

Daten zur Konzentration der Tagespresse
in Deutschland im I. Quartal 2018

▶ Zeitungsmarkt 2018: Pressekonzentration steigt rasant

Von Horst Röper*

**Zehn größte
Verlagsgruppen
halten mittlerweile
61,6 % des
Gesamtmarktes**

Die Pressekonzentration in Deutschland wächst rasant. Die Anzahl der Zeitungsübernahmen war in den letzten Jahren besonders hoch – allein die zehn führenden Verlagsgruppen haben ihren Anteil am Gesamtmarkt der Tagespresse auf 61,6 Prozent erhöht (vgl. Tabelle 1). Der Zuwachs von 2016 bis zum ersten Quartal 2018 beträgt 1,8 Prozentpunkte. Den zweijährlichen Messungen zufolge war die Konzentration auch in den letzten Jahren in der Regel gestiegen, aber jeweils nur um Zehntelprozentpunkte. (1) Die Zeitungsbranche wurde offenbar von einer „neuen Welle“ der Pressekonzentration erfasst. Gegenwärtig scheint dort „jeder mit jedem“ zu verhandeln, zum einen über Kooperationen – insbesondere im Bereich der Redaktion –, zum anderen über Fusionen.

In den wenigen Wochen nach dem Stichtag der vorliegenden Untersuchung im April 2018 sind bereits weitere Fusionen vollzogen bzw. angekündigt worden (vgl. Tabelle 2). Erneut ging es dabei auch um Zeitungen mit Auflagen von über 50 000 Exemplaren, also nicht nur um kleine Lokalzeitungen, die einst im Zentrum von Konzentrationsentwicklungen standen. Noch ist nicht erkennbar, wie sich die jüngsten Fusionsfälle auf die publizistische Konzentration, also auf die Angebotsformen von Zeitungen, auswirken werden. Von Folgewirkungen muss aber ausgegangen werden. Die Erfahrung mit der Pressekonzentration lehrt, dass der ökonomischen in aller Regel die publizistische Konzentration folgt. Maßgeblich für die aktuelle Konzentrationswelle ist die ökonomische Situation. Wegen weiterhin deutlich nachlassender Verkaufsauflagen verliert die Branche für manche Verleger ihre Attraktivität.

**Preiserhöhungen
kompensieren
sinkende Werbeerlöse
nur zum Teil**

Die Verlage von Tageszeitungen in Deutschland haben nach wie vor Umsatzprobleme. Trotz einer günstigen Werbekonjunktur ist der Umsatz mit Anzeigen und Beilagen weiterhin rückläufig. Mit einem Werbeumsatz von 2,5 Mrd Euro erreichten sie 2016 nur gut 40 Prozent des Umsatzes aus dem Jahr 1999, dem letzten Jahr einer bis dahin von anhaltenden Steigerungen geprägten Entwicklung (vgl. Tabelle 3). (2) Diesen Verlust bei den Werbeeinnahmen können die Verlage nur zum Teil über

Steigerungen der Vertriebs Erlöse ausgleichen. Der Gesamtumsatz der Branche ist von 9,4 Mrd Euro 2001 auf 7,2 Mrd Euro 2016 zurückgegangen. (3) Gleichzeitig verliert die Tagespresse anhaltend Käufer und entsprechend sinken die Auflagen. Dass dennoch steigende Vertriebs Einnahmen erzielt werden, basiert auf Preiserhöhungen, die alle Verlage inzwischen in rascher Folge vornehmen, obwohl diese Preiserhöhungen zu weiteren Käuferverlusten führen.

Kurz und knapp

- Im ersten Quartal 2018 wurden 61,6 % der verkauften Gesamtauflage der Zeitungsbranche von den Top 10 der Verlagsgruppen verlegt.
- Die Konzentration der Tagespresse in Deutschland ist erneut gestiegen, und dies sogar stärker als in den Vorjahren.
- Grund sind unter anderem weiterhin sinkende Werbeeinnahmen und Auflagenverluste, die Verlage zu Einsparungen zwingen.
- Fusionen, die Einstellung einzelner Titel und die Einrichtung von Zentralredaktionen sind Faktoren, die die Vielfalt im Zeitungsmarkt stark minimieren.

