

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2000

→ Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet?

Von Horst Röper*

Steigerung der Konzentration bei Abonnementzeitungen

Die Konzentration im Markt der Tageszeitungen ist in den letzten drei Jahren erneut zugunsten der auflagenstärksten Verlagsgruppen gestiegen, allerdings nur leicht. Der Marktanteil der zehn größten Gruppen ist auf 55,9 Prozent (1997: 55,7 %) gestiegen, die fünf größten unter ihnen haben von 42,0 auf 42,3 Prozent zugelegt. Im Segment der Abonnementzeitungen haben die fünf größten Anbieter ihren Anteil sogar um einen Prozentpunkt von 27,8 auf 28,8 Prozent gesteigert (vgl. Tabelle 1). Dies ist zugleich ein neuer Rekordwert, seitdem diese Reihenuntersuchung Anfang der 70er Jahre begonnen worden ist. Im Markt der Kaufzeitungen ist die Konzentration dagegen rückläufig. Nachdem in den 90er Jahren fünf Unternehmen den Markt fast vollständig untereinander aufgeteilt hatten, ist durch den Verkauf der Hamburger Morgenpost an zwei bis dahin verlegerisch nicht tätige Unternehmer ein neuer Verlag hinzugekommen. Die Boulevardzeitungen haben in den letzten drei Jahren die relativ größten Auflagenverluste verzeichnet. Die Gesamtauflage ist um rund 300 000 Exemplare oder 5 Prozent auf gut 5,5 Millionen Exemplare zurückgegangen. Auch die Abonnementzeitungen haben weiter an Auflage verloren. Der Verlust ist mit 3,2 Prozent aber geringer. Die Abonnementpresse kommt auf eine Gesamtauflage von 18,4 Millionen Exemplare. Die Gesamtauflage der Tagespresse war rückläufig und liegt nun bei knapp 24 Millionen Exemplaren, dies bedeutet ein Minus gegenüber 1997 von 3,6 Prozent (vgl. Tabellen 2 und 3). (1)

Gewinner ist DuMont Schauberg, Verlierer Gruner + Jahr

Eindeutiger Gewinner unter den großen Zeitungshäusern ist die Kölner Verlagsgruppe DuMont Schauberg, die ihren Marktanteil von 4,0 auf 4,4 Prozent gesteigert hat. Verlierer ist der Großverlag Gruner + Jahr in Hamburg, dessen Marktanteil vor allem wegen des Verkaufs der Morgenpost in Hamburg von 3,4 auf 2,8 Prozent sank und der unter den auflagenstärksten Verlagsgruppen von Rang 5 auf Rang 8 gefallen ist. Mit großem Abstand ist nach wie vor der Springer-Verlag Marktführer bei der Tagespresse. Bei einem Marktanteil von 23,6 Prozent (23,7 %) stammt nahezu jede vierte verkaufte Tageszeitung aus dem Konzern. Springer hat damit einen größeren Marktanteil als die vier nächstfolgenden Verlagsgruppen zusammen. Mit der Bild-Zeitung und dem Regionalblatt B.Z. in Berlin erreicht Springer bei der Boulevardpresse

einen Marktanteil von 81 Prozent (80,5 %). Bei den Abonnementzeitungen führt der WAZ-Konzern mit 7,9 Prozent (7,8 %).

Nachdem die Auflagenverluste der Tagespresse zuletzt wieder nachgelassen haben, scheint ein Vergleich mit den Daten von 1989, also der letzten Untersuchung vor der Vereinigung und dem dadurch wachsenden Pressemarkt, möglich. Die relativ hohe Auflage im Gebiet der ehemaligen DDR gehört jedenfalls der Vergangenheit an. Die Presse der Blockparteien ist fast vollständig vom Markt verschwunden, und auch die insgesamt resistenten Nachfolger der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen haben erhebliche Auflagenverluste erlitten. Der Zeitungsmarkt im vereinigten Deutschland weist gegenüber jenem der alten Republik strukturelle Veränderungen auf. Zunächst ist der Absatz der Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung um knapp 3,7 Millionen Exemplare gestiegen. Der Absatz von Kaufzeitungen ist trotz des größeren Gesamtmarktes in dieser Zeit aber sogar leicht gesunken. Der Anteil der Boulevardzeitungen an der gesamten Tagespresse fiel von 27,7 auf 23,3 Prozent. Der Auflagenzuwachs geht demnach ausschließlich auf das Konto der Abonnementzeitungen. Der fehlende Verkaufserfolg der Kaufzeitungen überrascht gerade im Vergleich mit den Sonntagszeitungen. Auf Basis der ivw-Werte kamen die Sonntagstitel vor der Wende mit 15,3 Prozent auf den gleichen Anteil am Gesamtmarkt wie im Jahr 2000. Der Abwärtstrend der Boulevard-Tageszeitungen hält nach einer kleineren Aufwärtsentwicklung als Reflex auf die Vereinigung an.

Trotz weiterhin nachlassender Auflage ist das Klageglied der Verleger zuletzt verstummt. Wesentlicher Grund dafür ist die Werbekonjunktur der letzten Jahre, die den Zeitungsverlegern deutlich wachsende Einnahmen bescherte. Selbst der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) wies daraufhin, dass „das Geschäft im Jahr 1998 erstmals seit langem wieder deutlich besser als für die deutsche Wirtschaft insgesamt“ verlaufen sei. (2) Im letzten Jahr sind die Werbeeinnahmen der Zeitungsverlage erneut kräftig gestiegen. Der Netto-Werbeumsatz betrug 11,9 Mrd DM.

Ein weiterer Grund für die Zufriedenheit der Verleger bleibt regelmäßig unerwähnt: der nachlassende Wettbewerb unter den Verlagen. Während insbesondere die 60er und 70er Jahre von einem harten Verdrängungswettbewerb geprägt waren, dominierten in den 90er Jahren neben der Vereinigung und anschließender Konsolidierung der ostdeutschen Verlagsbranche Konkurrenzvermeidungs-Strategien. Die einzelnen Fälle sind selten spektakulär und werden daher in der breiteren Öffentlichkeit kaum wahrgenommen. Die Hand-

Vergleich zu 1989: Auflagenzuwachs zugunsten der Abonnementzeitungen

Werbekonjunktur bescherte Zeitungsverlegern wachsende Einnahmen

Nachlassender Wettbewerb unter den Verlagen – Kartellrecht wird zu stumpfem Schwert

* Medienwissenschaftler, Geschäftsführer des Formatt-Instituts, Dortmund.

① **Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**

anteilige Auflage, in %

Rang	Verlagsgruppe	2000	1997	1995	1993	1991	1989
Tageszeitungen gesamt							
1.	Axel Springer-Verlag AG	23,6	23,7	23,3	22,8	23,9	26,7
2.	Verlagsgruppe WAZ	6,0	5,9	5,5	5,6	5,0	6,0
3.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse	5,0	5,0	5,0	5,2	5,0	3,2
4.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg	4,4	4,0	4,4	4,5	4,5	3,3
5.	Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung/Friedmann Erben	3,3	3,2	3,2	3,3	3,2	3,6
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen	42,3	42,0	41,8	41,9	41,6	42,8
6.	Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung	3,0	3,0	2,9	3,1	3,2	2,4
7.	Verlagsgruppe Ippen	2,9	2,7	2,7	2,7	2,4	3,0
8.	Gruner + Jahr	2,8	3,4	3,6	3,8	3,2	-
9.	Verlagsgruppe Holtzbrinck	2,5	2,5	2,5	2,5	-	-
10.	Verlagsgruppe Madsack/Gerstenberg	2,4	2,3	2,5	2,1	2,2	1,9
	Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen	55,9	55,7	55,7	55,6	54,4	54,8
Abonnementzeitungen							
1.	Verlagsgruppe WAZ	7,9	7,8	7,2	7,2	6,6	8,3
2.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse	6,5	6,6	6,6	6,7	6,7	4,4
3.	Axel Springer-Verlag AG	6,3	6,2	6,3	6,3	6,6	5,7
4.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg	4,2	3,6	3,6	3,7	3,9	1,9
5.	Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung	3,9	3,9	3,8	4,1	4,2	3,4
	Marktanteil gesamt ¹⁾	28,8	27,8	27,5	28,0	28,0	24,9
Kaufzeitungen							
1.	Axel Springer-Verlag AG	81,0	80,5	78,2	77,3	74,7	81,9
2.	Verlagsgruppe DuMont Schauberg	4,8	5,3	6,9	7,2	6,0	6,7
3.	Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung/Friedmann Erben	3,3	3,3	3,4	3,7	3,5	4,6
4.	Gruner + Jahr	3,2	6,8	7,1	7,4	6,5	2,6
5.	Verlagsgruppe Ippen (tz)	2,8	2,6	2,5	2,8	2,5	3,1
	Marktanteil gesamt ¹⁾	95,1	98,5	98,1	98,4	93,2	98,9

1) Wegen der unterschiedlichen Zusammensetzung ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Die Rangfolge basiert allein auf den Werten im Jahr 2000. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

② **Entwicklung der Tagespresse zwischen 1989 und 2000**

Zeitung	2000	1997	1995	1993	1991	1989
Tageszeitungen						
gesamt nach iwv	28 538 292	29 661 074	30 088 032	30 544 428	27 438 700	24 141 886
davon Sonntagszeitungen	4 354 324	4 603 096	4 487 265	4 553 564	4 222 172	3 686 783
nicht berücksichtigte Titel	247 749	218 537	226 693	209 744	245 708	198 861
Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung						
davon						
Abonnementzeitungen	18 364 009	18 970 793	19 445 447	19 854 626	16 106 242	14 651 980
davon						
Kaufzeitungen	5 572 210	5 868 648	6 015 500	6 000 694	6 864 578	5 604 262

lungsebene ist in der Regel der lokale Raum. Das Angebot an konkurrierenden Titeln wird ausgedünnt, indem sich Verlage aus Verbreitungsgebieten zurückziehen, in denen sie in nachrangiger Wettbewerbsposition agierten (vgl. Tabelle 4). Den in der Regel überraschten Lesern und Inserenten

bleibt faktisch nur der Wechsel zum verbleibenden Anbieter, sehr oft ein Monopolist. Durch diesen anhaltenden Prozess der Angebotsverknappung verlieren die Leser nicht nur die Wahl zwischen unterschiedlichen Zeitungen; nicht nur die „Ver-machtung“ der lokalen Zeitungsmärkte steigt, sondern zugleich entfällt der Druck des Wettbewerbs. Der betriebswirtschaftliche Gewinn für den ver-

