

Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im 1. Quartal 2014

## ▶ Zeitungsmarkt 2014: Erneut Höchstwert bei Pressekonzentration

Von Horst Röper\*

**Rund 60 %  
aller verkauften  
Zeitungs-exemplare  
stammen aus nur  
zehn Verlagsgruppen**

Die horizontale Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt – gemessen als Anteile der Verlage an der verkauften Gesamtauflage – wächst weiter. Dies gilt insbesondere für den Teilmarkt der Abonnementzeitungen. Die zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen haben im 1. Quartal 2014 gemeinsam einen Marktanteil von 59,3 Prozent an der Gesamtauflage der Tagespresse. 2012 waren es noch 59,1 Prozent. (1) Damit ist die Pressekonzentration zum zweiten Mal in Folge auf einen Höchstwert gestiegen. Bei den Abozeitungen kommen die fünf auflagenstärksten Verlagsgruppen auf einen Anteil von 36,0 Prozent (2012: 34,3%). Vor zehn Jahren hatte der Anteil noch bei 28,8 Prozent gelegen. Bei den Kaufzeitungen erreichen die fünf größten Anbieter schon seit Jahren annähernd 100 Prozent der Auflage. In diesem Marktsegment, das im vergangenen Jahrzehnt stärker von Auflagenrückgängen betroffen war als die Abonnementzeitungen, drohen aktuell weitere Rückgänge, insbesondere durch das laufende Insolvenzverfahren für die Abendzeitung in München.

**Auflagenrückgang  
hält an**

Die Gründe für die nach wie vor angespannte Lage im Zeitungsmarkt sind insbesondere der weiterhin nachlassende Werbeumsatz und die gleichfalls weiterhin sinkende Gesamtauflage. Für das 1. Quartal 2012 war im Rahmen dieser Aufsatzreihe noch von einer verkauften Gesamtauflage von 21,355 Millionen Exemplaren ausgegangen worden. Aktuell sind es noch 19,943 Millionen Exemplare. Das entspricht einem Verlust von 6,6 Prozent. Vor zehn Jahren hatte die Auflage noch bei 26,284 Millionen Exemplaren gelegen. Die Branche hat in den letzten zehn Jahren knapp ein Viertel der Auflage verloren.

Dennoch ist der in der Presse oft genutzte Terminus des Zeitungssterbens im Zusammenhang mit sinkenden Auflagen nicht gerechtfertigt. Der hohe Auflagenverlust ist weder Ursache noch Folge eines Zeitungssterbens. Vom Markt sind in den letzten Jahren nur wenige Titel vollständig verschwunden. Aber gerade der im deutschen Markt dominante Typ der Regionalzeitung hat in den letzten Jahren etliche Lokalausgaben eingestellt und sich damit auf das jeweilige Kernverbreitungsgebiet zurückgezogen. Lokalausgaben in nachrangig-

ger Wettbewerbsposition wurden und werden aufgegeben oder inhaltlich gleichgeschaltet. Die Vielfalt schwindet. Der am lokalen Geschehen interessierte Zeitungskäufer hat immer häufiger keine Wahl mehr zwischen redaktionell unterschiedlichen Titeln.

Um die wirtschaftliche Situation der Branche einschätzen zu können, fehlen weiterhin belastbare Daten. Selbst veröffentlichte Bilanzen der Unternehmen lassen kaum Rückschlüsse zu, weil fast alle Unternehmen inzwischen crossmedial aufgestellt sind, nicht nur Zeitungen verlegen, sondern auch Anzeigenblätter und Zeitschriften, Beteiligungen am Privatfunk halten und Onlineportale betreiben. Insbesondere die größeren Unternehmen investieren zudem vermehrt in digitale Geschäfte jenseits der Medienbranche. Schon seit Jahren wäre die Wiedereinführung der ehemaligen Pressestatistik mit ihrem umfassenden Zahlenwerk das geeignete Mittel, um Gesellschaft und Politik zuverlässig über die Branche und ihre Krise zu informieren. (2) Immerhin ist im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung auch eine Verbesserung des Informationsstands über die Medienbranche vereinbart, noch fehlt aber die Umsetzung.

Gravierend für die wirtschaftliche Situation der Tageszeitungen ist das stark nachlassende Interesse der werbenden Wirtschaft. Im Jahr 2000, dem besten Jahr der Entwicklung, hatten die Tageszeitungen Werbeeinnahmen von über 6,5 Mrd Euro; 2012 war es mit 3,2 Mrd Euro nicht einmal die Hälfte; 2013 lagen die Einnahmen noch bei 2,9 Mrd Euro (vgl. Tabelle 1). Diese Werbeerlöse hatten über Jahrzehnte einen Anteil von rund zwei Dritteln an den Einnahmen von Zeitungen. Im Jahr 2012 hatte die Werbung noch einen Anteil von 44,5 Prozent bei den Abonnementzeitungen in Westdeutschland. (3) Der sinkende Anteil der Werbung ist auch auf die Steigerung von Vertriebspreisen zurückzuführen. Auf der Basis mehrfacher Preiserhöhungen gelingt es, trotz sinkender Auflage die Vertriebserlöse relativ stabil zu halten. Preiserhöhungen lösen aber auch Käuferverluste aus. Sie sind also auch riskant und nicht beliebig wiederholbar.

Dass trotz dieser wirtschaftlichen Schwierigkeiten Tageszeitungen nach wie vor weit überwiegend ein interessantes Gut sind, erweist sich immer wieder, wenn Tageszeitungen zum Verkauf stehen. Anders als in den USA, wo Titel in der Krise teils von Philanthropen ohne kommerzielles Interesse übernommen werden, werden hierzulande Zeitungen ausschließlich von anderen Zeitungsunternehmen gekauft. (4) Wie detailliert noch gezeigt werden wird, folgen dieser Strategie, die Stückkosten über Größenvorteile zu senken (economies of scale), in den letzten Jahren insbesondere die Verlagsgruppen in Hannover, Augsburg oder Düsseldorf. Auf der Kehrseite dieser horizontalen Konzentration steht eine Vermachtung zugunsten einer kleinen Zahl von Unternehmen, die in ihren

**Belastbare Daten zur  
wirtschaftlichen Lage  
der Zeitungen fehlen**

**Werbeeinnahmen  
im letzten Jahrzehnt  
halbiert**

**Zeitungen dennoch  
wirtschaftlich  
interessantes Gut**

\* FORMATT-Institut, Dortmund.

**Tab. 1 Werbeeinnahmen der Presse<sup>1)</sup>**netto<sup>2)</sup> in Mio Euro und Veränderung zum Vorjahr in %

Jahr	Tageszeitungen		Wochen- und Sonntagszeitungen		Anzeigenblätter		Werbemarkt	
	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %	gesamt	Veränd. in %
2013	2 929,8	-9,4	175,5	-11,9	1 932,0	-3,4	15 254,2 <sup>3)</sup>	- <sup>3)</sup>
2012	3 232,6	-9,1	199,3	-6,7	2 001,0	-2,9	18 420,1	-2,7
2011	3 556,9	-2,2	213,7	-1,9	2 060,0	2,4	18 933,4	1,0
2010	3 637,8	-1,5	217,8	4,6	2 011,0	0,8	18 748,1	2,1
2009	3 694,3	-15,5	208,3	-21,6	1 996,0	-0,6	18 366,9	-9,8
2008	4 373,4	-4,2	265,7	-1,5	2 008,0	1,9	20 365,0	-2,1
2007	4 567,4	0,8	269,7	3,7	1 971,0	1,4	20 812,4	2,3
2006	4 532,9	1,3	260,2	2,9	1 943,0	2,4	20 350,0	2,6
2005	4 476,6	-0,6	252,8	5,6	1 898,0	3,4	19 833,7	1,3
2004	4 502,3	1,1	239,5	6,4	1 836,4	5,2	19 582,8	1,6
2003	4 454,9	-9,8	225,1	-15,9	1 746,0	5,4	19 280,5	-3,9
2002	4 936,7	-12,5	267,8	-6,6	1 656,0	-4,9	20 066,7	-7,5
2001	5 642,2	-13,9	286,7	3,3	1 742,0	-2,8	21 691,2	-7,2
2000	6 556,6	8,1	277,6	6,2	1 791,9	2,8	23 376,3	7,2
1999	6 066,4	3,4	261,3	4,8	1 742,3	-1,1	21 815,9	4,9

1) Ohne Zeitungssupplements.

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

3) Anders als in den Vorjahren wird das Volumen für Direktwerbung (2012: 2,86 Mrd Euro) für das Jahr 2013 nicht mehr ausgewiesen. Dadurch ist die Werbemarkt-Gesamtsumme nicht mit den Vorjahren vergleichbar und der Ausweis der prozentualen Veränderung nicht sinnvoll. Bereinigt man die Werte für 2012 um das Volumen für Direktwerbung, ergibt sich für 2012 ein Werbegesamtsumme von 15,517 Mrd Euro.

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

Verbreitungsgebieten ob ihrer crossmedialen Aktivitäten und des bereits hochgradig monopolisierten Zeitungsmarktes multimedial die lokale Berichterstattung beherrschen. (5)

#### Einsparungen gefährden redaktionelle Qualität der Zeitungen

In einem – vom Rundfunk abgesehen – unreglementierten Medienmarkt verstärken sich auch wegen der Einnahmenkrise Tendenzen in der Entwicklung von Anbieter- und Angebotsstrukturen, die dem grundgesetzlichen Auftrag an die Politik, für Vielfalt zu sorgen, konträr entgegenstehen. Hinzu kommen auch in Gegenden ohne strukturelle Anbieter- und Angebotsverluste Gefahren für die redaktionelle Qualität der Medien, weil im Zuge anhaltender Einsparungen auch die redaktionellen Strukturen stetig verschlankt werden. Nach Angaben des BDZV war die Redaktion an den Kosten von Abonnementzeitungen in Westdeutschland im Jahr 2010 noch mit 25,9 Prozent beteiligt. Für 2012 liegt der Wert bei 23,6 Prozent. (6)

#### Abbau von Redakteursstellen vor allem in Lokalredaktionen

Wie stark die redaktionellen Ressourcen von Tageszeitungen in den letzten Jahren beschnitten worden sind, verdeutlicht der Rückgang der Anzahl von Redakteuren. Nachdem in den 1990er Jahren nach Angaben der Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverleger e.V. (ABZV) die Zahl der Redakteure stark gestiegen war, von 1989 rund 10 500 auf 15 300 im Jahr 2000, sank die Zahl in der Folge wieder deutlich ab. 2013 waren es noch knapp 13 300 bei weiter sinkender Tendenz. Die Mehrzahl der entfallenden Stellen sind in Lokalredaktionen gestrichen worden, zunächst durch Reduzierung von Personalstärken, in den letzten Jahren dann

immer häufiger durch die Schließung kompletter Lokalredaktionen. Bei einigen Verlagen ging es dabei gleich um eine Vielzahl von Redaktionen, so etwa als in Franken die Nürnberger Nachrichten und die Nürnberger Zeitung die Lokalberichterstattung ihrer diversen Ausgaben 2012 vereinheitlichten.

Am stärksten betroffen von dieser Entwicklung ist die Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen. Die Angebotsstruktur in NRW war lange Zeit im bundesweiten Vergleich relativ günstig. Monopolgebiete hatten noch einen überschaubaren Anteil. (7) Innerhalb von weniger als zwei Jahren wurde diese Angebotsstruktur in großen Teilen des Landes rigoros reduziert. Inzwischen haben rund 45 Prozent der nordrhein-westfälischen Bevölkerung keine Auswahl mehr, wenn sie sich über das lokale Geschehen am Wohnort informieren wollen. Sie leben diesbezüglich in Monopolgebieten. Zwar werden vielerorts noch zwei unterschiedliche Titel angeboten, aber beide mit identischer Lokalberichterstattung. Die Verlage haben in diesen Verbreitungsgebieten jeweils eine Lokalredaktion eingespart. Das Prinzip von Verlagen, in Verbreitungsgebieten mit zwei ihrer Zeitungen diese mit einem identischen Lokalteil zu bestücken, ist nicht neu. Die Bremer Tageszeitungen AG beispielsweise verfährt mit ihren Titeln Weser-Kurier und Bremer Nachrichten schon seit Jahren entsprechend. Auch die parallel verleg-

**Nordrhein-Westfalen aktuell besonders von Vielfaltsverlusten betroffen**

ten Ausgaben von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten weisen nur noch an zwei Standorten unterschiedliche Lokalteile auf.