Über Jahrzehnte hatten die Verlage mit dem Verkauf ihrer Zeitungen nur ein Drittel der Einnahmen erzielt und zwei Drittel hatte die Werbung beige-steuert. Inzwischen hat sich dieses Verhältnis annähernd umgekehrt: 2016 hatten die Vertriebs Erlöse bereits einen Anteil von 62,4 Prozent am Gesamtumsatz der Branche (vgl. Tabelle 4). Von 2001 bis 2016 ist der Umsatz pro verkauftem Monatsstück nur von 36,45 Euro auf 42,87 Euro gestiegen (vgl. Tabelle 5). Der Vertriebsumsatz stieg im gleichen Zeitraum von 14,60 Euro auf 27,65 Euro. Der Werbeumsatz sank parallel von 21,86 Euro auf 15,21 Euro.

Ein Teil dieser Entwicklung entspricht einer Anpassung an gesamtwirtschaftliche Verhältnisse. Insbesondere in den 90er Jahren hatten Zeitungsverlage auf der Basis eines boomenden Werbe-geschäfts Renditen erzielt, die weit über denen anderer Branchen lagen. Inzwischen weisen Verlage für einzelne Jahre sogar Verluste aus. Diese Gesamtentwicklung hat zwar nicht zu einem „Zeitungssterben“ geführt, sehr wohl aber zu einer zuletzt steigenden Anzahl von Zeitungsverkäufen und zwar nicht nur kleinauflagiger Titel. Solche Verkäufe sind nicht auf wirtschaftlich schwierige Verbreitungsgebiete beschränkt wie etwa die Rhön (Rhön- und Saalepost; Rhön- und Streubote), sondern betreffen auch wirtschaftliche starke Räume wie etwa die Region Stuttgart (Eßlinger Zeitung; Kreiszeitung Böblingen Bote) oder Frankfurt am Main (Frankfurter Rundschau; Frankfurter Neue Presse).

Nutznieser dieser Branchenentwicklung sind fast ausschließlich die auflagenstärksten Verlagsgruppen. Sie realisieren mit den Zukäufen Synergiepotenziale und senken so die Stückkosten. Die Titel der aufgekauften Zeitungen bleiben dabei in der Regel erhalten. Manche werden auch weiterhin

**Vertriebs Erlöse
machen über 60 %
des Umsatzes der
Branche aus**

* FORMATT-Institut, Dortmund.

Tab. 1 Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes 2010 bis 2018
anteilige Auflage, in %

	2018		2016		2014		2012		2010	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
Tageszeitungen gesamt										
Axel Springer SE	1	12,7	1	14,0	1	15,5	1	18,8	1	19,6
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	2	10,7	2	9,9	2	9,5	2	9,2	2	8,6
Funke Mediengruppe, Essen	3	7,9	3	7,8	3	7,7	3	5,7	3	5,8
Verlagsgruppe Ippen, München	4	5,7	6	4,5	6	4,3	6	4,2	5	4,2
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	5	5,6	5	5,3	4	5,2	5	5,2	6	4,0
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾		42,6		41,5		42,9		44,4		43,7
Verlagsgruppe DuMont, Köln	6	5,2	4	5,3	5	5,0	4	5,5	4	5,5
Verlagsgruppe Augsburgischer Allgemeine	7	3,8	7	3,5	7	3,3	8	2,8	–	–
ddvg, Hamburg	8	3,4	8	3,4	9	3,0	7	3,1	8	3,0
Rheinisch-Bergische Verlagsgesell./ Rheinische Post	9	3,3	9	3,2	8	3,0	10	2,0	10	2,0
Verlagsgruppe Neue Osnabrücker Zeitung	10	3,2	10	2,9	–	–	–	–	–	–
(Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung)	–	–	–	–	10	2,8	9	2,5	7	3,1
(Holtzbrinck, Stuttgart)	–	–	–	–	–	–	–	–	9	2,3
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen ¹⁾	–	61,6	–	59,8	–	59,3	–	59,1	–	58,1
Abonnementzeitungen										
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1	12,6	1	11,8	1	11,7	1	11,5	1	10,9
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ), Essen	2	9,3	2	9,3	2	9,4	2	7,2	2	7,2
Verlagsgruppe Madsack, Hannover	3	6,5	3	6,3	3	6,4	3	6,4	3	5,1
Verlagsgruppe Ippen, München	4	5,8	4	4,5	4	4,3	–	–	5	4,3
Verlagsgruppe Augsburgischer Allgemeine	5	4,4	–	–	–	–	–	–	–	–
(Verlagsgruppe DuMont Schauberg, Köln)	–	–	5	4,3	5	4,2	4	4,7	4	4,8
(Axel Springer SE)	–	–	–	–	–	–	5	4,5	–	–
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	–	38,6	–	36,2	–	36,0	–	34,3	–	32,3
Kaufzeitungen										
Axel Springer SE	1	78,7	1	79,2	1	78,2	1	78,6	1	79,8
Verlagsgruppe DuMont, Köln	2	10,6	2	10,7	2	8,9	2	8,6	2	8,5
Verlagsgruppe Ippen, München	3	5,3	3	4,8	3	4,3	3	3,9	4	3,7
Morgenpost Sachsen	4	2,9	4	2,9	5	2,7	5	2,6	5	2,3
Abendzeitung, München	5	2,1	5	1,9	4	3,7	4	3,5	3	3,7
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen ¹⁾	–	99,6	–	99,5	–	97,8	–	97,2	–	98,0