③ Auflagen der deutschen Tagespresse

nach ivw im I. Quartal

Titel	2000	1997
Tageszeitungen gesamt nach ivw	28 538 292	29 661 074
davon Sonntagszeitungen	4 354 324	4 603 096
Bild am Sonntag, Hamburg	2 436 768	2 476 028
Welt am Sonntag, Hamburg	434 311	380 938
Sonntag aktuell, Stuttgart	960 085	914 140
HNA-Sonntagszeit, Kassel	190 329	193 261
B.Z. am Sonntag, Berlin	149 650	161 174
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	100 146	96 875
Morgenpost am Sonntag, Dresden	83 035	83 788
Volksstimme am Sonntag, Magdeburg	-	296 892
weitere nicht berücksichtigte Titel	247 749	218 537
Handelsblatt Düsseldorf	167 410	127 630
Hürriyet, Frankfurt	80 339	90 907
Tageszeitungen im Sinne dieser Darstellung	23 936 219	24 839 441
davon Abonnementzeitungen	18 364 009	18 970 793
davon Kaufzeitungen	5 572 210	5 868 648
Bild, Hamburg	4 248 406	4 412 172
B.Z., Berlin	266 553	313 471
Express, Köln	231 291	260 907
Düsseldorf Express	73 274	94 652
Abendzeitung, München	184 578	194 162
Hamburger Morgenpost	119 971	140 726
Morgenpost für Sachsen	116 912	115 698
tz, München	154 190	150 624
Berliner Kurier	177 035	186 236

bleibenden Anbieter ergibt sich auf zwei Ebenen: Der Verlag gewinnt die vollständige Autonomie in der Preisgestaltung auf dem Leser- und dem Werbemarkt und zudem entfällt der Leistungsdruck. (3) Diese eher banalen Zusammenhänge üben offensichtlich eine wachsende Zugkraft in den Verlagen aus. Das Kartellrecht, das Gebietskartellierungen und wettbewerbsschädliche Fusionen verhindern soll, um den Wettbewerb zu erhalten, scheint im Zeitungsmarkt zu einem stumpfen Schwert zu werden. Einige jüngere Fälle sollen diese These belegen:

Bundeskartellamt genehmigte Fusion der Kölnischen Rundschau mit DuMont Schauberg

Die gewichtigste Veränderung im Zeitungsmarkt der letzten Jahre betraf den Raum Köln. Die Kölnische Rundschau arbeitete nach Darstellung des Verlages seit Jahren defizitär und sollte verkauft werden. Als Kaufinteressent wurde dem Bundeskartellamt ausgerechnet der regionale Marktführer, der Verlag DuMont Schauberg, präsentiert. Dass diese Fusion wider den Sinn des Wettbewerbsrechts verstoßen würde, war eindeutig. Dennoch hat das Bundeskartellamt die Fusion schließlich gebilligt, weil sich kein anderer Übernahminteressent fand und der Altverlag beim Fusionsverbot die Einstellung der Zeitung angekündigt hatte. Seit Anfang 1999 erscheinen nun alle drei in Köln ansässigen Zeitungen, die Kölnische Rundschau, der Kölner Stadt-Anzeiger und der Express in einem Verlag. (4) Es war demnach nicht möglich, in der Millionenstadt Köln den Wettbewerb im

④ Zeitungseinstellungen seit 1997*

1997	
Frankenpost, Hof	eingestellte Lokalausgaben: Oberpfalzpost, Stiftlandbote
Der Neue Tag, Weiden	eingestellte Lokalausgaben: Marktredwitzer Kurier, Wunsiedler Heimatzeitung
Volksstimme Magdeburg	Sonntagsausgabe eingestellt
Altmark Zeitung, Salzwedel	Sonntagsausgabe eingestellt
Osteroder Kreis-Anzeiger	eingestellt
Bad Lauterberger Tageblatt	eingestellt
Kreisnachrichten, Calw	Schließung Lokalredaktion in Altenstein und in Nagold
Schwarzwälder Bote	Schließung Lokalredaktion in Calw
1998	
Badische Zeitung, Freiburg	Lokalteil für Furtwangen wird übernommen vom Südkurier
Südkurier, Konstanz	Lokalteil für Rheinfelden wird übernommen von Badischer Zeitung
Die Woche, Regensburg (Wochenblatt)	eingestellt
Filder Zeitung, Stuttgart	eingestellt
Nord-Stuttgarter Rundschau	eingestellt
Langener Zeitung (Wochenblatt)	eingestellt
Steinwald-Kurier (Wochenblatt)	eingestellt
Oberpfälzer Nachrichten, Weiden	Lokalausgabe Waldnaabtal-Anzeiger eingestellt
1999	
Meininger Tageblatt	eingestellte Lokalausgaben: Schleusinger Tageblatt, Gleichberg Tageblatt
Lampertheimer Zeitung und Lampertheimer Tageblatt	Fusion zu: Die Lampertheimer
Saarburger Kreisblatt	eingestellt
2000	
Neues Torgauer Kreisblatt und Torgauer Allgemeine	Fusion zu: Torgauer Zeitung
General-Anzeiger, Stadthagen	eingestellt
Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt	wird eingestellt im Herbst

*) Kein Anspruch auf Vollständigkeit.

Zeitungsmarkt aufrechtzuerhalten. Der spektakuläre Fall könnte nun in anderen Regionen Nachahmer finden.

Typischer für den Zeitungsmarkt sind aber die kleinen Fälle mit geringerem öffentlichen Interesse. Auch dabei geht es um Kooperationen, um Absprachen zwischen örtlichen Konkurrenten, denen das Kartellrecht im Wege steht. Einer der ersten Fälle dieser Art betraf die kleine Lokalzeitung Sarstedter Kurier im Süden Hannovers. Die Hildesheimer Allgemeine Zeitung hatte die Übernahme ihres Konkurrenten schon teilweise vollzogen, als das Bundeskartellamt die Fusion untersagte. Die Lokalzeitung wurde daraufhin „aus wirtschaftlichen Gründen“ eingestellt. Das Bundes-

Untersagte Fusionen führten zur Einstellung kleinerer Blätter

kartellamt stellte resignierend fest, „aus der Untersagungsverfügung keine Rechte herleiten zu wollen“. (5) Im Markt hatte die Untersagung keine weitere Bedeutung. Leser und Inserenten dürften mehrheitlich wie nach einer Übernahme zum Konkurrenten aus Hildesheim gelangt sein.

Ein noch deutlicherer Fall nach dem selben Muster spielte sich 1997 im Harz ab. Im südlichen Kreis Osterode existierten in einzelnen Orten neben dem Marktführer Harz-Kurier noch zwei kleine Lokalzeitungen. Ende Juli stellten sowohl der Osteroder Kreis-Anzeiger als auch das Bad Lauterberger Tageblatt ihr Erscheinen ein. Der Fall war bemerkenswert, denn Zeitungen selbst mit begrenzter Auflage stellen einen erheblichen Wert dar, und zudem hatte mindestens ein Verleger aus der Nachbarschaft ein Kaufinteresse. Die Kleinverlage wollten aber nicht verkaufen, sondern ihre Blätter einstellen. (6) Nutznießer davon war in beiden Fällen der nun zum Monopolisten avancierte Harz-Kurier. Die Kartellwächter fahndeten nach verdeckten Absprachen mit dem einstigen Konkurrenten, wurden aber nicht fündig. Zumindest eine der Einstellungen ist nachvollziehbar. Die Braunschweiger Zeitung, zu der der Osteroder Kreis-Anzeiger gehörte, ist heute mit 35 Prozent am Verlag des Harz-Kurier beteiligt. Die Parteien hatten es allerdings versäumt, das Bundeskartellamt über die Beteiligung zu informieren, das sich nun wohl mit dem Fall erneut beschäftigen muss.

Monopolisierung im Zeitungsmarkt schreitet voran

Die Fälle, zu denen sich weitere hinzufügen ließen, zeigen, dass kartellrechtlich nicht zulässige Fusionen umgangen werden, indem kleine Zeitungen einfach aufgegeben werden. Als Folge entstehen dadurch genau jene Marktverhältnisse, die das Kartellrecht verhindern soll, so dass die Wettbewerbsminimierung und Monopolisierung im Zeitungsmarkt voranschreitet. Wie gering die Bereitschaft geworden ist, sich an Vorgaben des Bundeskartellamts bzw. an sonstige Abmachungen zu halten, illustrieren auch Auseinandersetzungen zwischen den Kartellwächtern und dem WAZ-Konzern. Zum einen geht es dabei um den Iserlohner Kreisanzeiger im Sauerland. Nach langem Ringen hatte das Kartellamt eine Beteiligung des Konzerns in Höhe von rund 25 Prozent akzeptiert. Nach erneuter Prüfung gehen die Kartellrichter nun davon aus, dass der Konzern über einen Strohmännchen einen wesentlich größeren Einfluss ausübt. Die Parteien prozessieren inzwischen.

Bei einem weiteren Prozess zwischen Bundeskartellamt und WAZ-Konzern geht es um die Ostthüringer Zeitung in Gera. Das Vorgehen der WAZ beim Marktzutritt in Ostthüringen ist in der deutschen Pressegeschichte ohne Beispiel. Anfangs abgelehnt von der damals zuständigen Treuhandanstalt, wurde schließlich eine Beteiligung des Konzerns in Höhe von 40 Prozent gebilligt. Die

WAZ verpflichtete sich, 20 Prozent an die Mitarbeiter und weitere 40 Prozent an die Verlagsgruppe um die Allgemeine Zeitung in Mainz zu veräußern. Die Mitarbeiter sind allerdings nie beteiligt worden, und die Mainzer haben schon knapp zwei Jahre nach dem Einstieg, Ende 1995, ihre Anteile an die WAZ zurückverkauft. Erst in den letzten Monaten ist das Kartellamt auf diesen Transfer gestoßen und hat ihn untersagt.

Offensichtlich können die Kartellwächter den Zeitungsmarkt nicht mehr wirkungsvoll vor wachsenden Wettbewerbsbe- und -verhinderungen schützen. Dem Bundeskartellamt fehlen die Möglichkeiten, den kleinteiligen Markt intensiv zu beobachten, um gegen Verstöße frühzeitig – und häufig eben nur dann auch rechtzeitig – vorgehen zu können. Es fehlt ein verbessertes, den Bedürfnissen angepasstes Instrumentarium, und es mangelt auch an der Rechtstreue von Marktteilnehmern. Das Kartellrecht wurde seiner Zielsetzung nur so lange gerecht, wie sich auch die Marktteilnehmer daran hielten. Diese Spielregeln werden heute nur noch in Teilen anerkannt. Und letztlich fehlt in der Politik die Bereitschaft, die ohnehin nur noch geringe Pressevielfalt auch dort zu schützen, wo das Kartellrecht nicht weiterhilft. Über eine breite Palette von Instrumenten liegen nahezu in allen Ländern Westeuropas Erfahrungen vor.