**Beispiel  
Westfälische  
Rundschau:  
Zeitung ohne  
Redaktion**

In jüngerer Zeit war insbesondere die Westfälische Rundschau (WR) aus der Funke Mediengruppe (ehemals Verlagsgruppe WAZ) betroffen. Im letzten Jahr wurde nicht nur die ohnehin schon stark reduzierte Hauptredaktion der WR geschlossen, sondern zugleich auch sämtliche Lokalredaktionen. Gleichwohl wird das Blatt weiter vertrieben. Der Mantel wird von der WAZ übernommen, wobei wenige Berichte oder Kommentare noch verändert bzw. ausgetauscht werden. Im Sauer- und Siegerland werden die WR-Ausgaben mit Lokalteilen der Westfalenpost (WP) bestückt. Auch die WP gehört dem WAZ-Konzern und hatte schon zuvor redaktionelle Leistungen auch für die WR erbracht. Das Organisationsprinzip entsprach jenem der Regionen um Bremen, Aachen oder Nürnberg. Redaktionelle Leistungen werden innerhalb einer Verlagsgruppe für mehrere Titel genutzt. (8) Außerhalb des Sauerlands unterhielt der WAZ-Konzern aber keine Parallelredaktionen im Verbreitungsgebiet der WR. In diesen Gebieten erscheint ein Teil der WR-Ausgaben heute mit der Lokalberichterstattung der jeweils konkurrierenden Verlage. In Dortmund und für einige Nachbargebiete liefern die Ruhr Nachrichten die nur aus produktionstechnischen Gründen veränderten Lokalteile; für zwei Ausgaben im Kreis Unna der vormalige Konkurrent Hellweger Anzeiger und im südlichen Märkischen Kreis insbesondere die Lüdenscheider Nachrichten. Diese für den deutschen Markt ungewöhnliche Konstruktion, eine Zeitung ohne Redaktion, also ausschließlich aus Fremdmaterial bestehend, haben die Journalistengewerkschaften als Zombie bezeichnet. Die Konstruktion war und ist nur eine Übergangslösung. (9) Schon wenige Monate nach dem radikalen Schnitt wurden zwei Ausgaben im Kreis Unna an den früheren Konkurrenten und inzwischen zum Kooperationspartner mutierten Verlag des Hellweger Anzeigers verkauft. Sie erscheinen nun in einem neuen Verlag, aber in der gleichen redaktionellen Zusammensetzung. Ähnliches ist auch in Dortmund und Umgebung geplant. Kaufwillig ist der Kooperationspartner Ruhr Nachrichten. Diese Übernahmen sind allerdings vom Bundeskartellamt noch nicht genehmigt (vgl. dazu weiter unten). Die Kooperation mit den Lüdenscheider Nachrichten hatte nur wenige Monate Bestand. Ende letzten Jahres wurden diese WR-Ausgaben eingestellt. (10)

**Auch andere Verlage  
praktizieren Zukauf  
von Lokalberichter-  
stattung über  
Verlagsgrenzen  
hinweg**

Inzwischen haben auch andere Verlage dieses Modell des Zukaufs der Lokalberichterstattung über Verlagsgrenzen hinweg übernommen. Gespart wird auch im Kleinen: So nutzt beispielsweise eine kleine Lokalredaktion der Main Post in Bad Kissingen für ihren Lokalteil die Lokalberichterstattung der konkurrierenden Saale-Zeitung. Umgekehrt verfahren

die beiden Verlage im Landkreis Kitzingen. Dort beruht der Lokalteil der kleinen Zeitung Die Kitzinger im Wesentlichen auf dem Material der Main Post. In deutlich größerem Umfang ist eine Kooperation zwischen der Westdeutschen Zeitung (WZ) und der Rheinischen Post (RP) geplant. Die WZ will bis auf die Standorte Düsseldorf, Krefeld und Wuppertal sowie die Kleinstadt Burscheid sämtliche Lokalredaktionen schließen. Für die betroffenen Ausgaben in den Kreisen Mettmann, Neuss und Viersen soll der Lokalteil künftig vom bisherigen Konkurrenten RP zugekauft werden. Der Verlag der WZ und jener der RP arbeiten trotz der Wettbewerbsstellung im Zeitungsmarkt auf diversen Gebieten zusammen, verfügen über eine wechselseitige Beteiligung und etliche gemeinsame Tochterunternehmen. Mit der neuen Kooperation in lokalen Zeitungsmärkten wird die Eigenständigkeit der WZ noch weiter eingeschränkt. Auch die Mantelredaktion der WZ wird auf eine Restbesetzung reduziert und sich künftig auf den Mantel der Aachener Zeitungen stützen. Am Zeitungsverlag Aachen ist der RP-Verlag gleichfalls beteiligt. Die ohnehin schon engen Verbindungen werden noch enger, die Eigenständigkeit des WZ-Verlages wird mehr und mehr aufgegeben. (11)

Ein weiteres Gebiet mit gravierenden bevorstehenden Veränderungen im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt ist die Region Köln. Der Verlag DuMont-Schauberg will zum Juni 2014 an allen Standorten bis auf Köln die bislang getrennt für den Kölner Stadt-Anzeiger und die Kölnische Rundschau arbeitenden Lokalredaktionen zusammenlegen. (12) Die fusionierten Redaktionen sollen jeweils für beide Zeitungen den Lokalteil erstellen. Diese Lokalteile werden bis auf einzelne Themen identisch sein. Entsprechend verlieren die Einwohner im Rhein-Erft Kreis, im Kreis Euskirchen, im Rheinisch-Bergischen Kreis und in Teilen des Rhein-Sieg-Kreises die Wahlmöglichkeit zwischen unterschiedlicher Lokalberichterstattung. Betroffen sind insgesamt knapp eine Million Einwohner.

Die Reduktion originärer Lokalberichterstattung in der Region Köln ist eine innerbetriebliche Reorganisation. Der Verlag DuMont-Schauberg hat die Kölnische Rundschau bereits Anfang 1999 übernommen. Da die Rundschau eigenständig nicht existenzfähig war und sich kein anderer Käufer fand, hatte das Bundeskartellamt der Übernahme durch den örtlichen Konkurrenten zugestimmt, um wenigstens im Lesermarkt eine Alternative zu sichern, wenn der Wettbewerb im Anzeigenmarkt schon nicht zu sichern war. Der ehemalige Rundschau-Verleger und heutige Präsident des BDZV, Helmut Heinen, hat in jahrelangen Verhandlungen die redaktionelle Eigenständigkeit der Rundschau auch für die Zeit nach der Übernahme gesichert und blieb als Herausgeber dafür verantwortlich. Nach und nach hat sich aber auch bei der Rundschau erwiesen, dass sie sich der jahrzehntealten Erkenntnis, dass in der Zeitungsbranche der ökonomischen Konzentration die publizistische Kon-

**Beispiel Köln:  
Lokalredaktionen von  
Stadt-Anzeiger und  
Rundschau sollen  
zusammengelegt  
werden**

zentration folgt, nicht entziehen kann. Eine defizitäre Ausgabe der Rundschau in Leverkusen musste wegen der Übermacht einer Ausgabe des Stadt-Anzeigers weichen. 2010 wurde die Hauptredaktion fast vollständig aufgegeben. Der Mantel wird seitdem vom General-Anzeiger in Bonn übernommen. Nun verliert, außer in Köln, auch die Lokalberichterstattung der Kölnischen Rundschau ihre Eigenständigkeit.

**Vielfaltsverluste durch Kooperationen können vom Kartellrecht nicht verhindert werden**

Die Entwicklung der Kölnischen Rundschau belegt auch einmal mehr, dass Zeitungsvielfalt allein mit dem Kartellrecht nicht zu sichern ist. Das Kartellrecht hilft nur in günstigen Zeiten, wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bei Verkaufsabsichten Auswahlentscheidungen zwischen Käufern erlauben. Derzeit werden die Vielfaltsverluste insbesondere über Kooperationen innerhalb von Verlagsgrenzen und auch über deren Grenzen hinaus ausgelöst. Für die Kontrolle solcher Kooperationen ist das Bundeskartellamt aber nicht zuständig. Wenn das Ausmaß von Kooperationen die Eigenständigkeit eines Verlags so dezimiert hat wie beispielsweise bei der WZ, dass der Verkauf des Unternehmens zum logischen Schlusspunkt wird, kommt das Kartellamt wieder ins Spiel. Für die zentrale Aufgabe im Medienmarkt, den Erhalt der publizistischen Vielfalt, ist es dann oft zu spät.

**Kartellrechtliche Prüfung WR – Ruhr Nachrichten: Ergebnis dürfte Präcedenzwirkung haben**

Wenn das Bundeskartellamt im aktuellen Prüfverfahren über den Kauf der WR-Ausgaben in der Region Dortmund durch den einzigen Konkurrenten, den Verlag der Ruhr Nachrichten, seine Zustimmung nicht verweigert, droht auch in den immer weniger werdenden Wettbewerbsgebieten ein radikaler Vielfaltsverlust. Die in Dortmund agierenden Verlage verstehen ihr Ansinnen als Sanierungsfusion. Wenn das Kartellamt dem zustimmt, ist ein Großteil der restlichen Zeitungsvielfalt in Deutschland gefährdet. Die Fusion bislang konkurrierender Zeitungen ist ökonomisch so lukrativ, dass Verlage in ähnlichen Marktstrukturen dem Modell folgen werden. Die Dortmunder Ausgabe der WR hatte vor der Entlassung der Redaktion eine Auflage von knapp 35 000 Exemplaren und einen Marktanteil von 36 Prozent. (13) Wenn solche Größenordnungen einen Sanierungsfall markieren, sieht es abgesehen von wenigen Metropolen für die Zeitungsvielfalt verheerend aus. Viele Zeitungsausgaben erreichen als Zweitzeitung nur einen geringeren Marktanteil als die WR in Dortmund, und viele Lokalzeitungen erreichen mit einer oder mehreren Ausgaben nicht einmal deren Auflage.

Unter betriebswirtschaftlichen Aspekten ist die Aufgabe der redaktionellen Eigenständigkeit von Zweitzeitungen durch die Schließung von Lokalredaktionen und den Ersatz durch zugekaufte Lokalteile lukrativ. Das gilt auch für den zuliefernden Verlag, denn er gewinnt einen Kunden. Zugleich verliert der Konkurrent an Attraktivität, weil ihm die eigenständige Leistung in der Lokalberichterstattung fehlt. Derartige Kooperationsmodelle dürften sich als Modelle auf Zeit erweisen. Die Zweitzeitung

dürfte wegen ihrer mangelnden Lukrativität und Eigenständigkeit deutlich Auflage verlieren, liefert aber wegen der verringerten Kosten noch einige Jahre Rendite. Geht auch diese Rendite bei sinkender Auflage zur Neige, ist die Einstellung des Titels programmiert.

### **Vorgehen der Studie zur Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt**

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

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

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

4. Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien 1 und 2. Bei Marktanteilsberechnungen werden beide Beteiligungshöhen berücksichtigt. Ein Beispiel: Die 50-Prozent-Beteiligung an einem Verlag mit 10 000 Exemplaren Auflage durch einen Tochterverlag, an dem ein Mutterverlag ebenfalls mit 50 Prozent beteiligt ist, erhöht die Gesamtauflage der Verlagsgruppe um 2 500 Exemplare.

Die Berechnungen beruhen auf den von der IVW ausgewiesenen Verkaufsaufgaben für das I. Quartal 2014 (14) (vgl. Tabelle 2). Nur in gekennzeichneten Ausnahmefällen werden darüber hinaus auch detaillierte Angaben gemacht, die in der Regel auf Verlagsangaben beruhen.

