

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 BRD	119	53	358	57	1 344	90	20,3	152
1989 DDR	37	–	38	–	291	–	9,6	–
1991	158	100	410	100	1 673	100	27,3	100
1993	137	87	384	94	1 601	96	25,4	93
1995	135	85	381	93	1 617	97	25,0	92
1997	135	85	371	90	1 582	95	24,6	90
1999	135	85	355	87	1 581	95	24,1	88
2001	136	86	356	87	1 584	95	23,7	87
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.

Quelle: Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2012. In: Media Perspektiven 11/2012.

Tagespresse: Publizistische Einheiten, Ausgaben und Auflagen nach Vertriebsformen

Jahr ¹⁾	Publizistische Einheiten		Ausgaben		Verkaufte Auflage in Tsd	
	Abonnement-zeitungen	Straßenverk.-zeitungen	Abonnement-zeitungen	Straßenverk.-zeitungen	Abonnement-zeitungen	Straßenverk.-zeitungen
1954	213	12	1 483	17	10 867,0	2 498,3
1964	172	11	1 472	23	11 906,1	5 412,2
1976	113	8	1 194	35	13 256,8	6 277,3
1981	117	7	1 218	40	14 231,2	6 205,1
1985	119	7	1 238	35	14 343,3	6 592,9
1989 BRD	113	6	1 312	32	14 681,4	5 603,1
1989 DDR	37	1	290	1	9 436,9	204,8
1991	147	11	1 626	47	20 455,1	6 161,9
1995	128	7	1 570	47	19 068,5	5 935,7
2001	129	7	1 541	43	17 982,5	5 694,4
2006	126	10	1 467	57	16 121,4	4 898,7
2010	124	8	1 456	53	15 249,8	4 185,2
2012	120	10	1 471	61	14 545,7	3 667,6

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

Quelle: Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2012. In: Media Perspektiven 11/2012.