Ein spezifisches Problem für den mangelnden Wettbewerb im Zeitungsmarkt ist seit Jahrzehnten der fehlende Marktzutritt von neuen Anbietern und Angeboten. Anders als in anderen Branchen fehlt es auch an ausländischen Wettbewerbern, die im Zuge der Globalisierung für Alternativen sorgen könnten, beispielsweise wie im Automarkt. Gerade der deutsche Zeitungsmarkt ist aber regional, oft lokal gebunden. Typisch und marktprägend ist hierzulande die lokale oder regionale Abonnementzeitung. Wie stark die Marktstrukturen sind, zeigt sich am Beispiel der 1979 gegründeten taz Tageszeitung, die die jüngste deutsche Tageszeitung ist – von nur wenigen kleinen Lokalzeitungsgründungen abgesehen. (7) Eine vielbeachtete Ausnahme ist die in diesem Jahr gestartete Wirtschaftszeitung Financial Times Deutschland. Über den Erfolg des Experiments, in einem Nischenmarkt neben dem Handelsblatt einen zweiten Titel zu platzieren, kann freilich noch nichts gesagt werden. Da es keine erfolgreichen Marktzutritte gibt, kommt dem Erhalt der Angebots- und Anbieterstruktur hohe Bedeutung zu. Diese Aufgabe nimmt der Staat in der Bundesrepublik aber nur sehr zurückhaltend wahr, wofür historische Erfahrungen ausschlaggebend sind. Die Freiheit der Presse ist garantiert. Jede Intervention in den Markt ist mit dem Risiko des Missbrauchs zugunsten inhaltlicher Beeinflussung oder Kontrolle verbunden. Daher sind diese Interventionen bis heute unterblieben. Ob eine derartige Zurückhaltung noch als zeitgemäß betrachtet werden kann, ist allerdings fraglich, geht sie doch letztlich von einem fragilen Demokratieverständnis der politischen Führung aus.

Marktteilnehmer ver- stoßen wissentlich gegen Kartellrecht

Probleme: Fehlender Marktzutritt neuer Anbieter und Mangel an ausländischen Wettbewerbern

**Neuerungen im
Zeitungsmarkt:
Gratiszeitungen**

Nach jahrzehntelanger Konsolidierung und Konzentration zeigen sich nun erstmals Neuerungen im Zeitungsmarkt, die zu einer Angebotsverbreiterung führen können. Beginnend in Berlin ist auch in Deutschland im Oktober 1998 die erste kostenlose Tageszeitung erschienen. Die ersten Erfahrungen mit diesem neuen Printtyp sind hierzulande allerdings ambivalent, da die ersten Anbieter rasch in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerieten. Somit lassen sich die durchweg positiven Erfahrungen im Ausland offensichtlich nicht direkt auf den hiesigen Markt übertragen. Die Finanzierung allein über den Anzeigenmarkt bedingt nicht nur eine hohe Abhängigkeit von den Insertionen, sondern zudem eine offensichtliche Anfälligkeit. Dies gilt offenbar für beide Marktsegmente, die Tageszeitung und die Wochenzeitung:

**Gratiszeitungen
kämpfen mit
wirtschaftlichen
Schwierigkeiten**

– Die erste Gratiswochenzeitung im deutschen Markt war die Zeitung zum Sonntag in Freiburg und dem umliegenden Breisgau. Die Initiative von örtlichen Journalisten wurde mitfinanziert von einem Schweizer Verlag und war – zumindest anfangs – so lukrativ, dass sich der Großverlag Gruner + Jahr mit 50 Prozent am neuen Unternehmen beteiligte. Die Hamburger planten, die Freiburger Initiative als Vorbild für weitere Gründungen zu nutzen und zunächst zehn weitere Titel im gesamten Bundesgebiet zu gründen. Letztlich wurden nur zwei weitere Ausgaben in Heilbronn und Karlsruhe gestartet, die allerdings schon nach wenigen Wochen wieder aufgegeben worden sind. Bei Gruner + Jahr war das Vertrauen in den neuen Printtyp schnell gesunken, und schließlich folgte auch der Ausstieg in Freiburg. Der Sonntag scheint nicht der ideale Erscheinungstag für Gratiszeitungen zu sein, denn inzwischen hat das junge Unternehmen trotz kleinerer finanzieller Basis auf mehrmals wöchentliches Erscheinen umgestellt.

– Der erste Versuch einer kostenlosen Tageszeitung in Deutschland ist gescheitert. Der kleine Verlag des 15 Uhr Blatts musste die Produktion aufgeben, als die finanzierende Bank ihre Unterstützung einstellte. Das 15 Uhr Blatt war in Berlin gestartet und später mit Regionalausgaben für Hamburg und München ergänzt worden. Obwohl mit der höheren Auflage die Stückkosten gesunken sind, blieb das Unternehmen defizitär. Der Verlag hat inzwischen Konkurs angemeldet. (8)

**Etabliert sich Gratis-
blatt 20 Minuten
Köln im Markt?**

Als einziger werktäglicher Titel, von dem derzeit die erhofften Belegungseffekte für den Markt ausgehen könnten, muss das Blatt 20 Minuten Köln gesehen werden. Der Titel wird von einem Tochterverlag der Schibsted AG herausgegeben. (9) Neben diesem Titel werden in Köln derzeit zwar noch zwei weitere kostenlose Blätter vertrieben, doch handelt es sich dabei erklärtermaßen um reine Abwehrblätter der Verlage Springer und DuMont, die durch den Neuling ihre tradierten Zeitungsmärkte bedroht sehen und deshalb eigene Titel zur Abwehr der jungen Konkurrenz gründeten. (10) Zuvor waren auch in Köln zunächst Gerichte eingeschaltet worden, um – so der Vorwurf – den unlauteren Wettbewerb durch das

kostenlose Blatt zu beenden. Die Gerichte sind der Argumentation der ansässigen Verlage allerdings nicht gefolgt. (11)

In diesen Prozessen ging es letztlich um mehr als den lautereren Wettbewerb: Es ging auch um den Schutz der Pressevielfalt und die Erneuerungsfähigkeit von Angeboten und Märkten. Die etablierten Verlage sehen dabei regelmäßig eine Schutzbedürftigkeit ihrer Zeitungen. Sie seien nicht in der Lage, auf die Vertriebslöse zu verzichten. Zeitungsverlage finanzieren sich zwar schon seit Jahrzehnten überwiegend über die Werbung, die Vertriebslöse machen durchschnittlich ein Drittel der Einnahmen aus, doch gerieten die meisten Zeitungen ohne die Verkaufserlöse wohl ins Defizit. Andererseits muss im Sinne des gewollten Wettbewerbs der Marktzugang möglichst offen gehalten werden. Neugründungen von klassisch finanzierten Zeitungen sind in Deutschland aber faktisch unmöglich. Diese hohen Marktzugangsbarrieren sind seit Jahrzehnten ein Kernübel wider die politisch und verfassungsrechtlich gewünschte Pressevielfalt. Die letzte erfolgreiche Neugründung größeren Stils war die inzwischen über 20 Jahre alte taz-Tageszeitung in Berlin. Ohne die Bereitschaft der Mitarbeiter, Lohnbegrenzungen zu akzeptieren, hätte aber selbst das Nischenkonzept der taz keine Chance gehabt. Nach der taz-Gründung sind nur wenige kleine Titel für lokale Verbreitungsgebiete gestartet worden. Mehr als eine Handvoll waren es jedoch nicht, sieht man von der spezifischen Gründungswelle nach der Wende in den entstehenden Neuen Bundesländern ab. (12)

Bei den Prozessen zwischen etablierten Verlagen und der neuen Konkurrenz geht es entsprechend zum einen um den Schutz des bestehenden Presseangebots und zum anderen um Bedingungen, die einen Marktzutritt erlauben und damit zu größerer Vielfalt beitragen, auch wenn die Interessen der neuen Verlage vornehmlich auf den Anzeigen- und nicht auf den Lesermarkt gerichtet sind. Der Bestandsschutz könnte künftig vor allem dort Relevanz bekommen, wo im Zeitungsmarkt noch Konkurrenz herrscht. Die Auflagen-Anzeigen-Spirale sorgt in diesen Gebieten für einen deutlichen Marktvorteil der jeweiligen Erstanbieter. Will der Inserent ein möglichst großes Publikum erreichen, ist die Insertion in der jeweiligen auflagenstärksten Zeitung Pflicht. Oft werden daneben die weiteren Titel aber nicht mehr belegt. Das Anzeigenaufkommen der Nachrangigen im Markt ist also deutlich geringer als jenes der jeweiligen Marktführer. Tritt nun mit den kostenlosen Titeln ein weiterer Konkurrent in den Markt ein, wird die Situation für im Markt nachrangige klassische Zeitungen schwieriger.

**Lauterer Wettbewerb
und Schutz der
Pressevielfalt stehen
sich gegenüber**

Etablierte Verlage sind ab einer bestimmten Größe im Wettbewerbsvorteil

Die Entwicklungen im Kölner Markt haben gezeigt, dass Zeitungsverleger im Wettbewerb mit den neuen Konkurrenten in einer komfortablen Situation sind. Ab einer bestimmten Größe sind die Verlage jederzeit in der Lage, einen Marktzutritt mit eigenen Blättern zu beantworten, da ihnen redaktionelles Material, die Produktionstechnik und Logistik zur Verfügung stehen. Anders als in der Entwicklung der Anzeigenblätter ist allerdings zumindest derzeit noch nicht zu erwarten, dass die Zeitungsverlage den Typ der Gratiszeitungen adaptieren und ihrerseits womöglich in fremden Gebieten solche Blätter lancieren. Sie gingen damit das Risiko ein, dass der vom Markteinstieg betroffene Verlag seinerseits ein Blatt im Gebiet des expandierenden Verlags auflegt. Zudem steht den etablierten Verlagen ein weiteres Instrument zur präventiven Marktabschottung zur Verfügung. Der Neuling 20 Minuten Köln und auch im Ausland verbreitete Blätter, bezeichnenderweise häufig mit dem Titel Metro erscheinend, stützen ihr Vertriebskonzept auf die Bahnhöfe und U-Bahn-Stationen der Verkehrsbetriebe. An diesen stark frequentierten Plätzen liegen die Blätter zur kostenlosen Mitnahme aus. Hier können die etablierten Verlage ansetzen. Es ist sicherlich kein Zufall, dass zum Beispiel in Essen in den letzten Monaten ein Servicevertrag zwischen dem Verkehrsbetrieb und dem WAZ-Konzern abgeschlossen worden ist, oder dass in Hamburg ein bereits geschlossener Vertrag zwischen der S-Bahn Hamburg GmbH und der Annoncen Avis Verlagsgesellschaft, bevor er überhaupt wirksam werden konnte, vom Verkehrsbetrieb gekündigt wurde. (13)

Tageszeitungen, die nicht mehr bieten als ein Gratisblatt, verspielen ihre Zukunft

Profitieren könnten Gratiszeitungen hingegen vom nachlassenden Engagement einzelner Verlage in die lokale Berichterstattung. Indizien für diese Entwicklung sind Versuche, Lokalredaktionen auszulagern (z. B. Sächsische Zeitung) bzw. Lokalteile ganz oder teilweise von Agenturen herstellen zu lassen (z. B. Rhein-Zeitung) oder – genereller – die Kosten drastisch zu reduzieren (z. B. Mittelbayerische Zeitung). Die redaktionelle Leistung wird also hauptsächlich aus dem Blickwinkel der Kosten gesehen. Der Verleger Dirk Ippen, der Redaktionsbudgets bei seinen Zeitungen vor allem in die Lokalteile lenkt, stellte kürzlich fest: „Es gibt kaum mehr Verleger, die auch Publizisten sind. Das ist ein großer Verlust.“ (14) Wenn die Redaktion aber nur noch nach finanziellen Kriterien betrachtet wird, könnten die reduzierten redaktionellen Leistungen tatsächlich austauschbar werden. Die Tageszeitung, die nicht mehr bietet als das Gratisblatt, verspielt ihre Zukunft.