**Kriterien der Konzentrationsmessung**

**Tab. 2 Entwicklung der Tagespresse zwischen 1989 und 2014**  
Auflage in Exemplaren, nach IWW, jeweils I. Quartal

Jahr	Tageszeitungen					Tageszeitungen		davon			
	gesamt nach IWW	Veränd. in %	davon Sonntagszeitungen	Veränd. in %	nicht berücksichtigte Titel	im Sinne dieser Darstellung*	Veränd. in %	Abonnementzeitungen	Veränd. in %	Kaufzeitungen	Veränd. in %
2014	19 942 641	-6,6	2 779 152	-11,6	52 819	17 110 670	-5,7	13 996 570	-3,9	3 114 100	-13,1
2012	21 355 185	-6,0	3 144 128	0,1	64 233	18 146 824	-7,6	14 565 200	-6,6	3 581 624	-11,5
2010	22 721 177	-5,1	3 140 820	-5,4	59 721	19 520 636	-5,0	15 527 654	-3,7	3 992 982	-9,9
2008	23 940 809	-3,8	3 320 242	-8,5	72 470	20 548 097	-2,9	16 116 547	-2,4	4 431 550	-4,6
2006	24 885 466	-5,3	3 627 600	-11,3	92 100	21 165 800	-4,3	16 519 100	-3,9	4 646 700	-5,8
2004	26 283 855	-4,6	4 091 092	-5,7	70 126	22 122 637	-4,5	17 189 663	-3,6	4 932 974	-7,5
2002	27 558 789	-3,4	4 338 003	-0,4	247 749	23 173 260	-3,2	17 839 186	-2,9	5 334 074	-4,3
2000	28 538 292	-3,8	4 354 324	-5,4	247 749	23 936 219	-3,6	18 364 009	-3,2	5 572 210	-5,1
1997	29 661 074	-1,4	4 603 096	2,6	218 537	24 839 441	-2,4	18 970 793	-2,4	5 868 648	-2,4
1995	30 088 032	-1,5	4 487 265	-1,5	226 693	25 460 947	-1,5	19 445 447	-2,1	6 015 500	0,2

\* Die Auflagenzahlen basieren auf der sogenannten Auflagenliste jeweils für das 1. Quartal der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IWW). Berücksichtigt sind in der Regel die Daten für die Erscheinungstage Montag bis Samstag. In der Summe sind zunehmend auch die verkauften ePaper-Exemplare enthalten. Diese Teilaufgabe wird von der IWW meistens nur für die Hauptausgaben der Zeitungen veröffentlicht. Eine detaillierte Berücksichtigung von Teilaufgaben ist daher nicht möglich.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

### Bilanz 2013: Konzentration im Zeitungsmarkt erneut gestiegen

**Zeitungen gesamt: 59,3% aller verkauften Zeitungsexemplare stammen aus nur zehn Verlagsgruppen**

Nachdem die Konzentration im deutschen Tageszeitungsmarkt im Jahr 2012 den bis dahin höchsten Stand erreicht hatte, ist der Marktanteil der zehn führenden Verlagsgruppen an der verkauften Auflage 2014 im Gesamtmarkt erneut leicht um 0,2 Prozentpunkte auf nunmehr 59,3 Prozent gestiegen (vgl. Tabelle 3). Damit stammt deutlich mehr als die Hälfte aller Zeitungsexemplare aus nur zehn Verlagsgruppen. Das ist der höchste in dieser seit den 1970er Jahren durchgeführten Untersuchungsreihe je ermittelte Wert. 2012 waren es 59,1 Prozent, 2010 58,1 Prozent und 2008 58,5 Prozent.

In der Spitze der Top 5 bleibt der Konzentrationsgrad trotz eines Rückgangs noch auffälliger: Die fünf auflagenstärksten Unternehmen verkaufen 42,9 Prozent der Tagespresse in Deutschland. Dieser Wert ist gegenüber 2012 um 1,5 Prozentpunkte gesunken (2012: 44,4%).

**Abozeitungen: Top-5-Verlage produzieren 36% aller verkauften Exemplare**

Bei den Abonnementzeitungen hat sich die Konzentration noch deutlicher als im Gesamtmarkt verstärkt, nämlich um 1,7 Prozentpunkte von 34,3 Prozent auf 36 Prozent im 1. Quartal 2014. Damit kommt aktuell ein gutes Drittel der verkauften Auflage von den fünf führenden Verlagsgruppen. Der Markt der Abonnementzeitungen ist also derzeit besonders stark von Konzentrationsprozessen betroffen.

**Fünf Verlagsgruppen decken fast gesamten Kaufzeitungsmarkt ab**

Seit Jahrzehnten ist die Konzentration im Segment der Kaufzeitungen am stärksten, hier dominiert der Springer-Konzern. Trotz sinkender Auflage der führenden Boulevardzeitung Bild entfallen auch 2014 noch mehr als drei Viertel der Verkaufsaufgabe auf Springer. Insgesamt decken die Top-5-Verlage im Segment Kaufzeitungen 97,8 Prozent der Verkaufsaufgabe ab (2012: 97,2%).

Die Zusammensetzung und Rangfolge der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen hat sich gegenüber 2012 deutlich weniger verändert als im vorherigen Untersuchungsintervall. Die gravierendste Veränderung betrifft die Axel Springer SE: Sie bleibt zwar im Gesamtmarkt trotz ihrer Verkäufe von Zeitungen die führende Verlagsgruppe, fällt aber im Segment der Abonnementzeitungen aus dem Ranking heraus. Wie sich die Zusammensetzung und Rangfolge der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen seit 2012 im Detail verändert hat, zeigt Tabelle 3.

Im Folgenden werden die Veränderungen unter den zehn auflagenstärksten Verlagen für jedes Unternehmen detaillierter beschrieben.

#### 1. Axel Springer SE, Berlin

Die Bedeutung des Springer-Konzerns im nationalen Zeitungsmarkt ist rückläufig. Nach dem Verkauf der Titel Hamburger Abendblatt, Berliner Morgenpost und der Bergedorfer Zeitung an die Funke Medien-gruppe (ehemals Verlagsgruppe WAZ) liegt der Marktanteil im Gesamtmarkt bei 15,5 Prozent (2012: 18,8%). Bei den Abo-Zeitungen ging er von 4,5 Prozent im Jahr 2012 auf 2014 nur noch 1,5 Prozent zurück. Dieser Anteil basiert ausschließlich auf den in Teilen identischen Titeln Die Welt und Welt kompakt. Auch deren Auflage ist deutlich gesunken. Springer befindet sich nunmehr nicht länger unter den fünf größten Playern im Markt der Abonnementzeitungen. Die Verluste bei Welt/Welt kompakt wurden erneut noch übertroffen von den Auflagenrückgängen bei Bild. Die einzige überregionale Kaufzeitung kommt aktuell noch auf eine Verkaufsaufgabe von 2,3 Mio Exemplaren (vgl. Tabelle 4). Gegenüber 2012 entspricht das einem Auflagenverlust von annähernd 14 Prozent. Bild hat dennoch zusammen mit der B.Z. in Berlin den überragenden Marktanteil bei den Kaufzeitungen von über 78 Prozent annähernd konstant gehalten. Auch die anderen Kaufzeitungen weisen ähnlich

**Axel Springer SE fällt nach Verkäufen aus Ranking der Abonnementzeitungen heraus**

**Bedeutung des Springer-Konzerns im nationalen Zeitungsmarkt nach Verkäufen rückläufig**

**Tab. 3 Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes**  
anteilige Auflage, in %

	2014		2012		2010		2008		2006	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
<b>Tageszeitungen gesamt</b>										
Axel Springer SE	1	15,5	1	18,8	1	19,6	1	22,1	1	22,5
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	2	9,5	2	9,2	2	8,6	2	8,5	3	5,2
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ), Essen	3	7,7	3	5,7	3	5,8	3	6,0	2	5,6
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	4	5,2	5	5,2	6	4,0	8	2,5	9	2,5
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	5	5,0	4	5,5	4	5,5	4	4,2	5	3,9
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>	–	42,9	–	44,4	–	43,7	–	44,8	–	41,3
Verlagsgruppe Ippen, München	6	4,3	6	4,2	5	4,2	5	4,0	4	4,1
Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine	7	3,3	8	2,8	–	–	–	–	–	–
Rheinisch-Bergische Verlagsgesell./Rheinische Post	8	3,0	10	2,0	10	2,0	–	–	–	–
ddvg, Hamburg	9	3,0	7	3,1	8	3,0	9	2,4	10	2,2
Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung	10	2,8	9	2,5	7	3,1	7	3,0	7	3,0
(Süddeutsche Zeitung, München) <sup>2)</sup>	–	–	–	–	–	–	–	–	8	2,6
(Holtzbrinck, Stuttgart)	–	–	–	–	9	2,3	6	3,8	6	3,7
(BV Deutsche Zeitungsholding)	–	–	–	–	–	–	10	2,0	–	–
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>	–	59,3	–	59,1	–	58,1	–	58,5	–	53,2
<b>Abonnementzeitungen</b>										
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	11,7	1	11,5	1	10,9	1	10,8	2	6,7
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ), Essen	2	9,4	2	7,2	2	7,2	2	7,7	1	7,1
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	3	6,4	3	6,4	3	5,1	–	–	–	–
Verlagsgruppe Ippen, München	4	4,3	–	(4,3)	5	4,3	5	4,2	5	4,2
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	5	4,2	4	4,7	4	4,8	–	–	–	–
(Axel Springer SE)	–	–	5	4,5	–	(4,2)	3	6,4	3	6,2
(Holtzbrinck, Stuttgart)	–	–	–	–	–	–	4	4,8	4	4,8
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>	–	36,0	–	34,3	–	32,3	–	33,9	–	29,0
<b>Kaufzeitungen</b>										
Axel Springer SE	1	78,2	1	78,6	1	79,8	1	79,3	1	80,4
Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln	2	8,9	2	8,6	2	8,5	3	4,3	3	4,3
Verlagsgruppe Ippen, München	3	4,3	3	3,9	4	3,7	5	3,5	5	3,5
Abendzeitung, München	4	3,7	4	3,5	3	3,7	4	3,5	4	3,8
Morgenpost Sachsen	5	2,7	5	2,6	5	2,3	–	–	–	–
(BV Deutsche Zeitungsholding)	–	–	–	–	–	–	2	5,5	2	5,3
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen <sup>1)</sup>	–	97,8	–	97,2	–	98,0	–	96,1	–	97,3

1) Wegen der unterschiedlichen Rangfolgen ergeben die Summenbildungen nicht zwingend die ausgewiesenen Werte. Zudem sind Rundungseffekte zu berücksichtigen.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

**Tab. 4 Axel Springer SE, Berlin**

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Bild	MV*	2 305 878	2 305 878	2 671 363	2 671 363	3 014 100	3 014 100	3 326 200	3 326 200
B.Z. (7 x wö)	MV	129 982	129 982	143 816	143 816	171 400	171 400	189 000	189 000
Die Welt <sup>1)</sup>	MV	214 180	214 180	242 253	242 253	256 200	256 200	278 100	278 100
Welt Kompakt <sup>1)</sup>	MV								
Gesamtauflage		2 650 040	2 650 040	3 420 884	3 410 582	3 845 500	3 833 242	4 859 000	4 540 391

\* MV = Mutterverlag.

1) Der Springer-Verlag meldet für die Titel Die Welt und Welt Kompakt nur eine Gesamtauflage für Montag bis Freitag.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

hohe Auflagenverluste aus. Hinzu kommt die Einstellung des Ablegers der Münchener Abendzeitung in Nürnberg. Aktuell ist zudem der Bestand der Abendzeitung selbst gefährdet, deren Verlag in einem Insolvenzverfahren steckt.

**Völliger Rückzug  
aus regionalen  
Zeitungsmärkten**

Mit den Verkäufen an die Funke Mediengruppe hat der Springer-Konzern den bereits vor Jahren angekündigten Rückzug aus den regionalen Zeitungsmärkten konsequent abgeschlossen. (15) Geblieben sind die beiden Marken Bild und Welt, die gemeinsam auch den Markt der nationalen Sonntagszeitungen mit Bild am Sonntag (1 175 405 Exemplare) und Welt am Sonntag (400 850) beherrschen. Der internationale Konzern setzt im Inland immer stärker auf das digitale Mediengeschäft. Insbesondere das Anzeigengeschäft im Internet wird national und international mit hohem Aufwand ausgebaut. Der Printbereich wird reduziert. Im Inland wurden zuletzt auch zahlreiche Publikumszeitschriften verkauft, die zum Teil wie der Titel Hörzu eng mit der Genese des Konzerns verbunden waren. (16)

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

**Auflagenstärkste  
Verlagsgruppe bei  
Abozeitungen**

Die umfangreiche Titelpalette der Verlagsgruppe ist erneut um eine Lokalzeitung erweitert worden. Nach langwierigen kartellrechtlichen Auseinandersetzungen konnte der Verlag der Südwest Presse in Ulm das Haller Tagblatt in Schwäbisch Hall übernehmen. Ansonsten ist das Portfolio im Vergleich zu 2012 unverändert geblieben. Auch die anteilige Gesamtauflage der Verlagsgruppe ist mit gut 1,6 Mio Exemplaren stabiler als die Entwicklung des Gesamtmarktes. Insbesondere die kleineren Titel im Südwesten weisen nur relativ geringe Verluste auf. Damit ist der Anteil bei den Abozeitungen von 11,5 Prozent im Jahr 2012 auf 11,7 Prozent leicht gestiegen. Die Steigerung im Gesamtmarkt von 9,2 auf 9,5 Prozent ist auch darauf zurückzuführen, dass die Gruppe keine Kaufzeitungen verlegt, die zuletzt besonders hohe Auflagenverluste hatten. Die publizistische Bedeutung der Gruppe ist insbesondere in Baden-Württemberg noch größer als es das Titelportfolio in Tabelle 5 ausweist, da etliche Fremdverlage den Mantel der Stuttgarter Nachrichten oder der Südwest Presse übernehmen. Hinzu kommen mit Sonntag Aktuell (593 000 Exemplare) und der Rheinpfalz am Sonntag (221 000) die beiden auflagenstärksten regionalen Sonntagszeitungen in Deutschland.

Die Gleichschaltung von Inhalten der Zeitungen der Gruppe ist deutlich geringer ausgeprägt als bei anderen Verlagsgruppen. So erscheinen beispielsweise in Stuttgart die beiden Zeitungen weitgehend redaktionell unabhängig voneinander. (17) Für die überregionale Berichterstattung spielt innerhalb der Verlagsgruppe der Mantelteil der Stuttgarter

Nachrichten eine erhebliche Rolle. Die kleinen Hauptredaktionen etwa des Schwarzwälder Boten, des Freien Worts oder der Frankenpost nutzen den Mantel wie einen Steinbruch für ihre Berichterstattung.