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

Die Klammern kennzeichnen, dass der jeweilige Verlag in diesem Jahr nicht in der Rangliste vertreten war bzw. dass der ausgewiesene Wert nicht für einen Platz in der Rangliste ausreicht hat.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

von rechtlich eigenständigen Firmen verlegt, deren Abteilungen – von der Redaktion über die technische Produktion, Verwaltung und Vertrieb – aber eingegliedert werden in die jeweiligen Verlagsgruppen. Auflagensteigerungen können bei nachlassender Nachfrage und einem Markt mit extrem hohen Zugangsbarrieren praktisch nur noch über Zukäufe realisiert werden. Steht ein Titel zum Verkauf, sind auf Käuferseite die Vorteile etablierter Verlagsgruppen gegenüber branchenfremden Inter-

essenten so gravierend, dass in den letzten Jahren alle Verkäufe und Käufe innerhalb der Branche abgewickelt worden sind. (4)

Die einzige nicht von Rückgängen geprägte Entwicklung bei den Tageszeitungen ist der Verkauf von E-Papern. Im ersten Quartal 2018 erreichte die

E-Paper-Auflage steigt weiter an

Tab. 2 Fusionen im Zeitungsmarkt seit 2016

Titel	Auflage ¹⁾	übernommen	Bemerkung
Uetersener Nachrichten	3 000	Pinneberger Tageblatt/NOZ	vollzogen
Nordbayerischer Kurier	30 700	Frankenpost stockt auf 65 % auf	vollzogen
Eßlinger Zeitung	37 300	SWMH stockt von 24 auf 87 % auf	vollzogen
Donau Kurier	77 600	Passauer Neue Presse; komplett	vollzogen
Kreiszeitung Böblinger Bote	15 000	SWMH stockt von 24,9 auf 100 % auf	vollzogen
Süderländer Tageblatt	ca. 5.000	Lüdenscheider Nachr./Ippen-Gruppe	vollzogen
Haßfurter Tagblatt	5 100	Main Post; komplett	vollzogen
Rhön- und Streubote	k.A.	Rhön- u. Saalepost; komplett	vollzogen
Rhön- und Saalepost; Rhön- und Streubote	7 100	Main Post	Titel gepachtet
Frankfurter Rundschau	51 800	Ippen-Gruppe 90 %	vollzogen
Frankfurter Neue Presse	65 700	Ippen-Gruppe komplett	vollzogen
Rüsselsheimer Echo	10 600	Ippen-Gruppe komplett	vollzogen
Nach dem Stichtag 31.03.2018			
Lausitzer Rundschau	71 200	SWMH/Ebner komplett	genehmigt ²⁾
General-Anzeiger, Bonn	64 800	RP-Gruppe komplett	geplant
Gießener Anzeiger/ Wetzlarer Neue Zeitung	24 200 21 500	geplante Fusion	kartellrechtlicher Vorbehalt

1) Verkaufsauflage nach ivw für das 1. Quartal 2018.