Gratiszeitungen werden sich auch in Deutschland durchsetzen

Trotz der ersten tendenziell negativen Erfahrungen hierzulande mit Gratiszeitungen wird sich der neue Medientyp wohl auch in Deutschland durchsetzen. Die positiven Erfahrungen aus dem Aus-

land überwiegen. Und die Bundesrepublik bietet mit dem größten Werbemarkt in Europa ideale Voraussetzungen. Ähnlich wie beim massenhaften Aufkommen von Anzeigenblättern Mitte der 70er Jahre muss freilich zunächst eine Phase der Unsicherheit durchschritten werden. Wie in den frühen Tagen der Anzeigenblätter spielen dabei erneut juristische Auseinandersetzungen und Behinderungen im Markt eine Rolle. Sie reichen von „Abwehrblättern“ wie in Köln bis zu Dienstleistungsverträgen zwischen etablierten Verlagen und Verkehrsbetrieben, um der potentiellen Konkurrenz die Infrastruktur für die Verteilung der Produkte zu versperren.

Die Mehrzahl der Zeitungsverlage dürfte von den auf Metropolen spezialisierten Gratiszeitungen kurz- und wohl auch mittelfristig nicht bedroht sein. Alle Zeitungsverlage werden aber wohl die Konkurrenz des Internets zu spüren bekommen. Schon heute werden im Internet Autos und Immobilien gehandelt, und die ersten Jobbörsen sind längst entstanden. Mit steigender Reichweite wird das Internet für das Rubrikengeschäft der Zeitungsverlage immer stärker zum Problem werden. Die Gefahr, dass ein Teil des für die Verlage bedeutsamen Geschäfts ins Internet abwandert, wird seit Jahren wahrgenommen. Mit der nahe liegenden Maßnahme, dieses Geschäft im Internet demnächst selbst zu besorgen, haben sich viele Verlage schwer getan. Erst nachdem Strategien zur „kollektiven Selbstverteidigung“ über den BDZV gescheitert sind, unternehmen in den letzten Monaten Verleger vermehrt Vorbereitungen, allein oder im Joint Venture mit Partnern. Da gerade Prognosen für das Internet nur einer eng begrenzten Haltbarkeit unterliegen, kann die Höhe der Einnahmeverluste der Tageszeitungen im Werbemarkt, ausgelöst durch den neuen Konkurrenten, kaum solide beziffert werden. Diese Verluste können durchaus zu strukturellen Veränderungen im Markt führen. Sie könnten eine weitergehende Minimierung der Zeitungsdichte bedeuten, wenn insbesondere Zeitungen in nachrangiger Wettbewerbsposition die jeweiligen verlustbringenden Verbreitungsgebiete aufgeben. Sie könnten aber auch die Besitzstruktur in der deutschen Verlagslandschaft betreffen, wenn Eigentümer, verwöhnt mit bislang traditionell hohen Renditen, bei nachlassenden Gewinnen das Interesse am Verlagsgeschäft verlieren. Damit könnte eine neue Welle der ökonomischen Konzentration ausgelöst werden. Auch darauf hat sich die Politik, zuständig für den verfassungsrechtlichen Auftrag zur Vielfaltssicherung, bislang nicht vorbereitet.

Systematik der Konzentrationsstatistik

Die Konzentrationsmessung im Tageszeitungsmarkt basiert erneut auf den von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (ivw) veröffentlichten Auflagenzahlen. (15) Die von der ivw gleichfalls ausgewiesene Gesamtauflage der Tageszeitungen wurde für diese Statistik analog zur Vorgehensweise in den Vorjahren modifiziert.

Internet wird zur Konkurrenz der Zeitungsverlage

Die Systematik dieser Konzentrationsstatistik ist im Vergleich zu den Vorjahren unverändert. Im Mittelpunkt steht der Terminus Verlagsgruppe. Die Kriterien, nach denen Verlagsgruppen gebildet werden, werden im Folgenden beschrieben:

Definition Verlagsgruppe

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

Mutter- und Tochterverlage

2. Jede Verlagsgruppe hat in ihrem Zentrum einen Verlag, der als sogenannter Mutterverlag gilt. Die Bestimmung dieses Mutterverlages ist der erste Schritt bei der Definition einer Verlagsgruppe. Beteiligungen des Mutterverlages an anderen Verlagen ab gerundet 25 Prozent verleihen diesen den Status eines Tochterverlages. Sind mehrere Verlage an einem Verlag mit gerundet mindestens 25 Prozent beteiligt, so wird dieser Verlag mehrfach als Tochterverlag ausgewiesen. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.

Vorgehen bei Marktanteilsberechnung nach Auflagen

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

Berücksichtigung von geringfügigen Beteiligungen

4. Verlage, die Kapitaleigner eines Mutterverlages sind, gehören zur Verlagsgruppe des Mutterverlages, wenn die Beteiligung mindestens 5 Prozent erreicht. Auch in der Verlagsbranche sind geringe Beteiligungen in Höhe einzelner Prozente geläufig. Einfluss auf die Geschäftsführung kann auch mit Mini-Beteiligungen ausgeübt werden, wenn der Gesellschaftervertrag zum Beispiel einen Sitz im Kontrollgremium vorsieht. In der Regel ist dies aber nicht der Fall. Steigt der Anteil auf mehrere Prozent, gewinnt der Gesellschafter Einfluss. Insofern scheint eine Begrenzung auf 5 Prozent gerechtfertigt. Für Verlage, an denen die Kapitaleigner des Mutterverlages beteiligt sind, gelten im Übrigen die Kriterien 1 und 2. In jedem Fall muss jedoch ein ökonomischer Zusammenhang über die Kapitalbeteiligung hinaus zwischen den betroffenen Verlagen bestehen.

Beteiligungen von Tochterverlagen

5. Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien 1 und 2. Bei Marktanteilsberechnungen werden beide Beteiligungshöhen berücksichtigt. Ein Beispiel: Die 50-

prozentige Beteiligung an einem Verlag mit 10 000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2 500 Exemplare.

Die zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen werden im Folgenden mit ihren jeweiligen Objekten und deren Auflagen aufgelistet; Veränderungen gegenüber vorangegangenen Untersuchungen werden beschrieben und erläutert. In Klammern werden jeweils die Daten von 1997 zum Vergleich angegeben. (16)

1. Axel Springer-Verlag AG, Hamburg/Berlin

Der Axel Springer-Verlag ist nach wie vor die mit großem Abstand auflagenstärkste Verlagsgruppe in Deutschland. Der hohe Marktanteil von 23,6 Prozent (zuletzt in 1997 23,7 %) stützt sich vor allem auf den Markt der Boulevardzeitungen. Mit den Titeln BILD und B.Z. erreicht der Konzern eine Auflage von 4 515 000 Exemplaren, was einem Marktanteil von 81,0 Prozent (80,5 %) entspricht (vgl. Tabelle 5). Die anteilige Gesamtauflage bei den Abonnementzeitungen beträgt etwa nur ein Drittel von jener der Kaufzeitungen. Springer kommt damit auf einen Marktanteil von 6,3 Prozent (6,2 %) und rangiert in diesem Teilmarkt auf Rang drei. In den beiden regionalen Kernmärkten Berlin und Hamburg samt Umland ist externes Wachstum über Fusionen kaum noch möglich. Aber auch andernorts hat der Konzern schon seit Jahren keine Zukäufe mehr getätigt. Das Beteiligungsportefeuille ist demnach seit geraumer Zeit stabil. Kleinere Veränderungen gab es zuletzt wiederholt bei Beteiligungsunternehmen der Leipziger Volkszeitung. Durch Absprachen mit anderen Verlagen am Rand des Verbreitungsgebietes sind Arrondierungen vorgenommen worden. Zuletzt war die Stadt Torgau und Umgebung davon betroffen. Die Veränderung ist allerdings erst im zweiten Quartal 2000, also nach dem Erhebungszeitraum, marktrelevant geworden. Auch im ohnehin relativ bescheidenen Auslandsgeschäft stehen die Zeitungsmärkte nicht im Fokus. Priorität beim Wachstum genießen die Rundfunk- und Onlinebranchen.

2. Verlagsgruppe WAZ, Essen

Trotz der hohen Verluste der ostdeutschen Titel des Essener WAZ-Konzerns sind die Gesamtauflagen im Vergleich zu 1997 mit rund 1,5 Millionen Exemplaren relativ stabil geblieben (vgl. Tabelle 6). Die Auflagenzahlen sind allerdings mit Fragezeichen zu versehen, da der Konzern nur begrenzt Transparenz herstellt. Der iwv werden titelbezogen keine Einzelaufgaben benannt, und selbst die Besitzstrukturen sind unübersichtlich. So wurde für diese Untersuchung schon 1997 die Ostthüringer Zeitung vollständig dem Konzern zugerechnet. Dieser vollständige Besitz des Verlags wird dem Konzern aber inzwischen vom Bundeskartellamt streitig gemacht. Die Kartellrichter haben diese

Hoher Springer-Marktanteil von 23,6 % vor allem auf Boulevardzeitungen zurückzuführen

WAZ mit stabilen Gesamtauflagen trotz hoher Verluste in Ostdeutschland

⑤ Axel Springer-Verlag AG, Hamburg/Berlin¹⁾

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV	4 248 400	4 248 400
Hamburger Abendblatt	MV	303 500	303 500
B.Z. (7 x wö)	MV	266 600	266 600
Die Welt	MV	242 600	242 600
Elmshorner Nachrichten ²⁾	MV	12 200	12 200
Berliner Morgenpost (7 x wö)	100,0	174 200	174 200
Bergedorfer Zeitung ²⁾	100,0	21 700	21 700
Ostsee-Zeitung ³⁾	74,5	195 000	145 275
Leipziger Volkszeitung ⁴⁾	50,0	239 100	119 550
LVZ/Muldentalzeitung ⁵⁾	50,0	12 300	6 150
Dresdner Neueste Nachrichten ⁶⁾	50,0	37 500	18 750
Lübecker Nachrichten ⁷⁾	49,0	112 200	54 978
Naumburger Tageblatt ⁸⁾	37,5	19 700	7 388
Pinneberger Tageblatt ⁹⁾	28,7	14 200	4 075
Harburger Anzeigen und Nachrichten ²⁾¹⁰⁾	24,8	24 200	6 002
Kieler Nachrichten ¹¹⁾	24,5	109 100	26 730
Gesamtauflage	-	6 032 500	5 658 098
Marktanteil in %	-	-	23,6