**3. Funke Mediengruppe  
(ehemals Verlagsgruppe WAZ), Essen**

Die Essener Verlagsgruppe, die sich nach Veränderungen im Eignerkreis nun als Funke Mediengruppe bezeichnet, hat ihre anteilige Gesamtauflage um knapp 300 000 Exemplare gesteigert und erreicht damit im Gesamtmarkt einen Anteil von 7,7 Prozent (2012: 5,7%) und bei den Abonnementzeitungen 9,4 Prozent (2012: 7,2%). Maßgeblich für die Steigerung ist der Zukauf von drei Titeln vom Springer-Konzern, der bereits Mitte letzten Jahres vereinbart worden war, nach kartellrechtlichen Überprüfungen aber erst in diesem Jahr vollzogen worden ist. (18) Es handelt sich dabei um das Hamburger Abendblatt mit einer Auflage von knapp 200 000 Exemplaren, die Berliner Morgenpost mit 110 000 Exemplaren sowie das Lokalblatt Bergedorfer Zeitung mit 16 000 Exemplaren (vgl. Tabelle 6).

Der umfangreiche Deal zwischen Springer- und WAZ-Konzern umfasst auch Frauen- und Programmzeitschriften, Anzeigenblätter und Kooperationen im Dienstleistungsbereich. Mit einem Volumen von über 900 Mio Euro gehört die Transaktion zu den teuersten im deutschen Medienmarkt. Die Redaktionen des Abendblatts und der Morgenpost kooperierten bereits seit einigen Jahren innerhalb des Springer-Konzerns eng mit jener der Welt. Diese Kooperation soll auch nach dem Eigentümerwechsel fortgesetzt werden. Damit dürften für den neuen Eigner potenzielle Synergieeffekte im Bereich der Redaktion nur eingeschränkt zu erzielen sein. Da der WAZ-Konzern zuvor in den Medienmärkten Hamburg und Berlin nicht aktiv gewesen ist, fehlen auch andere Möglichkeiten zur Kostensenkung. Unter kartellrechtlichen Aspekten ist der Verkauf positiv, weil insbesondere in Hamburg und in den bereits zuvor vielfältig strukturierten Berliner Zeitungsmarkt mit dem WAZ-Konzern ein zusätzlicher Wettbewerber eintritt.

Im nordrhein-westfälischen Stammmarkt des Konzerns waren die Auflagenverluste erneut extrem hoch. Die Gesamtauflage ist seit 2012 um 100 000 Exemplare auf gut 614 000 gesunken. Neben den in den letzten Jahren branchenüblichen Auflagenverlusten machen sich beim WAZ-Konzern auch Verluste resultierend aus der Aufgabe von Teilverbreitungsgebieten bemerkbar. Unter anderem hat der Titel WAZ Teilgebiete im Kreis Recklinghausen aufgegeben. Von der Westfälischen Rundschau (WR) wurden nach der Entlassung der gesamten Redaktion die Ausgaben im Märkischen Kreis eingestellt und zwei Ausgaben im Kreis Unna verkauft. In und um Dortmund sollen weitere Ausgaben verkauft werden. Von der WR würde im WAZ-Konzern dann nur noch eine Rumpfaufgabe verbleiben. Sie bestünde aus Ausgaben, die parallel mit jenen der

**Marktanteil im  
Gesamt- und im Abo-  
zeitungsmarkt nach  
Zukäufen gestiegen**

**Auflagenverluste der  
Titel im Stammmarkt  
NRW, Einstellung ver-  
schiedener Ausgaben**

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

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Stuttgarter Zeitung <sup>1) 2)</sup> und Stuttgarter Nachrichten <sup>1) 3)</sup>	MV*	188 001	188 001	194 908	194 908	172 200	172 200	189 700	189 700
Die Rheinpfalz <sup>4)</sup>	MV	220 502	220 502	228 061	228 061	233 200	233 200	238 600	238 600
Südwest Presse, Ulm <sup>5)</sup>	MV	93 017	93 017	95 262	95 262	94 100	94 100	95 000	95 000
freie presse <sup>6)</sup>	100	255 807	255 807	271 115	271 115	287 400	287 400	306 500	306 500
Märkische Oderzeitung <sup>7)</sup>	100	79 565	79 565	84 920	84 920	88 800	88 800	93 200	93 200
Oranienburger Generalanzeiger <sup>7)</sup>	100	20418	20 418	21804	21 804	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hohenzollerische Zeitung <sup>8)</sup>	100	6 578	6 578	6 622	6 622	6 800	6 800	7 000	7 000
Leonberger Kreiszeitung <sup>9)</sup>	100	14 929	14 929	15 159	15 159	16 100	16 100	16 500	16 500
Pirmasenser Zeitung <sup>10)</sup>	100	10 811	10 811	11 361	11 361	11 900	11 900	12 600	12 600
Südwest Presse, Metzingen <sup>11)</sup> und Reutlinger Nachrichten	100	11 909	11 909	12 197	12 197	12 600	12 600	13 000	13 000
Tauber-Zeitung <sup>12)</sup>	100	5 263	5 263	5 191	5 191	5 500	5 500	5 600	5 600
Alb Bote, Münsingen <sup>13)</sup>	100	4 755	4 755	4 856	4 856	4 900	4 900	5 100	5 100
Rundschau für den Schwäbischen Wald <sup>14)</sup>	100	4 502	4 502	4 572	4 572	4 600	4 600	4 700	4 700
Kornwestheimer Zeitung <sup>15)</sup>	100	4 076	4 076	4 355	4 355	4 700	4 700	5 000	5 000
Marbacher Zeitung <sup>15)</sup>	100	7 427	7 427	7 752	7 752	8 000	8 000	8 100	8 100
Lahrer Zeitung <sup>16)</sup>	100	9 018	9 018	9 745	9 745	10 700	10 700	11 000	11 000
Süddeutsche Zeitung <sup>17)</sup>	100	418 355	418 355	431 756	431 756	445 800	445 800	450 200	450 200
Schwarzwälder Bote <sup>18)</sup>	100	95 411	95 411	97 565	97 565	100 600	100 600	104 400	104 400
Haller Tagblatt <sup>19)</sup>	100	17 051	17 051	k. A.					
Neue Presse, Coburg <sup>20)</sup>	70	23 912	16 738	24 885	17 420	25 300	17 710	26 700	18 690
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung <sup>20)</sup>	70	62 179	43 525	66 526	46 568	71 500	50 050	75 700	52 990
Hohenloher Tagblatt <sup>21)</sup>	69,2	14 130	9 778	14 136	9 782	14 500	10 034	14 600	10 103
Frankenpost <sup>20)</sup>	65	49 454	32 145	48 414	31 469	49 800	32 370	50 900	33 085
Geislinger Zeitung <sup>22)</sup>	50	11 771	5 886	12 680	6 340	13 000	6 500	13 500	6 750
Die Oberbadische <sup>23)</sup>	49,7	15 753	7 829	16 356	8 129	18 100	8 996	19 500	9 692
Schwäbisches Tagblatt <sup>24)</sup>	49	40 868	20 025	41 671	20 419	42 700	20 923	43 800	21 462

(Fortsetzung nächste Seite)

Schwesterzeitung Westfalenpost (WP) verbreitet werden und von dieser die jeweilige Lokalberichterstattung unverändert übernehmen. Regional gilt dies insbesondere für die Stadt Hagen sowie für das Sauer- und Siegerland. Den überregionalen Teil übernimmt die WR weitgehend unverändert von der WAZ.

#### Reduzierte Auswahl für die Leser: WAZ beliefert Neue Ruhr/Rhein Zeitung (NRZ) mit lokalen Inhalten

Inzwischen liefert die WAZ auch immer mehr lokale Inhalte an die Neue Ruhr/Rhein Zeitung (NRZ). Wo NRZ und WAZ parallel erscheinen, hat die NRZ die Lokalredaktionen zum Teil bereits erheblich ausgedünnt. Beispielsweise in Essen oder in Oberhausen ergänzen kleine Rumpfredaktionen den von der WAZ übernommenen Lokalteil mit einigen eigenen Stoffen. In einem schleichenden Prozess wird die Eigenständigkeit der Lokalberichterstattung der NRZ aufgegeben. Am Ende dürfte die Entwicklung jener von WR und WP mit identischen Lokalteilen entsprechen.

Ähnliche Prozesse vollzieht der Konzern in Thüringen mit dem kleinen Titel Thüringische Landeszeitung (TLZ), der in seinem Verbreitungsgebiet parallel zu Ausgaben der Schwesterblätter Thürin-

ger Allgemeine und Ostthüringer Zeitung (OTZ) erscheint. Auch die Zeitungen in Thüringen verlieren weiterhin erheblich an Auflage. Bei der anteiligen Auflage wird der Verlust allerdings überlagert durch die vollständige Berücksichtigung der Auflage der Thüringer Allgemeinen. An dieser waren seit dem Einstieg des WAZ-Konzerns die Mitarbeiter zu 50 Prozent beteiligt gewesen. Diese Beteiligung hat der Konzern übernommen.

Letztlich weisen auch die beiden Zeitungen des Konzerns in Niedersachsen, die Braunschweiger Zeitung und der Harz-Kurier, Auflagenverluste aus.

#### 4. Verlagsgruppe Madsack, Hannover

Das Portfolio der Hannoveraner Verlagsgruppe ist seit 2012 unverändert geblieben. Nach den umfangreichen Zukäufen der Vorjahre hat das Unternehmen eine Konsolidierungsphase eingelegt. Die anteilige Gesamtauflage ist um rund 5 Prozent auf knapp

#### Stabiles Portfolio und stabile Marktanteile

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

	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Bietigheimer Zeitung <sup>25)</sup>	37,5	11 678	4 379	12 057	4 521	12 300	4 613	12 900	3 212
Waiblinger Kreiszeitung <sup>26)</sup>	36	42 349	15 246	42 269	15 217	43 700	15 732	44 600	16 056
Meininger Tageblatt <sup>27)</sup>	35	10 821	3 787	11 411	3 994	12 100	4 235	12 700	4 445
Kreiszeitung Böblinger Bote <sup>28)</sup>	24,9	15 801	3 934	16 084	4 005	16 600	4 133	17 200	4 283
Gesamtauflage		1 766 111	1 630 669	1 818 977	1 678 501	1 832 900	1 686 706	1 898 300	1 746 968

\* MV = Mutterverlag.

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

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

900 000 Exemplare gesunken (vgl. Tabelle 7). Die Marktanteile sind mit 5,2 Prozent im Gesamtmarkt und 6,4 Prozent bei den Abozeitungen unverändert geblieben. Madsack ist ein breit aufgestellter Medienkonzern mit Aktivitäten – von nationalen Zeitschriften abgesehen – in allen Medienbranchen, von Hörfunkbeteiligungen über die TV-Produktion und TV-Dienstleistungen bis zu Anzeigenblättern und einem expandierenden Digitalgeschäft.

Kernstück des Unternehmens mit einem Jahresumsatz von 671,5 Mio Euro sind aber nach wie vor die Tageszeitungen. Die Strategie, über Zukäufe und höhere Auflagen die Stückkosten pro Exemplar zu senken, wird in den nächsten Jahren noch erhebliche Umbauarbeiten auslösen, die auch in den Redaktionen mit einem erneuten Abbau von Arbeitsplätzen verbunden sein werden. Ein wesentlicher Schritt wurde mit der Einrichtung einer Zentralredaktion in Hannover bereits realisiert. Diese Zentralredaktion erbringt bereits Dienstleistungen für die insgesamt noch neun Mantelredaktionen der Verlagsgruppe. Mit wachsenden Zulieferungen aus der Zentralredaktion vom einzelnen Bericht bis zur kompletten Seite werden die Funktionen dieser

**Zentralredaktion erbringt Dienstleistungen für neun Mantelredaktionen**

**Tab. 6 Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ), Essen**

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Westdeutsche Allgem. Zeitung <sup>1) 2)</sup>	MV*								
Westfälische Rundschau <sup>1) 2)</sup>	100								
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung <sup>1) 3)</sup>	100	614 853	614 853	718 353	718 353	780 600	780 600	852 800	852 800
Westfalenpost <sup>1) 4)</sup>	100								
Thüringer Allgemeine <sup>5) 6)</sup>	100	150 800	150 800	160 900	80 450	172 500	86 250	185 900	92 950
Thüringische Landeszeitung <sup>5) 6)</sup>	100	32 900	32 900	35 100	35 100	37 600	37 600	37 800	37 800
Braunschweiger Zeitung <sup>7)</sup>	100	120 742	120 742	128 960	128 960	136 100	136 100	141 200	141 200
Harz-Kurier, Osterode <sup>7)</sup>	100	14 625	14 625	15 601	15 601	16 600	16 600	17 100	17 100
Hamburger Abendblatt <sup>8)</sup>	100	192 356	192 356	k. A.					
Berliner Morgenpost <sup>8)</sup>	100	110 862	110 862	k. A.					
Bergedorfer Zeitung <sup>8)</sup>	100	15 963	15 963	k. A.					
Ostthüringer Zeitung <sup>5) 9)</sup>	60	91 600	54 960	96 600	57 960	103 500	62 100	114 200	68 520
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung <sup>10)</sup>	24,8	19 694	4 884	21 759	5 396	23 600	5 853	22 000	5 456
<b>Gesamtauflage</b>		<b>1 364 395</b>	<b>1 312 945</b>	<b>1 177 273</b>	<b>1 041 820</b>	<b>1 270 500</b>	<b>1 125 103</b>	<b>1 404 100</b>	<b>1 242 576</b>

\* MV = Mutterverlag.