2) Das Bundeskartellamt hat am 3.4.2018 die Freigabe erteilt (B7-34/18). Der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg hatte bereits zuvor keine medienrechtlichen Vorbehalte.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Tab. 3 Werbeeinnahmen der Presse¹⁾ 1999 bis 2017
netto ²⁾ 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 %
2017	2 386,2	-5,7	137,7	-4,4	1 856,8	-3,1	15 307,4	-0,3
2016	2 532,0	-4,5	144,0	-6,8	1 917,0	5,9	15 362,9	1,0
2015	2 651,4	-6,6	154,5	0,2	1 811,0	-1,9	15 214,3	-0,8
2014	2 840,0	-2,8	154,2	-15,2	1 847,0	-4,4	15 330,1	0,2
2013	2 923,0	-9,6	181,8	-8,8	1 932,0	-3,4	15 363,0 ³⁾	- ³⁾
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, die in 2010 einen Umsatz von 85,8 Mio Euro erzielten. In den letzten Jahren werden vom ZAW in die Gesamtsumme der Werbeeinnahmen pauschal pro Jahr 79,3 Mio Euro für die Supplements eingerechnet.

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 Werbegesamtsummen von 15,517 Mrd Euro.

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

Auflage mit 1,28 Millionen Exemplaren erneut einen Rekordwert (vgl. Abbildung 1). Die Steigerung hat im Vergleich zu früheren Jahren zwar an Tempo verloren, die Zugewinne waren aber mit absolut rund 200 000 Exemplaren pro Jahr zuletzt sehr stabil. Viele Verlage sehen im Verkauf der digitalen Zeitungen inzwischen ihre Zukunft. E-Papers werden daher niedrigschwellig angeboten, also mit relativ geringen Bezugspreisen insbesondere für das Abonnement. Wenn das E-Paper parallel zum Printprodukt bestellt wird, stellen die Verlage oft nur einen Aufpreis von wenigen Euro in Rechnung. Zudem werden den Kunden im Digitalbereich häufig zusätzliche Features angeboten, wie etwa der Zugriff auf archivierte Zeitungen oder sogar eine digitale Sonntagszeitung. Solche digitalen Sonntagsblätter als siebte Ausgabe pro Woche werden inzwischen von einer Reihe von Verlagen angeboten, zum Beispiel von der Funke-Gruppe für die Titel Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Neue Ruhr Zeitung, Westfalen Post und Westfälische Rundschau, von den Ruhr Nachrichten und vom Hellweger Anzeiger. Diese digitalen Sonntagszeitungen werden teilweise eigenständig für das Abo angeboten und dienen den Verlagen mit geringen Bezugspreisen auch zur Akquise von Neukunden. (5)

Tab. 4 Kosten und Erlöse von Abozeitungen in Westdeutschland in %

	2009	2015	2016
Kosten			
Technische Herstellung	19,4	18,6	18,8
Papier	7,6	5,2	5,2
Redaktion	25,5	24,7	25,3
Anzeigen	16,0	14,6	13,9
Vertrieb	23,2	27,8	27,4
Untern.-Ltg./Verwaltung	8,4	9,2	9,3
Erlöse			
Werbung gesamt	49,3	38,7	37,6
davon Anzeigen	83,4	84,7	85,4
davon Beilagen	16,6	15,3	14,6
Vertrieb	50,7	61,3	62,4

Quelle: BDZV: Jahrbuch Zeitung 2009, 2015, 2016.

Tab. 5 Umsatzentwicklung der Tageszeitungen

	2001	2009	2015	2016
Gesamtumsatz in Mrd Euro	9,40	7,96	7,29	7,22
Anzeigen/Beilagen	5,64	3,69	2,65	2,53
Vertrieb	3,75	4,27	4,63	4,69
Umsatz/Monatsstück der regionalen Abozeitungen in Euro	36,45	38,60	40,96	42,87
Anzeigen/Beilagen	21,86	18,82	15,07	15,21
Vertrieb	14,60	19,78	25,89	27,65

Quelle: BDZV: Jahrbuch Zeitung 2001, 2009, 2015, 2016.