- 1) Größte Aktionärs-Gruppe ist die Familie Springer mit 50 % plus einer Aktie. Der Kirch-Konzern hält 40 % plus eine Aktie. Der Rest ist verteilt auf kleinere Anteile. Nicht aufgeführt werden kleinere, indirekte Beteiligungen des Konzerns, z. B. am nordkurier in Neubrandenburg oder der Segeberger Zeitung.
- 2) Die Bergedorfer Zeitung, die Elmshorner Nachrichten und die Harburger Anzeigen und Nachrichten gehören zur Redaktionsgemeinschaft Norddeutsche Nachrichten mit der Hauptredaktion in Hamburg.
- 3) Ostsee-Zeitung: Das Blatt gehört je zur Hälfte den Lübecker Nachrichten und dem Springer-Konzern. Der Konzern ist also direkt und indirekt beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich ein Kapitalanteil von 74,5 %.
- 4) Leipziger Volkszeitung: Der Konzern ist direkt mit 50 % beteiligt. Die andere Hälfte der Anteile gehört zur Verlagsgruppe Madsack (vgl. weiter unten).
- 5) LVZ/Muldentalzeitung: Das einst eigenständige Blatt in Wurzen gehört dem Verlag der Leipziger Volkszeitung.
- 6) Dresdner Neueste Nachrichten: Der Springer-Konzern hält die Beteiligung über den Verlag der Leipziger Volkszeitung.
- 7) Lübecker Nachrichten: 49 % gehören der Axel Springer-Verlag AG. Eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlagsbeteiligungs AG bleibt unberücksichtigt.
- 8) Am Tageblatt in Naumburg ist der Verlag der Leipziger Volkszeitung mit 75,1 % beteiligt.
- 9) Pinneberger Tageblatt: Der Springer-Konzern hält direkt 23,4 % und ist über die Beteiligung in Kiel an weiteren 21,6 % beteiligt. Insgesamt wird der Verlagsgruppe eine Beteiligung von 28,7 % angerechnet. Die übrigen Anteile am Pinneberger Verlag hält der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag in Flensburg.
- 10) Harburger Anzeigen und Nachrichten: Der Konzern hält direkt einen Anteil von 24,8 %. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.
- 11) Kieler Nachrichten: Der Konzern hält direkt knapp 25 % der Anteile. Eine indirekte Beteiligung bleibt unberücksichtigt.

vollständige Übernahme untersagt. Sie verlangen die Wiederherstellung der alten Besitzstruktur. Nach längeren Auseinandersetzungen um den Verlag in Gera hatten sich die damalige Treuhandanstalt und der Konzern darauf verständigt, den Anteil der WAZ auf 40 Prozent festzuschreiben. In gleicher Höhe hatte sich zunächst die Verlagsgruppe um die Mainzer Allgemeine Zeitung beteiligt. 20 Prozent sollten die Mitarbeiter halten. Diese Beteiligung der Mitarbeiter ist nicht vollzogen worden, und auch das Engagement der Mainzer Allgemeinen war eng befristet. Bereits Ende 1995 hat sie ihre Anteile an den WAZ-Konzern verkauft, der seitdem Alleinbesitzer des Un-

⑥ Verlagsgruppe WAZ, Essen

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV		
Westfälische Rundschau ²⁾	100	1 093 300	1 093 300
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung ³⁾	100		
Westfalenpost ⁴⁾	100		
Ostthüringer Zeitung ⁵⁾	100	158 000	158 000
Thüringische Landeszeitung ^{5) 6)}	100	54 000	54 000
Thüringer Allgemeine ⁵⁾	50	257 900	128 950
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung ⁷⁾	25	30 700	7 614
Gesamtauflage	-	1 593 900	1 441 864
Marktanteil in %	-	-	6,0

- * geschätzte Teilaufgaben einzelner Titel.
- 1) Der Konzern meldet der ivw keine Einzelaufgaben der Zeitungen, wohl aber die Summe aller Titel in Nordrhein-Westfalen inklusive des Iserlohner Kreisanzeigers sowie die Summe der Titel in Thüringen inkl. der kooperierenden Thüringischen Landeszeitung. Für Iserlohn wird eine Teilaufgabe benannt, die im Wesentlichen identisch sein dürfte mit der Auflage des Iserlohner Kreisanzeigers und hier für den kleinen sauerländischen Titel genutzt wird. Die übrige Auflage in Nordrhein-Westfalen dürfte sich auf die vier Titel in etwa wie folgt verteilen: WAZ 575 000, WR 180 000, NRZ 165 000, WP 145 000 Exemplare.
 - 2) Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt die Westfälische Rundschau und einen Teil der westfälischen Auflage der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung. Dem Konzern gehören am Verlag 86,9 %.
 - 3) Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung und einen Teil der rheinischen Auflage der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4 % des Verlages.
 - 4) Der Verlag der Westfalenpost gehört vollständig zum Konzern.
 - 5) Der Konzern meldet für Thüringen eine Auflage von 469 900 Exemplaren. Darin enthalten ist auch die Auflage der Thüringischen Landeszeitung. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
 - 6) Die Thüringische Landeszeitung wird in dieser Statistik erstmals dem Konzern zugerechnet.
 - 7) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8 %. Das Bundeskartellamt ordnet der WAZ einen wesentlich höheren Anteil zu, da neben der offiziellen Beteiligung weitere Einflusspotentiale gegeben seien. Das Kartellamt hat diese Gesamtbeteiligung untersagt. Die Auseinandersetzung ist gerichtsanhängig.

ternehmens ist. Die Untersagungsverfügung gegen die heutige Besitzstruktur ist noch nicht rechtskräftig und wird gerichtlich überprüft.

Auch im Fall der Lokalzeitung Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung im Sauerland erheben die Kartellwächter ähnliche Vorwürfe gegen den Konzern. Neben der hier berücksichtigten Beteiligung von knapp 25 Prozent soll der Konzern verdeckt weitere erhebliche Einflusspotentiale über einen weiteren Eigner besitzen, der in Abhängigkeit zum Konzern steht. Dieses Verfahren ist noch nicht beendet. Auch bei der Thüringischen Landeszeitung sind die Verhältnisse unübersichtlich. Das Blatt ist in der Kapitalstruktur offiziell nicht mit dem Konzern verbunden, aber ungewöhnlich stark in die Geschäftsfelder des Konzerns eingebunden. Das Bundeskartellamt ordnet die Zeitung daher dem Konzern zu. Im Rahmen dieser Statistik wird dem erstmals entsprochen.

Ansonsten hat sich die Zeitungspalette des Konzerns im nationalen Markt nicht verändert. Expandiert ist der Konzern in den letzten Jahren allerdings kräftig in ausländische Zeitungsmärkte, insbesondere in Osteuropa. Zudem wurde die Diversifikation in andere Medientypen und Märkte durch den einstigen Zeitungsverlag fortgesetzt. Im nationalen Zeitungsmarkt hält der Konzern einen Anteil von 6,0 Prozent (5,9%) und bei den

Expansion in Osteuropa

Abonnementzeitungen einen Anteil von 7,9 Prozent (7,8%). Im Markt der Kaufzeitungen ist die Verlagsgruppe nicht vertreten.

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

Verlagsgruppe profitierte von der Einstellung zweier Konkurrenzblätter

Das komplizierte Beteiligungsgeflecht innerhalb der baden-württembergischen Verlagsgruppe ist im Vergleich zur Voruntersuchung relativ konstant geblieben. Ergänzt wurde die Titelpalette nur um das Hohenloher Tagblatt (vgl. Tabelle 7). Nicht in der Titelliste ausgewiesen sind weitere Zugewinne. So haben die Stuttgarter Zeitung bzw. die Stuttgarter Nachrichten von der Einstellung zweier Tageszeitungen in ihrem Verbreitungsgebiet profitiert. Sowohl die Nord Stuttgarter Rundschau als auch die Filder Zeitung sind als eigenständige Tageszeitungen vom Markt verschwunden. Der Titel Filder Zeitung wird heute von den beiden Stuttgarter Zeitungen für ein Supplement benutzt, das beiden Zeitungen im ehemaligen Verbreitungsgebiet der kleinen Lokalzeitung dreimal wöchentlich beigelegt wird. Vor allem auf diese beiden Vorgänge im Markt dürfte die Auflagensteigerung der beiden Stuttgarter Zeitungen beruhen. Auch die beiden anderen im Zentrum der Verlagsgruppe stehenden Titel, Die Rheinpfalz und die Südwest Presse, haben gegen den bundesweiten Trend an Auflage zugelegt, wenn auch nur in begrenztem Umfang. Die Verluste der beiden ostdeutschen Titel freie presse und Märkische Oderzeitung entsprechen dagegen der Gesamtentwicklung im ostdeutschen Zeitungsmarkt. Auch weil diese Verluste im Stammland teilweise kompensiert werden konnten, schneidet die Gruppe relativ konstant ab. Die leicht rückläufige Gesamtauflage spiegelt sich in einem konstanten Marktanteil von 5,0 Prozent nicht wider. Im Markt der Abonnementzeitungen liegt der Anteil bei 6,5 Prozent (6,6%). Im Boulevardmarkt ist die Gruppe nicht vertreten.

4. Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Köln erzielte größten Zugewinn aller zehn Unternehmen

Die Kölner Verlagsgruppe hat im Vergleich zu 1997 den größten Zugewinn erzielt. Mit 4,4 Prozent Marktanteil (4,0%) hat sie kräftig zugelegt, obwohl auch diese Gruppe bei einzelnen Titeln Auflagenrückgänge hinnehmen musste. Der Zugewinn basiert auf der Übernahme der Kölnischen Rundschau, die redaktionell allerdings weiterhin unabhängig ist. Eine schon Jahre zuvor übernommene Beteiligung an der Rundschau in Höhe von 20 Prozent war statistisch bislang nicht zum Tragen gekommen, weil sie unterhalb der Erfassungsschwelle von 25 Prozent gelegen hatte. Nach der Übernahme besitzt die Verlagsgruppe in der Millionenstadt Köln und in deren Umgebung ein ungewöhnliches Anbietermonopol, das sich auf die Titel Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und Express erstreckt. Die Boulevard-Zeitung Express hat allerdings erhebliche Absatzprobleme (vgl. Tabelle 8). Insbesondere der Ableger Düsseldorf-Express hat im Vergleich zur Voruntersuchung fast ein Viertel seiner Auflage verloren. Diese Schwierigkeiten auf dem Boulevard drücken sich in einem Verlust von 2,1 Prozentpunkten seit 1995