- 1) Der Konzern meldet der IVW keine Einzelaufgaben der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen, wohl aber deren Gesamtauflage.
- 2) Der Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG verlegt einen Teil der Ausgaben der Westfälischen Rundschau (WR). Einzelne Ausgaben im Kreis Unna wurden verkauft, erscheinen aber weiterhin mit dem Titel der WR. Wieder andere Ausgaben in der Region Dortmund stehen zum Verkauf. Der Verlag der WR gehört dem Konzern seit 2013 vollständig.
- 3) Der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG gibt die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung heraus. Dem Konzern gehören 89,4% des Verlages.
- 4) Die Westfalenpost erscheint inzwischen nicht mehr in ihrem gleichnamigen Stammverlag, sondern wird von der Funke Medien NRW GmbH verlegt.
- 5) An der Thüringer Allgemeine (TA) waren nominell über Jahre Mitarbeiter des Verlags zu 50% beteiligt. Inzwischen werden die TA und die Thüringische Landeszeitung (TLZ) von der ZGT Zeitungsgruppe Thüringen GmbH verlegt. Die Firma gehört vollständig der Funke Mediengruppe GmbH & Co KGaA.
- 6) Der Konzern meldet für seine drei Zeitungen in Thüringen eine Auflage von 274 300 Exemplaren. Die in der Tabelle genannten Einzelaufgaben beruhen auf Schätzungen.
- 7) 2007 hat der Konzern zunächst die Mehrheit des Verlags in Braunschweig und schließlich auch die übrigen Anteile übernommen. Über den Braunschweiger Verlag wurde auch der Harz-Kurier in Osterode vollständig übernommen, an dem die Braunschweiger Zeitung bis dahin nur beteiligt (35%) war. Seit Dezember 2009 bezieht der Harz-Kurier die überregionale Berichterstattung aus Braunschweig.
- 8) Die Verlagsgruppe hat 2014 von der Axel Springer SE die drei Abonnementzeitungen Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt sowie das Lokaltitel Bergedorfer Zeitung jeweils vollständig übernommen.
- 9) Der Konzern hält 60% des Verlags in Gera. Die übrigen Anteile hält eine Stiftung, die auch am Zeitungsverlag Niederrhein beteiligt ist (vgl. Fußnote 3).
- 10) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8%. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Hauptredaktionen sukzessive auf regionale Aspekte der Berichterstattung begrenzt. Die betriebswirtschaftlichen Vorteile, eine journalistische Leistung für möglichst viele Zeitungen der Gruppe und daneben auch für möglichst viele digitale Angebote zu nutzen, seien es Onlineportale, Apps oder sonstige Angebotsformen, sind immens. Neben diesen schon heute seine redaktionellen Leistungen auch gegenüber Fremdverlagen. Die überregionale Berichterstattung beispielsweise der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung (HAZ) erreicht dadurch eine Gesamtauflage von rund 400 000 Exemplaren. Der Anteil der HAZ-Auflage beträgt davon nur rund ein Drittel.

Einen Teil dieses Geschäfts hat der Konzern über die Jahre mit einem dichten Geflecht von Beteiligungen abgesichert. Diese direkten und indirekten Beteiligungen sind in der Tabelle 7 nur zum Teil erfasst, da einige die in dieser Analyse zugrunde gelegte Mindesthöhe der Beteiligung von 25 Prozent unterschreiten. Die Verlagsgruppe Madsack ist damit nicht nur ein Musterbeispiel für eine Strategie der horizontalen Konzentration, sondern – überwiegend als Effekt derselben – auch ein Muster für

die publizistische Konzentration. Die noch junge Zentralredaktion wird in den nächsten Jahren die überregionale Berichterstattung in wachsenden Teilen Norddeutschlands bestimmen, vom Norden Hessens über Niedersachsen bis nach Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Von einer vielfältigen Berichterstattung kann in diesen Regionen dann keine Rede mehr sein. Die meisten der Madsack-Titel sind Monopolzeitungen und bestimmen zudem in ihren jeweiligen Verbreitungsgebieten die digitalen Informationsangebote.

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

Für die Verlagsgruppe in Köln, deren aktuelles Portfolio Tabelle 8 abbildet, hat sich der Einstieg bei der Frankfurter Rundschau als fatale Fehlscheidung erwiesen. Auch die Kölner haben es nicht vermocht, die defizitäre Zeitung in schwarze

**Verluste aus Engagement bei Frankfurter Rundschau belasten den Verlag**

**Madsack-Gruppe Beispiel für horizontale und publizistische Konzentration**

Tab. 7 Verlagsgruppe Madsack, Hannover<sup>1)</sup>

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover <sup>2)</sup>	MV*	183 425	183 425	192 177	192 177	201 300	201 300	210 600	210 600
Göttinger Tageblatt <sup>3)</sup>	100	37 262	37 262	40 171	40 171	41 600	41 600	43 800	43 800
Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine <sup>4)</sup>	100	36 672	36 672	37 092	37 092	37 700	37 700	37 900	37 900
Peiner Allgemeine Zeitung <sup>4)</sup>	100	19 315	19 315	20 071	20 071	20 500	20 500	20 900	20 900
Waldeckische Landeszeitung <sup>5)</sup>	100	21 242	21 242	22 748	22 748	23 500	23 500	24 900	24 900
Schaumburger Nachrichten <sup>6)</sup>	100	15 316	15 316	15 836	15 836	16 400	16 400	16 500	16 500
Leipziger Volkszeitung <sup>7)</sup>	100	153 889	153 889	162 178	162 178	172 100	172 100	182 600	k. A.
Dresdner Neueste Nachrichten <sup>7)</sup>	100	24 496	24 496	26 008	26 008	27 500	27 500	28 600	k. A.
Naumburger Tageblatt <sup>8)</sup>	100	12 609	12 609	13 113	13 113	14 000	14 000	14 800	k. A.
Märkische Allgemeine <sup>9)</sup>	100	126 983	126 983	135 113	135 113	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Lübecker Nachrichten <sup>10)</sup>	73	96 528	70 465	99 087	72 334	102 500	74 825	106 000	k. A.
Ostsee-Zeitung <sup>11)</sup>	73	138 880	101 382	143 689	104 893	147 100	107 383	153 500	k. A.
Oberhessische Presse <sup>12)</sup>	51	26 963	13 751	26 396	13 462	28 500	14 535	30 300	15 453
Gelnhäuser Neue Zeitung <sup>13)</sup>	51	8 632	4 402	8 508	4 339	8 500	4 335	8 200	4 182
Cellesche Zeitung <sup>14)</sup>	50	28 079	14 040	29 552	14 776	30 800	15 400	31 500	15 750
Kieler Nachrichten <sup>15)</sup>	49	86 715	42 490	88 727	43 476	93 000	45 570	95 600	k. A.
Segeberger Zeitung <sup>16)</sup>	49	11 475	5 623	11 989	5 875	12 000	5 880	12 000	4 440
Gandersheimer Kreisblatt <sup>17)</sup>	33	4 263	1 407	4 552	1 502	4 800	1 584	5 200	1 716
Täglicher Anzeiger <sup>18)</sup>	30	9 907	2 972	10 397	3 119	10 800	3 240	11 300	3 390
Torgauer Zeitung <sup>7)</sup>	24,9	9 263	2 306	9 849	2 452	10 500	2 615	k. A.	k. A.
AZ Alfelder Zeitung <sup>19)</sup>	24,5	7 319	1 793	7 684	1 883	8 100	1 985	8 600	2 107
<b>Gesamtauflage</b>		<b>1 059 233</b>	<b>891 841</b>	<b>1 118 637</b>	<b>937 851</b>	<b>1 011 200</b>	<b>831 951</b>	<b>1 042 800</b>	<b>401 638</b>

\* MV = Mutterverlag.

- 1) Die Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG hält neben den aufgelisteten Titeln noch weitere Beteiligungen im Zeitungsmarkt, die hier jedoch keine Berücksichtigung finden, weil die Erfassungsschwelle von 25 % am Kapital nicht erreicht wird. Zu diesen Beteiligungstiteln gehören u. a.: Beobachter, Seesen; Schaumburger Zeitung, Rinteln; Dewezet, Hameln (alle in Niedersachsen) sowie Die Harke in Nienburg.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse aus einem Tochterverlag der Verlagsgesellschaft Madsack wird der IVW nur eine Gesamtauflage gemeldet.
- 3) Das Göttinger Tageblatt gehört zu 99 % der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 4) Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine/Peiner Allgemeine: Der Verlag Madsack Medien Ostniedersachsen GmbH & Co KG gehört der Verlagsgesellschaft Madsack.
- 5) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt den Lokalverlag in Hessen vollständig.
- 6) Die Schaumburger Nachrichten erscheinen in dem gleichnamigen Verlag. Madsack hält 80 %, die Verlagsgruppe um die Dewezet in Hameln 20 %. Wegen des hohen Anteils von über 75 % wird die Auflage der Verlagsgruppe vollständig zugerechnet.
- 7) Madsack hält bei der Leipziger Volkszeitung (LVZ) seit 2009 85 % der Anteile. Die übrigen Anteile werden zusammen mit Partnern der Verlagsgruppe Madsack gehalten. Wegen des hohen Kapitalanteils wird die Auflage dem Konzern vollständig zugerechnet. Der Leipziger Verlag wiederum hält Anteile am Tageblatt, besitzt die Dresdner Neuesten Nachrichten und ist mit 24,9 % an der Torgauer Zeitung beteiligt.
- 8) 75,2 % des Naumburger Tageblatts gehören zur Leipziger Volkszeitung. Entsprechend wird die Auflage vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 9) Die Märkische Allgemeine ist Anfang 2012 von einer Zwischenholding übernommen worden, an der die Verlagsgruppe direkt 63,5 Prozent hält. Einen Anteil von 26 % hält der Verlag der Kieler Nachrichten, an der die Verlagsgruppe gleichfalls beteiligt ist (vgl. Fußnote 15). Insgesamt liegt die Beteiligungshöhe oberhalb von 75 Prozent. Daher wird die Auflage der Märkischen Allgemeinen vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 10) Lübecker Nachrichten: Madsack hält eine direkte Beteiligung in Höhe von 49 % und zudem eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HVB). Der Madsack-Konzern hat die Beteiligung an der HVB anschließend aufgestockt, so dass ihm die Beteiligung der HVB an den Lübecker Nachrichten in Höhe von 24 % vollständig zugerechnet wird. Madsack kommt damit auf eine Gesamtbeteiligung in Lübeck in Höhe von 73 %.
- 11) Ostsee-Zeitung: Der Verlag der Lübecker Nachrichten hält sämtliche Anteile. Durchgerechnet ergibt sich ein Anteil von Madsack in Höhe von 73 %.
- 12) Die restlichen Anteile an der Oberhessischen Presse hält der ehemalige Verleger Wolfram Hitzeroth.
- 13) Die Verlagsgesellschaft Madsack ist seit 2007 mehrheitlich am Lokalverlag im Süden Hessens beteiligt.
- 14) Madsack hält einen Anteil von 24,8 % an der Celleschen Zeitung. Ein weiterer Anteil von 25,2 % wird über die Familie eines Eigners von Madsack gehalten und wird hier dem Konzern angerechnet.
- 15) Kieler Nachrichten: Madsack hält einen Anteil von 24,5 %. Einen Anteil in gleicher Höhe besitzt die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG, die vollständig Madsack zugerechnet wird. Insgesamt ergibt sich damit ein Anteil in Kiel von 49 %.
- 16) Die Segeberger Zeitung gehört vollständig den Kieler Nachrichten.
- 17) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co KG sind u. a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4 %) und des Täglichen Anzeiger (24,4 %). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30 %.
- 18) Am Täglichen Anzeiger in Holzminden hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30 %.
- 19) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Tab. 8 Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, Köln

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau <sup>1)</sup>	MV*	299 891	299 891	316 194	316 194	336 100	336 100	345 000	345 000
Express <sup>1)</sup>	MV	123 148	123 148	135 768	135 768	152 800	152 800	166 300	166 300
Mitteldeutsche Zeitung <sup>2)</sup>	100	193 079	193 079	204 945	204 945	219 700	219 700	238 700	238 700
Berliner Zeitung <sup>3)</sup>	72	120 912	87 057	139 775	100 638	157 000	113 040	k. A.	k. A.
Berliner Kurier (7 x wö) <sup>3)</sup>	72	96 352	69 373	110 318	79 429	120 400	86 688	k. A.	k. A.
Hamburger Morgenpost <sup>4)</sup>	72	94 827	68 275	105 576	76 015	110 000	79 200	k. A.	k. A.
Düsseldorf-Express <sup>5)</sup>	50	29 808	14 904	36 327	18 164	40 500	20 250	45 700	22 850
Naumburger Tageblatt <sup>6)</sup>	24,9	12 609	3 140	13 113	3 265	14 000	3 486	14 800	3 685
Gesamtauflage		970 626	858 867	1 182 110	994 464	1 292 900	1 082 464	964 200	853 385

\* MV = Mutterverlag.

1) Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und der Express erscheinen im Mutterverlag der Verlagsgruppe, der M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co KG. Für die beiden Abonnementzeitungen liegen nur Angaben zur gemeinsamen Auflage vor.

2) Die Mitteldeutsche Zeitung in Halle gehört vollständig zur Mediengruppe DuMont.

3) DuMont und der Heinen Verlag haben 2009 den Berliner Verlag, in dem die Berliner Zeitung und der Berliner Kurier erscheinen, übernommen. DuMont hält 65%, Heinen 35%. DuMont ist auch am Heinen Verlag beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich für DuMont ein Anteil von 72%.

4) Zeitgleich mit den Titeln in Berlin wurde auch die Hamburger Morgenpost gekauft, die in einem eigenständigen Verlag erscheint. Die Anteilsverteilung entspricht jener in Berlin.

5) Die Mediengruppe DuMont ist am Düsseldorf-Express mit 50% beteiligt. Die übrigen 50% liegen beim Verlag W. Girardet, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).

6) Am Tageblatt in Naumburg ist die Verlagsgruppe über das Tochterunternehmen in Halle mit 24,9 Prozent beteiligt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Zahlen zu führen und ihre Beteiligung letztlich im Insolvenzverfahren aufgegeben. Die Verluste aus diesem Engagement haben sich nach Angaben der Verlagsgruppe auf 120 Mio Euro addiert. Für ein Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 670 Mio Euro ist das ein erheblicher Betrag, der zu Verlusten in der Konzernbilanz geführt hat. Diese Verluste haben die Rationalisierungsbestrebungen in allen Bereichen beschleunigt und waren von bis dahin im Konzern unbekanntem betriebsbedingtem Kündigungen begleitet. Auch die Redaktionen waren von dem umfangreichen Stellenabbau betroffen und sind es weiterhin.

#### Fusion von Lokalredaktionen im Raum Köln in Vorbereitung

Derzeit wird in der Region Köln die Fusion fast aller Lokalredaktionen des Kölner Stadt-Anzeigers und der Kölnischen Rundschau vorbereitet. Künftig wird es nur noch für Köln zwei getrennte Lokalredaktionen geben. Im übrigen Verbreitungsgebiet erstellen die fusionierten Redaktionen jeweils einen für beide Zeitungen weitgehend identischen Lokalteil. Nur mit einzelnen Berichten soll die unterschiedliche Ausrichtung der beiden Titel markiert werden. Damit verlieren auf einen Schlag rund eine Million Einwohner die Wahlmöglichkeit für eine unterschiedliche lokale Berichterstattung. Die Kölnische Rundschau wird dann weitgehend einem Torso entsprechen: Die Lokalberichterstattung wird vom Stadt-Anzeiger übernommen, der Mantel wird schon seit 2010 vom Bonner General-Anzeiger geliefert. (19) Bei der Übernahme der Kölnischen Rundschau 1999 hatte der ehemalige Verleger Helmut Heinen noch eine redaktionelle Unabhängigkeit verhandelt. Diese vertraglichen Regelungen sind im Zuge der Krise gelockert worden.

Bei den Hauptredaktionen von Stadt-Anzeiger, Mitteldeutscher Zeitung in Halle sowie der Berliner Zeitung hatten mit der Einrichtung eines so genannten Redaktionspools schon in den letzten Jahren Rationalisierungen eingesetzt. Der Redaktionspool in Berlin versorgt alle drei Zeitungen mit Berichten über die Bundespolitik. Ähnliche Kooperationsmodelle bestehen auch für die regionalen Kaufzeitungen. Nach Springer ist DuMont in diesem Teilmarkt mit einem Anteil von 8,9 Prozent (2012: 8,6%) zweitgrößter Anbieter. Bei den Abozeitungen und im Gesamtmarkt hat die Gruppe jeweils 0,5 Prozentpunkte eingebüßt. Aktuell betragen die Anteile 5,0 Prozent (2012: 5,5%) im Gesamtmarkt und 4,2 Prozent (2012: 4,7%) bei den Abozeitungen.

#### 6. Verlagsgruppe Ippen/Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger

Die Verlagsgruppe Ippen ist in ihrer Zusammensetzung seit 2012 unverändert geblieben (vgl. Tabelle 9). Sie hat ihren Marktanteil im Gesamtmarkt dennoch leicht von 4,2 auf 4,3 Prozent und bei den Kaufzeitungen von 3,9 auf 4,3 Prozent gesteigert. Bei den Abozeitungen blieb der Anteil mit gleichfalls 4,3 Prozent konstant. Die leichten Zugewinne basieren auf unterdurchschnittlichen Auflagenverlusten. Anders als in früheren Jahren

**Marktanteile im Gesamtmarkt und bei Abozeitungen um je 0,5%-Punkte gesunken**

**Leicht gestiegene Marktanteile im Gesamtmarkt und bei Kaufzeitungen**

Tab. 9 Verlagsgruppe Ippen/Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Münchener Merkur <sup>1)</sup>	MV*	184 264	184 264	186 283	186 283	189 600	189 600	191 900	191 900
tz <sup>1)</sup>	MV	134 692	134 692	139 309	139 309	146 100	146 100	154 500	154 500
Oberbayerisches Volksblatt <sup>2)</sup>	MV	65 739	65 739	68 073	68 073	71 800	71 800	72 100	72 100
Westfälischer Anzeiger <sup>3)</sup>	MV	36 988	36 988	38 762	38 762	41 700	41 700	41 900	41 900
Hessische/Nieders. Allgemeine <sup>4)</sup>	100	150 596	150 596	162 676	162 676	161 600	161 600	165 800	165 800
Leine Deister Zeitung <sup>5)</sup>	100	5 066	5 066	5 157	5 157	5 300	5 300	5 400	5 400
Fehmarnsches Tageblatt <sup>6)</sup>	100	2 112	2 112	2 182	2 182	2 200	2 200	2 300	2 300
Heiligenhafener Post (3 x wö) <sup>6)</sup>	100	1 673	1 673	1 774	1 774	1 900	1 900	2 000	2 000
Offenbach Post <sup>7)</sup>	100	37 540	37 540	39 862	39 862	42 200	42 200	44 500	44 500
Dieburger Anzeiger (3 x wö) <sup>7)</sup>	100	3 426	3 426	3 715	3 715	3 800	3 800	4 000	4 000
Lüdenscheider Nachrichten <sup>8)</sup>	100	34 654	34 654	31 100	31 100	32 200	32 200	31 600	31 600
Schongauer Nachrichten <sup>9)</sup>	70,4	8 887	6 256	8 919	6 279	9 200	6 477	9 300	6 547
Allg. Zeitung + Isenahener Kreisblatt <sup>10)</sup>	70	21 861	15 303	22 053	15 437	23 100	16 170	23 900	16 730
Altmark-Zeitung <sup>11)</sup>	70	15 694	10 986	16 284	11 399	17 800	12 460	19 100	13 370
Kreiszeitung, Syke <sup>12)</sup>	39,7	65 772	26 111	64 444	25 584	66 800	26 520	68 800	27 314
Rotenburger Kreiszeitung <sup>13)</sup>	39,7	9 510	3 775	9 953	3 951	10 100	4 010	10 600	4 208
Wildeshauser Zeitung <sup>14)</sup>	39,7	2 338	928	2 467	979	2 600	1 032	2 700	1 072
Soester Anzeiger <sup>15)</sup>	40	34 584	13 834	35 162	14 065	36 100	14 440	31 700	12 680
Werra Rundschau <sup>16)</sup>	40	10 234	4 094	10 672	4 269	11 100	4 440	11 600	4 640
Hersfelder Zeitung <sup>17)</sup>	25	13 699	3 425	14 303	3 576	14 800	3 700	15 200	3 800
Gesamtauflage		839 329	741 462	863 150	764 432	890 000	787 648	908 900	831 661

\* MV = Mutterverlag.

- Bei den Verlagen des Münchener Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Dirk Ippen hält 24,99%, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 26,4%, ein Beteiligungsunternehmen der Oberbayerischen Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 29,2%, der Verleger Alfons Döser 6,9% und die Süddeutsche Verlag GmbH 12,5%. Der Süddeutsche Verlag wurde trotz dieses Anteils aber nicht dieser Verlagsgruppe zugerechnet, auch weil er mit dieser konkurriert.
- Oberbayerisches Volksblatt: Zwischen dem Oberbayerischen Volksblatt und den beiden Münchener Verlagen bestehen wechselseitige Kapitalverflechtungen.
- Westfälischer Anzeiger: Ippen ist über den Verlag der Leine Deister Zeitung in Gronau an seinem Stammverlag in Hamm beteiligt. Dieser unterhält enge Kontakte mit den westfälischen Verlagen, an denen die Gruppe beteiligt ist, bildet mit ihnen einen Anzeigenverbund und liefert ihnen den Hauptteil. Redaktionelle Kooperationen bestehen zudem mit dem Hellweger Anzeiger in Unna und dem Patriot in Lippstadt.
- Die Ippen-Gruppe hält 90% der Anteile. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- Leine Deister Zeitung: Der Kleinverlag im niedersächsischen Gronau gehört den Familien Ippen und Dierichs. Die Familie Dierichs hatte u. a. die Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) in die Gruppe eingebracht. Über den Kleinverlag wird eine Reihe von Beteiligungen an anderen Verlagen der Gruppe gehalten.
- Fehmarnsches Tageblatt: Dirk Ippen hält an dem kleinen Verlag, zu dem auch die Heiligenhafener Post gehört, sämtliche Anteile.
- Offenbach Post: Seit 2005 gehört die Pressehaus Bintz-Verlag GmbH & Co KG vollständig zur Verlagsgruppe (zuvor 50%). Die Anteile halten der Westfälische Anzeiger 80% und die Leine-Deister-Zeitung 20%. Der Offenbacher Verlag besitzt auch den Dieburger Anzeiger.
- Lüdenscheider Nachrichten: Neben dem Lüdenscheider Titel erscheinen auch die Meinerzhagener Zeitung, das Altenaer Kreisblatt, der Allgemeine Anzeiger (Halver) und der Süderländer Volksfreund in der Märkischen Zeitungsverlag GmbH & Co KG. Die Anteile halten im Wesentlichen der frühere Verlag der Meinerzhagener Zeitung sowie der Verlag des Westfälischen Anzeigers. Die Anteile der Verlagsgruppe Ippen summieren sich auf über 90%, entsprechend werden die Auflagen der Titel der Verlagsgruppe vollständig angerechnet.
- Schongauer Nachrichten: Die Lokalzeitung gehört überwiegend zur Verlagsgruppe. Der Anteil der Verlagsgruppe wird gehalten vom Verleger Ippen in Höhe von 45,5% und vom Mutterverlag des Oberbayerischen Volksblatts (24,9%). Insgesamt ergibt sich ein Anteil von 70,4%. Die übrigen Anteile halten Geschäftspartner von Dirk Ippen.
- Der Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide gibt auch das Isenahener Kreisblatt heraus, dessen Auflage in den Daten für die Allgemeine Zeitung enthalten ist. Dirk Ippen hält einen Anteil von 70%.
- Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide.
- Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7% hält der Verlag der Leine Deister Zeitung. Hinzu kommen gut 10% durch eigene Anteile der Gesellschaft.
- Rotenburger Kreiszeitung: Der Verlag der Kreiszeitung in Syke besitzt die Lokalzeitung vollständig und beliefert das Blatt mit dem überregionalen Mantel.
- Wildeshauser Zeitung: Die Kreiszeitung in Syke besitzt den kleinen Verlag vollständig. Sie liefert dem Kleinverlag auch den Hauptteil und bildet mit ihm eine Anzeigenkooperation.
- Soester Anzeiger: Der 40-Prozent-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten.
- Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau in Eschwege beteiligt.
- Die anteilige Zuordnung der Hersfelder Zeitung zur Gruppe ist schwierig, da über den Verlag der HNA direkt nur ein Anteil von 19,5% gehalten wird. Zusammen mit einer indirekten Beteiligung liegt die Beteiligung bei gut 25%. Darüber hinaus ist ein Teil der übrigen Eigner auch über andere Geschäftsbeziehungen mit der Verlagsgruppe verbunden.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

können sich die Titel des Verlegers Ippen dem Gesamttrend sinkender Auflagen aber nicht mehr entziehen. Die einzige Auflagensteigerung betrifft

die Lüdenscheider Nachrichten und hat marktstrukturelle Gründe. Die in der Region Lüdenscheid konkurrierende Westfälische Rundschau hatte, wie bereits dargestellt, ihre Ausgaben eingestellt. Ähnlich könnte die einzige Kaufzeitung der Gruppe, die tz in München, von einer potenziellen Einstellung der Abendzeitung profitieren, die derzeit im Insolvenzverfahren geführt wird.