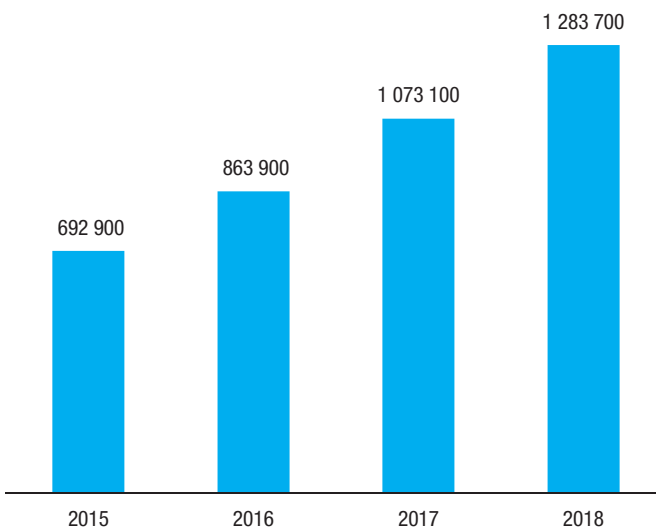
Große Verlage setzen auf kostensparende Zentralredaktionen

Die Verschiebungen bei der Kostenstruktur der Verlagsbranche (vgl. Tabelle 4) zeigen Reaktionen auf die Marktveränderungen. Bei nachlassenden Anzeigenbuchungen und reduziertem Umfang vieler Titel sowie sinkenden Auflagen verringern sich die Ausgaben für Papier und die technische Herstellung. Auch die Kosten für die Anzeigenakquisition sind rückläufig. Die Verwaltungskosten steigen hingegen leicht, die Vertriebskosten deutlich. Letzteres verursacht insbesondere der gesetzliche Mindestlohn, der inzwischen auch den Zeitungszustellern gezahlt wird. Auch der Anteil der Redaktionskosten ist gesunken. Darin spiegelt sich der Abbau von Redaktionsstellen auf allen Ebenen wider. Die großen Verlagsgruppen haben Personal in ihren titelbezogenen Hauptredaktionen abgebaut und lassen stattdessen vermehrt von Zentralredaktionen die Seiten für ganze Ressorts einheitlich für alle Titel produzieren. Auch externe Redaktionen kaufen inzwischen Produktionen dieser Zentralredaktionen. Die dadurch entstehende betriebswirtschaftliche Entlastung führt auf der anderen Seite zur Vereinheitlichung von Inhalten auch solcher Zeitungen, die zuvor das Produkt in eigener Regie und mit eigenen Redaktionen erstellt hatten. Der publizistische Einfluss der noch jungen Zentralredaktionen einzelner Verlagsgruppen ist bereits groß und wächst weiter, weil immer mehr Zeitungsverlage den relativ kostengünstigen Einkauf redaktioneller Produkte praktizieren.

Wettbewerbsvielfalt der Lokalpresse schrumpft

Auch für die lokale Berichterstattung nutzen immer mehr Verlage das Prinzip des Einkaufs redaktioneller Leistungen als Ersatz für die eigene Produktion. Lokalredaktionen werden personell abgebaut oder komplett aufgegeben. Lokale Berichterstat-

Abb. 1 Entwicklung der E-Paper-Auflage von Tageszeitungen (Verkaufsauflage) in Tsd.