⑦ Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz, Ludwigschafen/

Südwest Presse, Ulm			
Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung ¹⁾²⁾			
Stuttgarter Nachrichten ¹⁾³⁾	MV	215 400	215 400
Fellbacher Zeitung ¹⁾³⁾	100	-	-
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV	249 500	249 500
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV	108 300	108 300
freie presse ⁴⁾	100	410 500	410 500
Märkische Oderzeitung ⁶⁾	100	127 700	127 700
Kreisnachrichten ⁷⁾	100	12 600	12 600
Südwest Presse, Metzingen/ Reutlinger Nachrichten ⁸⁾	100	14 100	14 100
Alb Bote, Münsingen ⁹⁾	100	5 200	5 200
Rundschau für den Schwäbischen Wald ¹⁰⁾	100	5 200	5 200
Leonberger Kreiszeitung ¹¹⁾	50	16 700	8 350
Geislinger Zeitung ¹²⁾	50	15 300	7 650
Waiblinger Kreiszeitung ¹³⁾	36	47 800	17 208
Hohenloher Tagblatt ¹⁴⁾	33	15 200	5 062
Gesamtauflage	-	1 243 500	1 186 770
Marktanteil in %	-	-	5,0

- 1) Die beiden Stuttgarter Zeitungen melden der ivw nur gemeinsam ihre Auflage.
- 2) Die Stuttgarter Zeitung erscheint in der Verlagsgesellschaft Eberle GmbH & Co KG, an der mit 50 % die Stuttgarter Zeitung Verlag GmbH und mit zusammen 25 % zahlreiche baden-württembergische Verlage beteiligt sind. An der Stuttgarter Zeitung GmbH wiederum sind Die Rheinpfalz mit 44,4 % und die Ebner Pressegesellschaft KG (Südwest Presse) mit 9,1 % beteiligt. Die Stuttgarter Zeitung GmbH besitzt die Württemberger Zeitung GmbH.
- 3) Die Württemberger Zeitung GmbH hält 80 % der Anteile an den Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH. Der Ebner Pressegesellschaft KG gehören 6,7 %. Der Rest ist auf kleine Anteile verteilt. Die Fellbacher Zeitung gehört zu 100 % zu den Stuttgarter Nachrichten.
- 4) Die Rheinpfalz: Die Zeitung gehört zum Konzern Medien Union GmbH, der wiederum zur Hälfte im Besitz der Verlegerfamilie Schaub ist. Eine der bedeutendsten Beteiligungen des Medienkonzerns ist der Anteil von 44,4 % an der Stuttgarter Zeitung GmbH. Die Medien Union besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 5) Südwest Presse: Die Südwest Presse, Ulm, erscheint im Verlag Neue Pressegesellschaft mbH & Co KG. Eine Hälfte davon gehört der Ebner Pressegesellschaft KG, die andere Hälfte der Zeitungsverlags und Druckhaus GmbH in Göppingen. 50 % davon wiederum gehören der Württemberger Zeitung GmbH und damit letztlich zur Stuttgarter Zeitung. In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Der Ulmer Verlag der Südwest Presse und die Stuttgarter Verlagsgesellschaft Eberle besitzen je zur Hälfte die Märkische Oderzeitung in Frankfurt/Oder.
- 7) Kreisnachrichten: Die Zeitung wird über die Württemberger Zeitung GmbH gehalten.
- 8) Die Südwest Presse in Metzingen gehört der Neuen Pressegesellschaft in Ulm. Die Reutlinger Nachrichten erscheinen in einem Tochterbetrieb des Verlags in Metzingen.
- 9) AlbBote: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält alle Anteile an der Verlag Baader GmbH in Münsingen.
- 10) Rundschau: Der Verlag Neue KreisRundschau GmbH gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Er liefert auch den Hauptteil.
- 11) Leonberger Kreiszeitung: Sie gehört zu 50 % der Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft Eberle und übernimmt den Hauptteil der Stuttgarter Nachrichten.
- 12) Geislinger Zeitung: Die Neue Pressegesellschaft, Ulm, hält 50 % der Anteile und liefert den Hauptteil.
- 13) Waiblinger Kreiszeitung: 36 % der Anteile hält die Zeitungsverlag und Druckhaus GmbH, Göppingen. Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 14) Am Hohenloher Tagblatt hält die Neue Pressegesellschaft in Ulm ein Drittel der Kapitalanteile.

(6,9%) auf einen Marktanteil von heute noch 4,8 Prozent (5,3%) aus. Im Markt der Abonnementzeitungen ist der Anteil seit 1997 von 3,6 Prozent auf 4,2 Prozent gestiegen. Die Verlagsgruppe hatte sich - wie eine Reihe anderer Verlage - für eine Übernahme der Braunschweiger Zeitung interessiert, die zeitweilig zum Verkauf stand, schließlich aber eigenständig geblieben ist.

⑧ **Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger ¹⁾	MV	423 900	423 900
Kölnische Rundschau ¹⁾	MV	-	-
Mitteldeutsche Zeitung, Halle ²⁾	100	350 300	350 300
Express ¹⁾	MV	231 300	231 300
Düsseldorf-Express ³⁾	50	73 300	36 650
Naumburger Tageblatt ⁴⁾	25	19 700	4 905
Gesamtauflage	-	1 098 500	1 047 055
Marktanteil in %	-	-	4,4

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

5. Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag/Friedmann

Steigerung des Marktanteils trotz leichter Auflagenverluste

Trotz leichten Auflagenrückgangs ist der Marktanteil der bayerischen Verlagsgruppe von 3,2 Prozent in 1997 auf 3,3 Prozent gestiegen. Zugleich hat sich die Gruppe wegen der hohen Verluste von Gruner + Jahr in der Rangliste um einen Platz verbessert. Die Titelpalette ist dabei praktisch konstant geblieben (vgl. Tabelle 9). Nur in Thüringen haben sich bei den beiden Titeln interne Verschiebungen ergeben. Sämtliche Titel bis auf das Flaggschiff Süddeutsche Zeitung haben im Vergleich zur letzten Untersuchung Auflage verloren. Die Auflagensteigerung des Mutterverlags kompensiert die Verluste insbesondere bei der anteiligen Auflage aber nahezu. In den beiden Teilmärkten Abonnementpresse und Kaufzeitungen sind die Marktanteile mit 3,2 Prozent und 3,3 Prozent inzwischen fast gleich hoch. Weiterhin unberücksichtigt bleibt ein kleiner Anteil der Verlagsgruppe an der Hersfelder Zeitung in Hessen.

6. Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Konstante Entwicklung bei Verlagsgruppe FAZ

Bei der Verlagsgruppe um die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat es fast keine Veränderungen gegeben. Die leichten Auflagenverluste bewegen sich im Branchendurchschnitt, so dass der Marktanteil mit 3,0 Prozent konstant geblieben ist (vgl. Tabelle 10). Am Markt der Abonnementzeitungen ist die Gruppe unverändert mit 3,9 Prozent beteiligt.

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

Verlagsgruppe Ippen konnte mit kleineren Titeln Marktanteile steigern

Die Verlagsgruppe Ippen zählt zu den wenigen Verlagen, die in den letzten Jahren ihre Auflage steigern konnten. Die Zuwächse sind jedoch gering. Die Expansion verläuft auch bei der Ippen-

⑨ **Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag/Friedmann**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Süddeutsche Zeitung ¹⁾	MV	427 300	427 300
Die Abendzeitung ¹⁾	MV	184 600	184 600
Frankenpost ²⁾	70	59 400	41 580
Neue Presse, Coburg ²⁾	70	30 900	21 630
Freies Wort ²⁾	70	109 900	76 930
stz Südthüringer Zeitung ³⁾	70	-	-
Vogtland-Anzeiger/Vogtlandpost ⁴⁾	70	12 200	8 540
Donau Kurier ⁵⁾	25	78 000	19 500
Gesamtauflage	-	902 300	780 080
Marktanteil in %	-	-	3,3

- 1) Die Abendzeitung GmbH & Co KG, München, ist im Alleinbesitz von Johannes Friedmann. Die Erbengemeinschaft Friedmann ist mit 25,1 % an der Süddeutschen Verlag GmbH beteiligt.
- 2) Am Verlag des Freien Wort in Suhl, der Frankenpost in Hof und der Neuen Presse in Coburg halten der Süddeutsche Verlag je 70 %, die SPD je 30 %.
- 3) Dem Verlag in Suhl gehört die stz Südthüringer Zeitung. Die Auflagenzahlen beziehen sich auf beide Titel.
- 4) Der Vogtland-Anzeiger/Vogtlandpost gehört vollständig dem Verlag der Frankenpost und wird anteilig in der Höhe der Frankenpost berücksichtigt.
- 5) Am Donau Kurier in Ingolstadt ist der Süddeutsche Verlag mit 25 % beteiligt.

⑩ **Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung ¹⁾	MV	407 100	407 100
Frankfurter Neue Presse ¹⁾	100	98 400	98 400
Märkische Allgemeine ²⁾	100	203 400	203 400
Werra-Rundschau ³⁾	73	13 400	9 822
Gesamtauflage	-	722 300	718 722
Marktanteil in %	-	-	3,0

- 1) Die beiden wichtigsten Gesellschafter der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH sind die Fazit-Stiftung mit 53,7 % und die Frankfurter Societäts-Druckerei, der Verlag der Frankfurter Neuen Presse, mit 26,3 %. 12,9 % hält die GmbH an eigenen Anteilen. Der Rest verteilt sich auf kleine Beteiligungen. Die Frankfurter Societäts-Druckerei gehört zu 51 % der Fazit-Stiftung, den Rest teilen sich der Peter Kluthe-Verlag, die Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH und Eigner mit kleinen Anteilen.
- 2) Die Märkische Allgemeine gehört vollständig der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH.
- 3) Die Werra Rundschau wird von der Werra-Verlag Kluthe KG verlegt. Diese Gesellschaft gehört zu 73,3 % über die Peter Kluthe-Verlagsgesellschaft mbH Peter Kluthe. 26,7 % hält der Kasseler Verlag Dierichs. Eine geplante Aufstockung deren Anteils hat das Kartellamt untersagt. Die Kluthe-Verlagsgesellschaft ist wiederum an der Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH beteiligt.