Tab. 10 Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine

Titel	2014			2012		2010	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Augsburger Allgemeine <sup>1)</sup>	100	223 257	223 257	222 170	222 170	228 414	228 414
Main Post und Fränkisches Volksblatt <sup>2)</sup>	100	123 754	123 754	127 719	127 719	132 700	132 700
Obermain-Tagblatt <sup>3)</sup>	100	11 298	11 298	11 721	11 721	k. A.	k. A.
Südkurier <sup>4)</sup>	100	130 216	130 216	129 383	65 985	k. A.	k. A.
Allgäuer Zeitung und Memminger Zeitung <sup>5)</sup>	50	93 888	46 944	102 906	51 453	106 529	53 265
Nordkurier <sup>6)</sup>	33,3	81 540	27 153	84 523	28 146	89 915	29 942
Gesamtauflage		663 953	562 622	678 422	507 194	557 558	444 320

1) Die Augsburg Allgemeine erscheint mit zahlreichen Ausgaben unter eigenständigen Titeln. Vielfach erschienen diese Titel früher in eigenständigen Verlagen, wurden aber immer stärker in den Augsburg Verlag einbezogen. Mit einigen der ehemaligen Verleger bestehen noch heute Kooperationen.

2) 2010 haben die Augsburg den Verlag der Main Post in Würzburg mit allen sonstigen Aktivitäten übernommen.

3) Die Lokalzeitung in Lichtenfels, in der Nachbarschaft zur Main Post, ist zum 1.1.2012 vollständig von der Main Post übernommen worden.

4) Der Südkurier in Konstanz gehörte bis 2011 zur Holtzbrinck-Gruppe. Die Augsburg Gruppe hat den Verlag zunächst anteilig, später vollständig übernommen.

5) Der Verlag der Allgäuer Zeitung hat über Jahre – ähnlich wie die Augsburg – kleine Zeitungen in der Nachbarschaft an sich gebunden. Zuletzt wurde die

Memminger Zeitung übernommen und in den Verlag in Kempten eingebunden. Neben den Augsburgern ist die Familie Waldburg zu Zeil beteiligt.

6) Neben den Augsburgern sind am Verlag in Neubrandenburg die Verlage der Kieler Nachrichten und der Schwäbischen Zeitung – alle in gleicher Höhe – beteiligt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Wie die anderen Verlagsgruppen investiert auch Verleger Ippen in digitale Geschäftsfelder, nutzt aber zugleich Expansionsmöglichkeiten bei den Printmedien, etwa bei lokalen Zeitschriften oder bei Anzeigenblättern. Im Raum Frankfurt etwa expandierte die Gruppe mit dem Titel Extra Tipp, der inzwischen eine Gesamtauflage von 850 000 Exemplaren wöchentlich erreicht.

### 7. Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine

Bei der Augsburg Gruppe ist nach den Zukäufen der letzten Jahre die Titelpalette unverändert geblieben (vgl. Tabelle 10). Nach der Übernahme der restlichen Anteile am Südkurier in Konstanz wird dessen Auflage der Gruppe nun vollständig zugerechnet. Darauf basieren die Steigerungen der anteiligen Auflage auf gut 560 000 Exemplare und des Marktanteils im Gesamtmarkt von 2,8 auf 3,3 Prozent sowie bei den Abozeitungen von 3,5 auf 4,0 Prozent. Die Integration der Neuerwerbungen schreitet auch im redaktionellen Bereich voran. Die zuvor von der Main Post in Würzburg geführten Korrespondenten werden nun über die Zentrale in Augsburg beauftragt. Die Main Post wiederum kooperiert inzwischen mit der Mediengruppe Oberfranken. Sie liefert dem Haupttitel Fränkischer Tag überregionale Berichte zu und kooperiert an den Rändern des Verbreitungsgebiets auch in der Lokalberichterstattung mit der Mediengruppe Oberfranken, die ihrerseits erst vor einigen Jahren ihr Verbreitungsgebiet durch Übernahmen deutlich erweitert hatte.

**Großer publizistischer Einfluss vor allem im Kernverbreitungsgebiet**

Den Zeitungsmarkt im Regierungsbezirk Schwaben beherrschen die Augsburg Allgemeine und die Allgäuer Zeitung annähernd vollständig. Der publizistische Einfluss speziell in diesem Kernverbreitungsgebiet ist noch viel größer, weil die Augsburg auch bei den Anzeigenblättern, im lokalen Hörfunk und lokalen Fernsehen sowie bei lokalen Online-

portalen den Markt beherrschen. Auch die Main Post, der Südkurier und der Nordkurier erscheinen in ihren Verbreitungsgebieten überwiegend als Monopolzeitungen und sind ebenfalls crossmedial aufgestellt.

### 8. Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf

Die Verlagsgruppe um die Rheinische Post in Düsseldorf ist mit der Übernahme des vormals der Holtzbrinck-Gruppe gehörenden Mehrheitsanteils an der Unternehmensgruppe um die Saarbrücker Zeitung im nationalen Zeitungsmarkt deutlich gewachsen (vgl. Tabelle 11). Zur Saarbrücker Gruppe gehören auch die Zeitungen Trierischer Volksfreund, Lausitzer Rundschau in Cottbus sowie das Lokalblatt Pfälzischer Merkur in Zweibrücken. Die Verlagsgruppe hat damit eine Auflage von etwa 300 000 Exemplaren übernommen, von der ihr anteilig allerdings nur gut die Hälfte zugerechnet wird. Die anteilige Gesamtauflage ist auf gut 500 000 Exemplare gestiegen.

Die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH rückte damit im Gesamtmarkt vom zehnten auf den achten Rang vor, ihr Anteil am Gesamtmarkt ist von 2,0 auf 3,0 Prozent gestiegen und jener bei den Abozeitungen von 2,5 auf 3,6 Prozent. Unberücksichtigt bleibt weiterhin eine kleine Beteiligung an der Westdeutschen Zeitung in Düsseldorf sowie eine neue Beteiligung in Höhe von 20 Prozent am Remscheider General-Anzeiger. Die Rhei-

**Mehrheit an Gruppe der Saarbrücker Zeitung übernommen**

**Mit 3 % Marktanteil auf Rang 8 im Gesamtmarkt vorgerückt**

**Tab. 11 Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH/Rheinische Post, Düsseldorf**

Titel	2014			2012		2010	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Rheinische Post, Düsseldorf	MV*	325 888	325 888	340 870	340 870	310 900	310 900
Neuß-Grevenbroicher Zeitung <sup>1)</sup>	100	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	45 500	45 500
Saarbrücker Zeitung <sup>2)</sup>	51	128 835	65 706	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Trierischer Volksfreund <sup>3)</sup>	51	85 963	43 841	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Pfälzischer Merkur <sup>4)</sup>	51	7 290	3 718	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Lausitzer Rundschau <sup>5)</sup>	51	82 460	42 055	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten <sup>6)</sup>	24,5	114 699	28 101	122 985	30 131	129 200	31 654
<b>Gesamtauflage</b>		<b>745 135</b>	<b>509 309</b>	<b>463 855</b>	<b>371 001</b>	<b>485 600</b>	<b>388 054</b>

\* MV = Mutterverlag.

- 1) Die Neuß-Grevenbroicher Zeitung erschien in der Neusser Zeitungsverlag GmbH, an der die Rheinische Post seit Jahrzehnten hälftig beteiligt war. Inzwischen wurde die Zeitung in die Rheinische Post integriert und erscheint als Lokalausgabe der RP. Die Auflage ist in jener der RP enthalten.
- 2) Saarbrücker Zeitung: Die Rheinische Post hat vom Holtzbrinck-Konzern einen Anteil von knapp über 51 % am Verlag in Saarbrücken übernommen.
- 3) Trierischer Volksfreund: Der Verlag Volksfreund-Druckerei Nikolaus Koch GmbH gehört vollständig zur Saarbrücker Zeitung.
- 4) Der Pfälzische Merkur erscheint mit dem Mantel der Saarbrücker Zeitung, der die Zweibrücker Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH vollständig gehört.
- 5) Lausitzer Rundschau: Die LR Medienverlag und Druckerei GmbH in Cottbus gehört vollständig zur Saarbrücker Zeitung.
- 6) Die beiden Aachener Titel erscheinen seit den 70er Jahren gemeinsam in der Zeitungsverlag Aachen GmbH. Die beiden früheren Verlage sind aber Herausgeber ihrer jeweiligen Titel geblieben. Die RP-Gruppe hat den ehemaligen Verlag der Aachener Nachrichten vollständig übernommen und ist darüber mit 24,5 Prozent am Zeitungsverlag Aachen beteiligt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

nische Post profitiert derzeit von der Schwäche ihres wichtigsten Wettbewerbers, der Westdeutschen Zeitung (WZ). Die WZ hat die Schließung von mehreren Lokalredaktionen angekündigt und will künftig in den betroffenen Verbreitungsgebieten die Lokalberichterstattung von der RP übernehmen. Die überregionale Berichterstattung will die WZ künftig basierend auf dem Material der Aachener Zeitungen bestreiten. Auch davon profitiert die RP über ihre Beteiligung am Zeitungsverlag Aachen.

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

**Marktanteilsverluste vor allem FR-Insolvenz geschuldet**

Ähnlich wie die Verlagsgruppe DuMont war auch die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) heftig von der Insolvenz der Frankfurter Rundschau (FR) betroffen, an der sie mit 40 Prozent beteiligt gewesen war. Die Bilanz des in den Vorjahren zumeist gewinnträchtigen Unternehmens fiel entsprechend bescheiden aus. Dennoch hat die Unternehmens-Holding der SPD Ausschüttungen an die Partei vorgenommen. Nach der Insolvenz der Frankfurter Rundschau geriet die ddvg erneut öffentlich in die Kritik, als bei der Westfälischen Rundschau in Dortmund die gesamte Redaktion entlassen wurde. Die ddvg hielt an der ehemaligen SPD-Zeitung noch einen Anteil von gut zehn Prozent, war in die Entscheidung des Mehrheitseigners,

des WAZ-Konzerns, über die WR aber nicht einbezogen worden und verkaufte schließlich auch die restlichen Anteile an den WAZ-Konzern. Die Auflage der WR war wegen Unterschreitens der Erfassungsschwelle auch zuvor bei der ddvg nicht berücksichtigt worden. Die Auflagen- und Anteilsverluste sind wesentlich vom Ausscheiden der Frankfurter Rundschau aus der Titelpalette verursacht. Die ddvg hält im Gesamtmarkt noch einen Anteil von 3,0 Prozent (2012: 3,1 %) und bei den Abozeitungen 3,6 Prozent (2012: 3,6%). Das Portfolio der ddvg ist ansonsten unverändert geblieben (vgl. Tabelle 12).

### 10. Verlagsgruppe

#### Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die Verlagsgruppe um die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) hat die frühere Konkurrenzzeitung Frankfurter Rundschau (FR) aus der Insolvenz übernommen (vgl. Tabelle 13). Die leichte Steigerung der Gesamtauflage der Gruppe basiert auf der erstmaligen Berücksichtigung der FR-Auflage. Der Zugewinn wird allerdings weitgehend aufgezehrt durch die Auflagenverluste der FAZ und der Frankfurter Neuen Presse. Die Steigerung des Gesamtmarktanteils von 2,5 auf 2,8 Prozent sowie jenes bei den Abozeitungen von 3,1 auf 3,4 Prozent fällt daher eher gering aus. Sie könnte allerdings stabil sein, da die FR im neuen Verbund anders als zuvor überlebensfähig scheint. Die Lokalausgaben der FR sind nun einbezogen in Belegungseinheiten mit der Frankfurter Neuen Presse und in Frankfurt zudem mit der Lokalausgabe der FAZ. Inserenten müssen ihre Werbung nun zwangsweise auch in der FR schalten, was deren Werbeeinnahmen deutlich steigern dürfte. Solche Belegungseinheiten haben auch andernorts schon Zweitzeitungen stabilisiert, die ohne die Verbundstruktur im Werbemarkt einen schwachen Stand hatten.