Quelle: IWV; Abos jeweils für das I. Quartal.

tung oder gar der komplette Lokalteil werden von jenen Wettbewerbern übernommen, mit denen zuvor auch über die redaktionellen Leistungen der Wettbewerb ausgetragen wurde. Ein Musterbeispiel dafür ist inzwischen die Rheinische Post in Düsseldorf, die annähernd in ihrem gesamten Verbreitungsgebiet mit diversen Wettbewerbern bei der Lokalberichterstattung kooperiert. Wird ein Lokalteil vollständig übernommen, ist das zugleich regelmäßig das Ende einer vielfältigen Berichterstattung im betroffenen Verbreitungsgebiet. Zum einen gibt es, von wenigen Großstädten abgesehen, kaum noch Gebiete, wo eine weitere Zeitung für einen Rest an Vielfalt sorgen könnte. Zum anderen ist mit der Übernahme der Lokalberichterstattung einer Zeitung zugleich auch die Übernahme des redaktionellen Materials für digitale Angebote, etwa Onlineportale, verbunden. Nicht nur die Zeitungsinhalte werden ähnlich oder gar gleich, sondern auch digitale lokaljournalistische Angebote.

Der Abbau von Redakteursstellen hält weiter an und betrifft neben den großen Verlagsgruppen auch kleinere Zeitungsverlage. Hinzu kommt, dass immer mehr Verlage aus der Tarifbindung aussteigen bzw. Redaktionen in Tochterunternehmen verlagern, die nicht tarifgebunden sind. Zudem wird freien Mitarbeitern nur von wenigen Verlagen ein Honorar gezahlt, das den einst mit den Verlagen vereinbarten Vergütungsregeln entspricht. Die steigende Anzahl von Warnstreiks, öffentlichen Kundgebungen und Demonstrationen weist auch auf eine Entfremdung zwischen Journalisten und Verlagen hin, die jenseits von aktuellen Auseinandersetzungen Folgen haben dürfte. Die Identifikation von Journalisten mit „ihren“ Zeitungen war früher oft außerordentlich groß. Der Abbau von Arbeitsplätzen in der Redaktion und stetig wachsende Anforderungen durch Funktionskopplungen und crossmediales Arbeiten haben zu vielfach beklagten Arbeitsbedingungen geführt und die Einstellung von Journalisten zum eigenen Produkt verändert.

**Politik steht
Konzentration
konsterniert
gegenüber**

Seit der Föderalismusreform sind die Bundesländer auch für die Printmedien zuständig. Sie nehmen diese Zuständigkeit aber überwiegend nicht wahr. Der Bund hat nur noch geringe Kompetenzen. Die Politik steht der aktuellen Konzentrationswelle eher konsterniert gegenüber. Sie scheint ratlos, agiert und reagiert nicht, beobachtet bestenfalls eine Entwicklung, die sie ob der Folgen für die erwünschte Medienvielfalt ablehnt, aber offensichtlich nicht verhindern kann. Dies gilt sowohl für die ökonomische Konzentration in der Branche als auch für die publizistische Konzentration. Wenn Hauptredaktionen aufgegeben werden oder Lokalteile eingestellt werden, wird dies von der Lokal- und

Landespolitik vielfach kritisiert und bedauert. Wenn dann ein Zeitungsjubiläum ansteht, werden Gruß- und Glückwunschschaften verfasst. Der Abbau von eigenständigen journalistischen Leistungen wird allerdings ausgeblendet.

Die Parteien der neuen Bundesregierung haben im Koalitionsvertrag eine neue Unterstützungsmaßnahme zugunsten der Zeitungsverlage vereinbart. Sie sollen bei der Zeitungszustellung entlastet werden: „Zur Sicherung der bundesweiten Versorgung mit Presseerzeugnissen – in Stadt und Land gleichermaßen – wird bei Minijobs von Zeitungszustellerinnen und Zeitungszustellern der Beitrag zur Rentenversicherung, den die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber zu tragen haben, befristet für die Dauer von fünf Jahren bis zum 31. Dezember 2022, von 15 auf 5 Prozent abgesenkt werden.“ (6) Wenn der Bund die dann fehlenden 10 Prozent zur Rentenversicherung übernehmen sollte, könnte sich nach ersten Berechnungen eine Summe im dreistelligen Millionenbereich ergeben. Von dieser stattlichen Subvention würde dann allerdings jeder Verlag profitieren. Der Bedarf wird nicht im Einzelfall geprüft, dabei sind die Kosten der Zustellung von Zeitungen sehr unterschiedlich. In dünn besiedelten Gebieten sind die Stückkosten deutlich höher als in Großstädten. Bei anhaltend sinkenden Verkaufsaufträgen steigen sie weiter. Eine „Sicherung der bundesweiten Versorgung mit Presseerzeugnissen“ anzustreben ist verdientvoll, der Bedarf an Förderungen ist aber sehr unterschiedlich. Die vorgesehenen Mittel könnten auch für die Unterstützung der Zeitungsvielfalt wirkungsvoller eingesetzt werden, wenn sie zielgerichtet nach Bedarf vergeben würden, statt auch jene Verlage zu entlasten, die auch heute noch stolze Renditen erwirtschaften.