Gruppe nicht mehr so stürmisch wie noch vor wenigen Jahren. Hinzugekommen ist eine kleine Lokalzeitung im Sauerland und zudem sind die Anteile an einzelnen Verlagen aufgestockt worden (vgl. Tabelle 11). Die Verlagsgruppe unterhält wie keine andere geringauflagige Lokalzeitungen. Der Verleger Ippen hat nur selten solche kleinen Blätter bzw. Lokalausgaben von Zeitungen aufgegeben. Zuletzt wurde allerdings die zweimal wöchentlich in der Nähe von Offenbach erscheinende Langener Zeitung eingestellt. Der Titel wird nunmehr für eine Lokalausgabe der Offenbach Post genutzt. Wegen der nachlassenden Nachfrage im Gesamtmarkt ist bereits eine leichte Steigerung beim Marktanteil spürbar. Die Gruppe kommt jetzt auf einen Anteil von 2,9 Prozent (2,7%). Im Boulevardmarkt erreicht die Gruppe mit ihrer Kaufzeitung

⑪ **Verlagsgruppe Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/
Westfälischer Anzeiger/Ippen**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchener Merkur ¹⁾	MV	200 300	200 300
tz ¹⁾	MV	154 200	154 200
Oberbayerisches Volksblatt ²⁾	MV	76 800	76 800
Westfälischer Anzeiger ³⁾	MV	49 700	49 700
Oranienburger Generalanzeiger ⁴⁾	100	31 800	31 800
Vlothoer Anzeiger (2 x wö) ⁵⁾	100	5 200	5 200
Leine Deister Zeitung ⁶⁾	100	5 100	5 100
Fehmarnsches Tageblatt ⁷⁾	100	2 300	2 300
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁷⁾	100	2 300	2 300
Schongauer Nachrichten ⁸⁾	70	9 700	6 829
Allgemeine Zeitung + Isenhagener Kreisblatt ⁹⁾	70	27 600	19 320
Altmark-Zeitung ¹⁰⁾	70	32 600	22 820
Lüdenscheider Nachrichten ¹¹⁾	61	37 100	22 557
Kreiszeitung, Syke ¹²⁾	51	81 100	41 280
Wildeshauser Zeitung ¹³⁾	51	3 100	1 578
Offenbach Post ¹⁴⁾	50	50 300	25 150
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ¹⁴⁾	50	4 400	2 200
Soester Anzeiger ¹⁵⁾	40	32 600	13 040
Mendener Zeitung ¹⁵⁾	40	6 200	2 480
Gesamtauflage	-	812 400	684 954
Marktanteil in %	-	-	2,9

- 1) Bei den Verlagen des Münchener Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Dirk Ippen hält 24,99 %, der Verlag des Westfälischen Anzeigers in Hamm 26,4 %, die Oberbayerisches Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 29,2 %, der Verleger Alfons Döser 6,9 % und die Süddeutsche Verlag GmbH 12,5 %. Der Süddeutsche Verlag wurde trotz dieses Anteils aber nicht dieser Verlagsgruppe zugerechnet, da er mit dieser konkurriert und eine eigene Verlagsgruppe bildet.
- 2) Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- 3) Westfälischer Anzeiger: Ippen hält über den Verlag der Leine-Deister-Zeitung eine Beteiligung von 78 % am Verlag in Hamm. 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 Lipstadt.
- 4) Oranienburger Generalanzeiger: Die Zeitung gehört über den Westfälischen Anzeiger vollständig zur Verlagsgruppe.
- 5) Der Vlothoer Anzeiger gehört dem Verleger Dirk Ippen.
- 6) Leine-Deister-Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört der Familie Ippen. Über diesen Verlag hält er eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen.
- 7) Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, 80 % der Anteile. Die Auflage wird entsprechend vollständig der Verlagsgruppe zugeordnet.
- 8) Schongauer Nachrichten: Die Lokalzeitung gehört inzwischen überwiegend zur Verlagsgruppe. Nachdem das Bundeskartellamt vor Jahren zunächst eine mehrheitliche Beteiligung der Gruppe untersagt hatte, ist eine Aufstockung der Anteile auf 60 % zuletzt akzeptiert worden. Dieser 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.
- 9) 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.
- 10) Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide, an dem Dirk Ippen einen Anteil von 70 % hält.
- 11) Lüdenscheider Nachrichten: Neben dem Lüdenscheider Titel erscheinen auch die Meinerzhagener Zeitung, das Altenaer Kreisblatt, der Allgemeine Anzeiger (Halver) und seit Mitte 1997 der Süderländer Volksfreund in der Märkischen Zeitungsverlag GmbH & Co KG. Die Anteile halten im Wesentlichen die drei früheren Verlage der Zeitungen und der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich nach einer weiteren Erhöhung in den letzten Jahren auf 60,8 %.
- 12) Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7 % hält die Leine-Deister-Zeitung. Hinzu kommen gut 10 % durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- 13) Wildeshauser Zeitung: Die Kreiszeitung in Syke hat den kleinen Verlag inzwischen vollständig übernommen. Sie liefert dem Kleinverlag auch den Hauptteil und bildet mit ihm eine Anzeigenkooperation.
- 14) Offenbach Post: An der Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG hält der Westfälische Anzeiger 60 % und die Leine-Deister-Zeitung 40 %. An der persönlich haftenden GmbH ist der Westfälische Anzeiger mit 30 % beteiligt, die Leine-Deister-Zeitung mit 20 %. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- 15) Soester Anzeiger: Der 40%-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten. Der Verlag gibt auch die Mendener Zeitung heraus.

tz in München einen Marktanteil von 2,8 Prozent (2,6 %). Gleichgeblieben ist der Anteil bei den Abonnementzeitungen mit 2,8 Prozent.

8. **Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg**

Der Marktanteil von Gruner + Jahr ist von 3,4 Prozent in 1997 auf 2,8 Prozent gesunken (vgl. Tabelle 12) und das Unternehmen von Rang 5 auf Platz 8 gefallen. Der Auflagenverlust beträgt rund 185 000 Exemplare und geht im Wesentlichen auf den Verkauf der Boulevardzeitung Hamburger Morgenpost zurück. Der Großverlag hatte die Morgenpost seit der Übernahme 1986 nie wirklich stabilisieren können und sah keine Aussicht auf Besserung. Dennoch kam der Zeitpunkt des Verkaufs überraschend, da der Verlag nur wenige Monate zuvor mit einer redaktionellen Kooperation zwischen seinen Boulevardtiteln und dem Express aus Köln neue Wege zur Kostenbegrenzung beschritten hatte. Diese innerbetrieblich und in der Öffentlichkeit umstrittene Kooperation ist inzwischen wieder beendet worden. Der Großverlag mit seinem Kerngeschäft im Zeitschriftenmarkt agiert im Vergleich zu den anderen Verlagsgruppen im Zeitungsmarkt unbeständig. Ähnlich wie bei der Morgenpost waren auch mit Gratiszeitungen zunächst weitreichende Ziele verfolgt worden. Dem Einstieg bei der Zeitung zum Sonntag in Freiburg folgten Neugründungen in Heilbronn und Karlsruhe, weitere waren angekündigt. Wegen anhaltender Misserfolge begrub Gruner + Jahr jedoch die Expansionspläne und verkaufte die Anteile an den bereits bestehenden Titeln. Ähnliches gilt für die Entwicklung der mit Zeitungen verbundenen Anzeigenblätter oder für die Entwicklung der Morgenpost in Ostdeutschland.

Erneut Auflagen- und Marktanteilsverluste von Gruner + Jahr bei Tagespresse

⑫ **Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg¹⁾**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Berliner Zeitung ²⁾	100	203 800	203 800
Berliner Kurier (7 x wö) ²⁾	100	177 000	177 000
Sächsische Zeitung ³⁾	60	357 800	214 680
Morgenpost für Sachsen (7 x wö) ⁴⁾	60	116 900	70 140
Gesamtauflage	-	855 500	665 620
Marktanteil in %	-	-	2,8

- 1) Im Zentrum der Verlagsgruppe steht das Mutterunternehmen, das selbst im Zeitungsmarkt nicht aktiv ist.
- 2) Die Verlage der Berliner Zeitung und des Berliner Kurier gehören vollständig dem Konzern.
- 3) Sächsische Zeitung: Gruner + Jahr hält 60 % der Anteile, die SPD 40 %.
- 4) Die beiden sächsischen Ausgaben der Morgenpost (Dresden und Chemnitz) erscheinen in einem Tochterverlag der Sächsischen Zeitung.

Auch Versuche, weitere Abonnementzeitungen zu akquirieren, sind bislang fehlgeschlagen und scheinen auf der Prioritätenliste des Konzerns nach unten verschoben worden zu sein. Nur im Ausland wurde das Zeitungsgeschäft durch Aufstockung

Ausbau des Zeitungsgeschäfts nur im Ausland

von Anteilen (z. B. bei der Nepszabadsag, Ungarns bedeutendster Tageszeitung) oder durch weitere Akquisitionen (z. B. Evenimental Zilei in Rumänien) weiter ausgebaut. Andererseits sind gerade kürzlich Beteiligungen an ungarischen Regionalzeitungen verkauft worden. Im Inland werden die Erträge insbesondere der Sächsischen Zeitung und des Berliner Kurier genutzt, um die Verluste der Berliner Zeitung im härtesten Regionalmarkt Deutschlands aufzufangen. Dabei werden auch Versuche zur Ertragssteigerung unternommen, die letztlich sogar einen Streik bei der Sächsischen Zeitung provozierten und insgesamt für das Unternehmen nicht zuletzt wegen des entstandenen Imageschadens kontraproduktiv sind. Eine langfristig ausgelegte Planung für den Zeitungsmarkt ist nicht erkennbar. Immerhin hatte der Konzern den Mut, mit der Wirtschaftszeitung Financial Times Deutschland einen neuen Titel zu starten. Partner bei dieser kostenträchtigen Markteinführung ist der britische Pearson-Konzern, der Besitzer der Financial Times. Das Unternehmen erreicht in den Teilmärkten folgende Anteile: bei den Boulevardzeitungen noch 3,2 Prozent (6,8 %); bei den Abo-Zeitungen 2,7 Prozent (2,4 %).

9. Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Anders als bei den anderen Verlagsgruppen, aber genau wie bei Gruner + Jahr, ist das Mutterunternehmen nicht selbst im Zeitungsmarkt verlegerisch aktiv. Es gibt also keinen klassischen Mutterverlag. Nach Jahren der Expansion hat der Holtzbrinck-Konzern im Zeitungsmarkt zuletzt eine Konsolidierungsphase durchlaufen. Sämtliche Vergleichsgrößen, wie verkaufte oder anteilige Auflage bzw. Marktanteil, sind praktisch gleich geblieben (vgl. Tabelle 13). Immerhin ist es gelungen, in den alten Bundesländern die Auflagen weitgehend zu halten. Wie die anderen hochauflagigen Titel in den neuen Bundesländern hat aber auch die Lausitzer Rundschau deutlich Auflage verloren. Zur Stabilisierung der Märkte haben auch Gebietsvereinbarungen mit Nachbarverlagen beigetragen, so etwa beim Südkurier. Der Marktanteil bei den Abonnementzeitungen ist mit 3,3 Prozent stabil. Bei der Berechnung blieb wie in den Vorjahren die Fachzeitung der Verlagsgruppe, das Handelsblatt, unberücksichtigt. Rechnet man den Wirtschaftstitel mit hinein, kommt das Unternehmen im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 3,2 Prozent.