**Auflagenzuwachs durch Rundschau-Erwerb, Auflagenverluste bei FAZ und FNP**

Tab. 12 Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg), Hamburg

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage						
Neue Westfälische, Bielefeld <sup>1)</sup>	57,5	148 580	85 434	146 053	83 980	148 500	85 388	153 300	88 148
Sächsische Zeitung, Dresden <sup>2)</sup>	40	231 372	92 549	241 993	96 797	255 300	102 120	267 000	106 800
Morgenpost für Sachsen, Dresden <sup>2)</sup>	40	85 020	34 008	94 501	37 800	90 500	36 200	95 000	38 000
Döbelner Anzeiger <sup>2)</sup>	40	9 278	3 711	9 908	3 963	10 600	4 240	11 200	4 480
Frankenpost, Hof <sup>3)</sup>	35	49 454	17 309	48 414	16 945	49 800	17 430	50 900	17 815
Cuxhavener Nachrichten <sup>4)</sup>	32,5	11 219	3 646	11 427	3 714	11 800	3 835	12 200	3 965
Niederelbe Zeitung <sup>4)</sup>	32,5	8 486	2 758	8 688	2 824	9 000	2 925	9 100	2 958
Nordbayerischer Kurier, Bayreuth <sup>5)</sup>	29,9	34 961	10 453	35 188	10 451	36 600	10 870	38 800	12 222
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung <sup>6)</sup>	30	62 179	18 654	66 526	19 958	71 500	21 450	75 700	22 710
Neue Presse, Coburg <sup>6)</sup>	30	23 912	7 174	24 885	7 466	25 300	7 590	26 700	8 010
Madsack anteilig gesamt <sup>7)</sup>	26	891 841	231 879	891 884	231 890	831 951	205 373	401 638	104 426
<b>Gesamtauflage</b>		<b>1 556 302</b>	<b>507 574</b>	<b>1 704 848</b>	<b>565 676</b>	<b>1 646 598</b>	<b>556 271</b>	<b>1 402 000</b>	<b>498 771</b>

1) Die Neue Westfälische ist die einzige Zeitung, an der die ddvg eine Mehrheit hält.

2) An den Verlagen der Sächsischen Zeitung und der Morgenpost für Sachsen, beide in Dresden, hält die ddvg jeweils 40 Prozent. Der Verlag der Sächsischen Zeitung gibt inzwischen auch den Döbelner Anzeiger heraus.

3) Frankenpost: Mehrheitseigner ist der Süddeutsche Verlag. Die ddvg hält 35 %. In den Verlag der Frankenpost wurde inzwischen auch das Selber Tagblatt integriert.

4) Die Cuxhavener Nachrichten und die Niederelbe Zeitung erscheinen seit 2005 in der Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. Der Kapitalanteil der ddvg, die zuvor bei den Cuxhavener Nachrichten einen Anteil von 50 % hielt, beträgt nun 32,5 %.

5) Die Druckhaus Bayreuth Verlagsgesellschaft hält am Verlag des Nordbayerischen Kuriers 63 %. An der Druckhaus Bayreuth wiederum ist die ddvg mit 47,5 % beteiligt. Damit kommt die ddvg durchgerechnet auf eine Beteiligung von 29,9 % am Nordbayerischen Kurier.

6) Beim Freien Wort, Suhl, der stz Südthüringer Zeitung, Bad Salzungen, und der Neuen Presse, Coburg, ist die ddvg mit jeweils 30 Prozent beteiligt. Partner ist jeweils der Verlag der Süddeutschen Zeitung. Für das Freie Wort und die stz Südthüringer Zeitung wird nur eine Gesamtauflage gemeldet.

7) Die ddvg hält an der persönlich haftenden und geschäftsführenden Dr. Erich Madsack GmbH 26 % der Anteile. Bei der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG liegt die Beteiligungshöhe etwas niedriger. Zur Verlagsgesellschaft Madsack vgl. Tab. 8.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Tab. 13 Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung

Titel	2014			2012		2010		2008	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Frankfurter Allgemeine Zeitung <sup>1)</sup>	MV*	316 524	316 524	355 260	355 260	368 000	368 000	368 700	368 700
Frankfurter Neue Presse <sup>2)</sup>	100	88 800	88 800	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Frankfurter Rundschau <sup>2) 3)</sup>	100	65 900	65 900	–	–	–	–	–	–
<b>Gesamtauflage</b>		<b>471 224</b>	<b>471 224</b>	<b>455 260</b>	<b>455 260</b>	<b>612 900<sup>4)</sup></b>	<b>612 900<sup>4)</sup></b>	<b>622 700<sup>4)</sup></b>	<b>622 700<sup>4)</sup></b>

\* MV = Mutterverlag.

1) Eine zentrale Rolle nimmt bei der Verlagsgruppe in Frankfurt die Fazit-Stiftung gemeinnützige Verlagsgesellschaft ein. Sie hält Mehrheiten sowohl bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH (58,2 %) als auch bei der Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH, der Verlag der Frankfurter Neuen Presse (95 %). Der Anteil an der FAZ ist faktisch noch viel höher, weil die FAZ GmbH einen Eigenanteil in Höhe von 37,9 % hält. Die übrigen Anteile in Höhe von 4 % verteilen sich auf kleine Beteiligungen der FAZ-Herausgeber. An der Frankfurter Societäts-Druckerei ist die FAZ GmbH mit 5 % beteiligt.

2) Die Verlagsgruppe gibt der IVW keine titelbezogenen Auflagen für die Frankfurter Neue Presse und die Frankfurter Rundschau an. Die Auflagenzahlen für beide Titel sind Schätzungen auf der Basis der sonstigen IVW-Daten.

3) Die Frankfurter Rundschau wird nun von einer gleichnamigen GmbH verlegt. An dieser sind die Frankfurter Societät mit 60 % und die FAZ GmbH mit 40 % beteiligt.

4) Bis 2010 zählte zur Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung noch die inzwischen verkaufte Märkische Allgemeine. Deren Auflage von 2010 144 900 und 2008 154 000 Exemplaren ist in dieser Gesamtauflage enthalten.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

## Anmerkungen:

- 1) Die Vergleichsdaten stammen aus einer Aufsatzreihe, die zweijährlich veröffentlicht wird. Vgl. zuletzt: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2012: Konzentration erreicht Höchstwert. In: Media Perspektiven 5/2012, S. 268-285.
- 2) Die vom Statistischen Bundesamt jährlich veröffentlichte so genannte Pressestatistik ist von der Bundesregierung 1996 eingestellt worden (vgl. zuletzt: Bildung und Kultur Fachserie 11, Reihe 5 Presse 1994). Inzwischen wird über das Thema Zeitungskrise aber immerhin berichtet: innerhalb der Kommunikationswissenschaft (vgl. z. B. Haller, Michael: Brauchen wir Zeitungen? Köln 2014), in politischen Kreisen (vgl. z. B. Bicher, Norbert/Alfons Pieper (Hrsg.): Zeitung unter Druck. Plädoyer für ein Kulturgut. Berlin 2013) oder auch für ein größeres Publikum. So hat Der Spiegel 2013 unter dem Titel „2020 – Die Zeitungsdebatte“ eine Diskussion über die Zukunft der Zeitung initiiert, an der sich viele Autoren beteiligt haben (vgl. [www.spiegel.de/thema/2020\\_die\\_zeitungsdebatte](http://www.spiegel.de/thema/2020_die_zeitungsdebatte)).
- 3) Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV); vgl. BDZV: Zeitungen 2014/15. Berlin 2013, hier S. 42.
- 4) In der Konzentrationsanalyse 2012 war auf den einzigen Fall der Übernahme einer Zeitung durch ein branchenfremdes Unternehmen hingewiesen worden. Es handelte sich um den Kauf der Nürnberger Ausgabe der Abendzeitung durch die Oschmann-Gruppe; vgl. Röper (Anm. 1), S. 284, Fußnote 1. Die Zeitung ist inzwischen eingestellt worden.
- 5) Vgl. zu den multimedialen Aktivitäten von führenden Zeitungsunternehmen Röper, Horst: Multimediale Anbieter- und Angebotsstrukturen auf lokaler Ebene. In: Media Perspektiven 12/2012, S. 648-662.
- 6) Vgl. Jahrbücher Zeitungen des BDZV.
- 7) Walter J. Schütz hat über Jahrzehnte in einer Aufsatzreihe u. a. die Entwicklung der Zeitungsdichte in den Bundesländern dokumentiert (zuletzt: Schütz, Walter J.: Deutsche Tagespresse 2012. Ergebnisse der aktuellen Stichtagssammlung. In: Media Perspektiven 11/2012, S. 594-603). Für 2012 weist Schütz für NRW Zeitungsmonopole mit einem Anteil der betroffenen Wohnbevölkerung von 13,9 Prozent aus. Das ist im Ländervergleich der geringste Wert (ebd. S. 588). Die deutliche Differenz zu den hier vorgelegten Werten beruht auf methodischen Unterschieden: Zum einen misst Schütz auf der Ebene der Kreise, während hier genauer auf der Ebene der Gemeinden untersucht wird. Zum zweiten werden hier auf lokaler Ebene nur jene Abonnementzeitungen berücksichtigt, die eine eigenständige Lokalberichterstattung leisten. Diese methodischen Unterschiede führen zum Teil zu deutlichen Differenzen, zum Beispiel ist für Schütz die Zeitungsdichte in Dortmund gleich drei, während sie hier gleich eins gesetzt wird, da die drei in Dortmund vertriebenen Zeitungen allesamt eine identische Lokalberichterstattung aufweisen. Zu der Methodendiskussion vgl. auch: Pätzold, Ulrich/ Horst Röper: Neue Ansätze einer Pressekonzentrationsforschung. In: Media Perspektiven 2/1984, S. 98-106.
- 8) Dass dieses Organisationsprinzip nicht nur für die Tageszeitungen gilt, sondern parallel auch für die entsprechenden Onlineangebote, ist selbstverständlich, denn die Onlineangebote basieren auf dem Material der Zeitungsredaktionen.
- 9) Das zeigt sich u. a. daran, dass eine Markenpflege, hier der Titel WR, von zwei, ggf. drei unterschiedlichen Verlagen kaum vorstellbar ist.
- 10) Die Lüdenscheider Nachrichten erschienen vor der Kooperation mit einem wesentlich umfangreicheren Lokalteil als die redaktionell noch eigenständige WR. Deren Lokalteil war aber eine Alternative. Da der WAZ-Konzern den Umfang der betroffenen Lokalausgaben nicht erhöhen wollte, wurde für die WR-Ausgaben nur ein Teil der lokalen Berichterstattung der Lüdenscheider Nachrichten übernommen. Für die vor allem am Lokalen interessierten Leser bestand die Alternative nur noch aus einer umfangreichen oder aus einer reduzierten Lokalberichterstattung.
- 11) Der vormalige Chefredakteur hat die WZ bereits verlassen. Dass sein Nachfolger aus der Redaktion der RP stammt, ist nur eine Randnotiz.
- 12) Die neuen Lokalredaktionen werden zudem aus den Verlagen ausgekoppelt und in die neue Firma Rheinische Redaktionsgemeinschaft GmbH überführt.
- 13) Nach der IVW-Verbreitungsanalyse 2012 hatten die WR und die WAZ mit annähernd identischem Lokalteil in Dortmund eine Auflage von 34 666 Exemplaren und die Ruhr Nachrichten 61 729 Exemplare. Dementsprechend hatten WR und WAZ einen Marktanteil von 36 Prozent.
- 14) Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW): Auflagenliste 1/2014. Berlin 2014 (CD-ROM bzw. unter [www.ivw.de](http://www.ivw.de)).
- 15) 2012 war letztmalig auch eine Beteiligung an dem Lokalblatt Harburger Anzeigen und Nachrichten berücksichtigt worden. Der Titel ist zum 1. September 2013 eingestellt worden.
- 16) Auch Publikumszeitschriften hat die Funke Mediengruppe (ehemals Verlagsgruppe WAZ) übernommen, musste auf Intervention des Bundeskartellamtes einige Programmzeitschriften und zudem einige eigene Titel allerdings weiterverkaufen.
- 17) In Stuttgart ist allerdings schon seit Jahren die Stadtteilberichterstattung einheitlich.
- 18) Stichtag für den Übergang war der 1.4. 2014. Wegen der zeitlich vorgelagerten Vertragsabschlüsse und der Bedeutung der Verkäufe wird die Transaktion hier bereits berücksichtigt.
- 19) Die Verlagsgruppe DuMont ist am General-Anzeiger in Bonn mit knapp 20 Prozent beteiligt. Diese Beteiligung unterschreitet die Erfassungsschwelle von 25 Prozent. Deshalb wird die Auflage des General-Anzeigers bei der Verlagsgruppe nicht berücksichtigt. Eine angestrebte höhere Beteiligung war vom Bundeskartellamt untersagt worden.