Bereits in der letzten Legislaturperiode hatte der Bundestag zudem eine Erleichterung für angestrebte Kooperationen im Zeitungsmarkt verabschiedet. Dazu war einmal mehr die sogenannte Presseklausele im Kartellrecht verändert worden. Diese Deregulierungen im Kartellrecht (7) können letztlich sogar kontraproduktiv für das Ziel des Erhalts von Vielfalt wirken. Das Bundeskartellamt hat im Vorfeld der Bundestagsentscheidung darauf hingewiesen: „Schließlich ist in der Praxis zu beobachten, dass umfangreiche Kooperationen in ihren Wirkungen einer Volfusion bereits nahe kommen und als Ersatz oder Vorstufe einer solchen dienen können.“ (8) Ein Musterbeispiel für eine solche Entwicklung im Pressemarkt ist die Westdeutsche Zeitung in Düsseldorf, die durch stetig ausgebauten Kooperationen mit der Rheinischen Post von dieser faktisch abhängig geworden ist.

**Entwicklung der auflagenstärksten
Verlagsgruppen**

Im Folgenden werden die Entwicklungen der Top-10 der auflagenstärksten Verlagsgruppen vorgestellt. Die dokumentierten Auflagenzahlen sind der IVW-Auflagenliste für das erste Quartal 2018 entnommen (vgl. Tabelle 6). Die Methodik dieser Studie ist

Tab. 6 Entwicklung der Tagespresse 1995 bis 2018
Auflage in Exemplaren, nach IVW, jeweils I. Quartal

Jahr	Tageszeitungen					Tageszeitungen		davon			
	gesamt nach IVW	Veränd. in %	davon Sonntagszeitungen*	Veränd. in %	nicht berücksichtigte Titel	im Sinne dieser Darstellung**	Veränd. in %	Abonnementzeitungen	Veränd. in %	Kaufzeitungen	Veränd. in %
2018	15 718 772	-10,8	1 656 833	-19,2	0 000	14 061 939	-9,7	11 997 396	-8,1	2 064 543	-18,1
2016	17 630 193	-11,6	2 050 666	-26,2	0 000	15 579 527	-8,9	13 058 427	-6,7	2 521 100	-19,0
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

* Summe der eigenständigen Sonntagszeitungen: Bild am Sonntag; Welt am Sonntag; Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung; B.Z. am Sonntag; Rheinpfalz am Sonntag und Kurier am Sonntag.

** Die Auflagenzahlen basieren auf der sogenannten Auflagenliste jeweils für das erste Quartal der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW).

Berücksichtigt sind in der Regel die Daten für die Erscheinungstage Montag bis Samstag. In der Summe sind zunehmend auch die verkauften E-Paper-Exemplare enthalten. Diese Teilaufgabe wird von der IVW meistens nur für die Hauptausgaben der Zeitungen veröffentlicht. Eine detaillierte Berücksichtigung von Teilaufgaben ist daher nicht möglich.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

im Vergleich zu den Vorjahren unverändert beibehalten worden. (9)

1. Axel Springer SE, Berlin

Die Bedeutung der Printmedien ist im Springer-Konzern weiterhin rückläufig. 2016 hat der Konzern gut zwei Drittel seines Umsatzes von 3,3 Mrd Euro mit digitalen Angeboten erzielt. Der Umsatz mit Bezahlangeboten, zu denen bei Springer neben den Printmedien auch digitale Teilgeschäfte gehören, war rückläufig. Auch die Vertriebslöse im nationalen Markt gingen zurück. Dennoch bleibt Springer mit der nach wie vor herausragenden, wenn auch weiterhin stark schrumpfenden Auflage von Bild im nationalen Markt der größte Anbieter. Im Gesamtmarkt kommt Springer auf einen Anteil von 12,7 Prozent (2016: 14,0%), bei den Abo-Zeitungen auf 1,4 Prozent (2016: 1,4%) und bei den Kaufzeitungen auf 78,7 Prozent (2016: 79,2%). Daneben bleibt Springer mit der Bild am Sonntag und der Welt am Sonntag national führend bei den Sonntagszeitungen (vgl. Tabelle 7).