10. Verlagsgruppe Madsack/Gerstenberg, Hannover

Vor allem wegen der Verluste der Beteiligungsunternehmen in Ostdeutschland sind die Gesamtauflagen der Verlagsgruppe deutlich gesunken. Der Anteil am Gesamtmarkt ist dennoch leicht auf 2,4 Prozent (2,3 %) gestiegen. Im Stammland Niedersachsen ist die Marktposition erneut verbessert worden. Seitdem größere Zukäufe aus kartellrechtlichen Gründen dort kaum noch möglich sind,

13 Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG, Stuttgart

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Main Post ¹⁾	100	148 800	148 800
Fränkisches Volksblatt ¹⁾	100	-	-
Südkurier ²⁾	100	148 700	148 700
Saarbrücker Zeitung ³⁾	52	174 000	90 480
Lausitzer Rundschau ⁴⁾	52	159 200	82 784
Trierischer Volksfreund ⁵⁾	52	99 600	51 792
Pfälzischer Merkur ⁵⁾	52	10 500	5 460
Der Tagesspiegel ⁶⁾	51	135 600	69 156
Potsdamer Neueste Nachrichten ⁶⁾	51	10 400	5 304
Bote vom Grabfeld ⁷⁾	25	3 000	750,0
Gesamtauflage	-	889 800	603226,0
Marktanteil in %	-	-	2,5

- 1) Die Main Post gehört dem Konzern. Zum Verlag gehört auch das Fränkische Volksblatt. Die Auflage bezieht sich auf beide Titel. In der Auflagenzahl ist zudem die kleine Zeitung Bote vom Haßgau enthalten.
- 2) Die drei Eigner der Holtzbrinck-Zentrale halten jeder ein Drittel der Anteile an der Südkurier GmbH. Der Konstanz Verlag besitzt den Alb-Boten in Waldshut, dessen Auflage in jener des Südkuriers berücksichtigt ist.
- 3) An der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH sind die drei Eigner der Holtzbrinck-Zentrale mit zusammen 52,2 % beteiligt.
- 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) Am Tagesspiegel in Berlin hält die Familie von Holtzbrinck 51 % der Anteile. Zum Verlag gehören auch die Potsdamer Neuesten Nachrichten.
- 7) Die Main Post hält am Bote vom Grabfeld eine Beteiligung von 24,8 %.

**Holtzbrinck durch-
lief zuletzt Konsoli-
dierungsphase**

**Auflagenverluste
für Madsack-Titel
in Ostdeutschland,
dennoch insgesamt
stabiler Marktanteil**

arrondieren die Hannoveraner die Regionen am Rande ihres Kernbereichs. An der nördlich angrenzenden Celleschen Zeitung hält der Konzern eine Beteiligung von 24,8 Prozent. Ihm zugeordnet wird ein weiterer Anteil in Höhe von 25,2 Prozent, den offiziell eine der Eignerfamilien des Konzerns hält (vgl. Tabelle 14). Eine hälftige Beteiligung des Konzerns am Verlag in Celle wäre kartellrechtlich wohl gescheitert. Die direkte Beteiligung liegt knapp unterhalb der kartellrechtlichen Relevanzschwelle von 25 Prozent. Inzwischen besteht auch eine Beteiligung an der Nachbarzeitung Die Harke (Nienburg), die allerdings die Erfassungsschwelle für diese Statistik unterschreitet. Ähnlich ist die Situation im benachbarten Kreis Schaumburg. Dort hat sich der Konzern jüngst mit dem Wettbewerber, der Dewezet in Hameln, geeinigt. Der Verlag in Hameln stellte die Lokalzeitung Generalanzeiger in der Kreisstadt Stadthagen ein. Bei den verbliebenen Verlagen im Kreis Schaumburg wurden Überkreuzbeteiligungen vorgenommen. Derartige Arrondierungen erhöhen nicht zwingend die Auflage, haben neben den gewünschten betriebswirtschaftlichen Effekten aber auch publizistische Folgen. Sie sind im Kern wettbewerbsbe- oder verhin- dernd und führen zur Ausdünnung der Märkte, im Extrem zur Ausdehnung von Monopolen.

Die Verlagsgruppe besteht ausschließlich aus Abonnementzeitungen. Allein die Neue Presse in Hannover weist boulevardeske Züge auf, wird aber sehr wohl als Abonnementzeitung bewertet. Der Anteil der Verlagsgruppe in diesem Markt beträgt 3,1 Prozent (3,1 %).

14) **Verlagsgruppe Madsack/Gerstenberg, Hannover¹⁾**

Titel	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung ²⁾	MV	234 600	234 600
Neue Presse, Hannover ²⁾	MV	-	-
Hildesheimer Allgemeine Zeitung ³⁾	MV	50 000	50 000
Göttinger Tageblatt ⁴⁾	100	39 500	39 500
Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine ⁵⁾	100	33 200	33 200
Schaumburger Nachrichten ⁶⁾	100	16 200	16 200
Peiner Allgemeine Zeitung ⁷⁾	100	22 200	22 200
Leipziger Volkszeitung ⁸⁾	50	239 100	119 550
Dresdner Neueste Nachrichten/ Die Union ⁸⁾	50	37 500	18 750
LVZ/Muldentalzeitung ⁸⁾	50	12 300	6 150
Naumburger Tageblatt ⁹⁾	38	19 700	7 388
Cellesche Zeitung ¹⁰⁾	50	33 100	16 550
AZ Alfelder Zeitung ¹¹⁾	49	10 100	4 949
Beobachter ¹²⁾	45	6 300	2 835
Gandersheimer Kreisblatt ¹³⁾	33	5 800	1 914
Täglicher Anzeiger ¹⁴⁾	30	12 500	3 750
Gesamtauflage	-	772 100	577 486
Marktanteil	-	-	2,4

- 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.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse aus einem Tochterverlag der Verlagsgesellschaft Madsack wird nur eine Gesamtauflage gemeldet.
- 3) Der Verlag der Hildesheimer Allgemeinen Zeitung, die Gebrüder Gerstenberg GmbH & Co KG, ist mit rund 6 % an der Verlagsgesellschaft Madsack beteiligt. Beide Verlage arbeiten darüber hinaus wirtschaftlich und redaktionell zusammen.
- 4) Das Göttinger Tageblatt gehört zu 99 % der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine: Der Verlag gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 6) Die Schaumburger Nachrichten erscheinen in dem gleichnamigen Verlag. Bis vor kurzem war der Verlag ein Tochterunternehmen des Konzerns, inzwischen sind kleinere Anteile an den Verlag der Dewezet in Hameln abgegeben worden.
- 7) Die Zeitung ist in ein Tochterunternehmen ausgelagert worden.
- 8) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung 50 % der Anteile. Der Leipziger Verlag wiederum hält Anteile am Tageblatt in Naumburg und besitzt die Dresdner Neuesten Nachrichten sowie die LVZ/Muldentalzeitung in Wurzen. Partner bei diesen Zeitungen ist jeweils der Springer-Konzern.
- 9) 75,1 Prozent des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung.
- 10) Der Konzern hält direkt einen Anteil von 24,8 %. Weitere 25,2 % hält eine der Eigentümerfamilien des Konzerns. Der Anteil wird dem Konzern zugerechnet.
- 11) Die Verlagsgesellschaft Madsack und die Gebrüder Gerstenberg (Hildesheimer Allgemeine Zeitung) besitzen jeweils 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.
- 12) Am Beobachter in Seesen sind die Verlagsgesellschaft Madsack mit 15 % und die Gebrüder Gerstenberg mit 24 % beteiligt; hinzu kommen indirekte Anteile.
- 13) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co KG sind u. a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4 %) und des Täglichen Anzeigers (24,4 %). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30 %.
- 14) Den Anteil am Täglichen Anzeiger in Holzminden hält die Verlagsgesellschaft Madsack.

Anmerkungen:

- 1) Zu den Konzentrationsmessungen im Zeitungsmarkt vgl. zuletzt: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 1997: Leichte Steigerung der Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 1997. In: Media Perspektiven 7/1997, S. 367-377.
- 2) BDZV: Zeitungen '99. Bonn 1999, hier S. 20.
- 3) Nach einer Untersuchung des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen differieren die Leistungen der Zeitungsverlage in der lokalen Berichterstattung in Verbreitungsgebieten mit und ohne Wettbewerb erheblich. Vgl. dazu: Pätzold, Ulrich/Horst Röper: Lokale Medienkonkurrenz und publizistische Vielfalt. Unterschiede der Lokalberichterstattung am Beispiel nordrhein-westfälischer Zeitungen. In: Media Perspektiven 12/1995, S. 586-595.
- 4) Die Redaktion der Kölnischen Rundschau arbeitet gestützt auf einen Dienstleistungsvertrag allerdings weiterhin unabhängig von den neuen Schwesterzeitungen.
- 5) Bericht des Bundeskartellamts über seine Tätigkeit in den Jahren 1993/94 sowie über die Lage und Entwicklung auf seinem Aufgabengebiet. BT-Drucksache 13/1660, S. 121.
- 6) Vgl. dazu journalist 9/97, S. 34f.
- 7) Von diesen Blättern sind mit einer Ausnahme alle inzwischen in Fusionen aufgegangen oder eingestellt worden, wie etwa zuletzt der General-Anzeiger im niedersächsischen Stadthagen.
- 8) Die 15 Uhr Aktuell Verlags GmbH in Berlin ist Ende Mai 2000 liquidiert worden. Die Schulden beliefen sich auf 20 Mio DM. Das Blatt war bereits seit Februar nicht mehr erschienen.
- 9) Der Medienkonzern Schibsted AG in Oslo ist der größte Zeitungsverlag in Norwegen. Im Ausland bestehen Beteiligungen an weiteren Verlagen und Fernsehsendern. Mit Gratiszeitungen hat das Unternehmen bereits erhebliche Erfahrungen. Unter anderem wird auch am Stammsitz in Oslo ein Titel verlegt. Zeitgleich mit dem Start in Köln ist auch in Zürich ein ähnliches Produkt aufgelegt worden.
- 10) Der Springer-Verlag hat rasch auf den neuen Konkurrenten reagiert und am 15. Dezember 1999 Köln extra gestartet. Der Verlag DuMontSchauberg hat in diesem Jahr den Titel Kölner Morgen mit einer Auflage von 122 000 Exemplaren in den Markt gebracht.
- 11) Zuletzt hat das Oberlandesgericht Köln zugunsten der Gratiszeitungen entschieden. Bislang sei keine konkrete Gefahr für die Presse erkennbar, urteilten die Richter im Berufungsverfahren (Az. 6 U 40/2000).
- 12) Auch in den Neuen Bundesländern sind fast alle der ca. 70 Neugründungen gescheitert. Vgl. z.B. Röper, Horst: Die Entwicklung des Tageszeitungsmarktes in Deutschland nach der Wende in der ehemaligen DDR. In: Media Perspektiven 7/1991, S. 421-430.
- 13) Ein auf die U-Bahn gestütztes Vertriebskonzept würde zudem die Zahl der potentiellen Märkte eng begrenzen. Für die künftige Entwicklung des neuen Printtyps könnte daher ein anderer Vertrieb bedeutsam sein. Dabei liegt es nahe, die positiven Erfahrungen der Anzeigenblätter mit der Zustellung an die Haushalte zu nutzen.
- 14) Zitiert nach: Frankfurter Rundschau v. 30.5.2000.
- 15) iww: Auflagenliste I/2000. Bonn 2000. Vgl. zuletzt Röper, Horst: Zeitungsmarkt 1997: Leichte Steigerung der Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 1997. In: Media Perspektiven 7/1997, S. 367-377.
- 16) Vgl. ebd.

