölnische Rundschau	Köln	93,6
20	Neue OZ. Osnabrücker Zeitung	Osnabrück	156,7	62	Südwest Presse	Ulm	91,6
21	HNA. Hessische/Niedersächsische						
	Allgemeine	Kassel	156,4	63	Lausitzer Rundschau	Cottbus	90,7
22	B.Z.*	Berlin	153,8	64	Heilbronner Stimme	Heilbronn	90,1
23	WAZ. Westdeutsche Allgemeine						
	(Westfalen)	Essen	149,0	65	Trierischer Volksfreund	Trier	89,3
24	Neue Westfälische	Bielefeld	146,1	66	Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	89,0
	[Passauer Neue Presse	Passau	146,0]	67	Kieler Nachrichten	Kiel	88,7
25	Münchener Merkur						
	(Zeitungsverlag Oberbayern)	Wolfratshausen	144,8	68	Märkische Oderzeitung	Frankfurt (Oder)	84,9
26	Badische Zeitung	Freiburg	143,8	69	Fränkischer Tag	Bamberg	84,6
27	Ostsee-Zeitung	Rostock	143,7		[Nordkurier	Neubrandenburg	84,5]
28	Berliner Zeitung	Berlin	139,8	70	Darmstädter Echo	Darmstadt	83,7
29	tz*	München	139,3	71	Schweriner Volkszeitung	Schwerin	82,6
30	Hannoversche Allgemeine Zeitung	Hannover	137,7	72	General-Anzeiger	Bonn	78,6
31	Handelsblatt**	Düsseldorf	136,7	73	Allgäuer Zeitung	Kempten	78,0
32	Saarbrücker Zeitung	Saarbrücken	136,6	74	Aachener Zeitung	Aachen	77,3
33	Express**	Köln	135,8	75	Donaukurier	Ingolstadt	76,6
34	Allgemeine Zeitung	Mainz	135,5	76	Welt Kompakt*	Berlin	(76,0)
35	Märkische Allgemeine	Potsdam	135,1	77	Main-Echo	Aschaffenburg	75,7
36	Südkurier	Konstanz	129,4	78	Der neue Tag	Weiden	75,6
37	Braunschweiger Zeitung	Braunschweig	129,0				
38	Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	127,8				

1) Mit einer verkauften Auflage von mehr als 75 000 Exemplaren (Stand: I. Quartal 2012). Auflagen von kooperierenden Verlagen bleiben unberücksichtigt.

* Kaufzeitungen.

** Zeitungen mit überwiegend überregionaler Verbreitung.

[] Zeitungsunternehmen, die ihre Ausgaben in eigene „Verlage als Herausgeber“ ausgegliedert haben und daher selbst nur noch mittelbar als herausgebender Verlag tätig sind.

(Unna) deckt sein Verbreitungsgebiet 2012 mit fünf Ausgaben ab und steht dort mit lokalen Ausgaben der WAZ-Gruppe im Wettbewerb. Die von Röper genannten drei „Kooperationspartner“ für den Lokalteil sind jedoch nicht im Verbreitungsgebiet des „Hellweger Anzeiger“ tätig, nehmen also dort auch keine Lokalberichterstattung wahr. Für sein Verbreitungsgebiet arbeitet der „Hellweger Anzeiger“ eigenverantwortlich. Wenn er für die darüber hinausreichende „Nachbarschaftsberichterstattung“ mit anderen

Zeitungen zusammenarbeitet, so ist das dort wie auch anderenorts ebenso zweckmäßig wie vernünftig.

Nachweise über die Kooperationen von Zeitungen im lokalen Bereich in Schütz, Walter J.: Zeitungen in Deutschland. Band 3 (erscheint 2013).