Neu auf dem Tageszeitungsmarkt: Fußball Bild

In die Auflage von Bild eingerechnet ist auch jene der Fußball Bild. Springer hat den neuen Titel zunächst 2016 in Teilmärkten getestet und im Januar 2017 dann die nationale Verbreitung begonnen. Damit ist erstmals seit Jahren im deutschen Markt eine neue Tageszeitung gegründet worden. (10) Das Portfolio der Zeitungen des Konzerns blieb ansonsten gegenüber den Vorjahren unverändert. Einen ungewöhnlichen Weg beschreitet Springer mit dem Titel Die Welt. Deren Redaktion wurde mit jener des Nachrichtensenders N24 zusammengelegt, der inzwischen gleichfalls den Titel „Welt“ trägt.

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

Der Expansionsdrang der Verlagsgruppe um die Südwestdeutsche Medien Holding GmbH (SWMH) in Stuttgart hält ungebrochen an. In den beiden letzten Jahren hat die Gruppe drei weitere Zeitungen mehrheitlich übernommen. Zunächst hat die SWMH ihren Anteil an der Eßlinger Zeitung von 24 auf 87 Prozent aufgestockt. 2017 folgte die vollständige Übernahme der Kreiszeitung Böblinger Bote. Parallel wurde auch in Oberfranken die seit Jahren anhaltende Neuordnung des Marktes fortgesetzt. Beim Nordbayerischen Kurier in Bayreuth hatte zunächst die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg) ihre Beteiligung aufgestockt und diese dann in das Gemeinschaftsunternehmen mit der SWMH, die Frankenpost Verlag GmbH in Hof, eingebracht. In Hof ist neben der ddvg (35%) die Süddeutsche Verlag GmbH (65%) beteiligt. Inzwischen liefert die Frankenpost der Nachbarzeitung in Bayreuth den Mantel und die Hauptredaktion in Bayreuth wurde aufgelöst. Der umfangreiche Stellenabbau war begleitet von mehrmaligen Streiks der einst rund 200 Mitarbeiter in Bayreuth.

Die Struktur der Verlagsgruppe ist mit einer Vielzahl von Eignern und Beteiligungsunternehmen, samt zwischengeschalteter Sub-Holdings mit zum Teil weiteren Miteignern, komplex (vgl. Tabelle 8). Die Marktverhältnisse in den Verbreitungsgebieten

Verlagsgruppe besonders rund um Stuttgart durch Übernahmen dominanter

Tab. 7 Axel Springer SE, Berlin

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Bild	MV*	1 531 364	1 531 364	1 882 473	1 882 473	2 305 878	2 305 878	2 671 363	2 671 363
B.Z.	MV	92 634	92 634	114 846	114 846	129 982	129 982	143 816	143 816
Welt Kompakt ¹⁾	MV								
Die Welt ¹⁾	MV	164 415	164 415	178 738	178 738	214 180	214 180	242 253	242 253
Fußball Bild ²⁾	MV	–	–	–	–	–	–	–	–
Gesamtauflage		1 788 413	1 788 413	2 176 057	2 176 057	2 650 040	2 650 040	3 420 884	3 410 582

* MV = Mutterverlag.

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

2) Seit dem 26.8.2016 verlegt der Konzern die Sport-Tageszeitung Fußball Bild zunächst nur in ausgewählten Gebieten, seit 2017 bundesweit. Eine eigenständige Auflage wird nicht veröffentlicht, sondern nur zusammen mit Bild gemeldet.

Quelle: FORMATT-Institut, Dortmund.

Tab. 8 Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz, Ludwigshafen/Südwest Presse, Ulm

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Stuttgarter Zeitung ^{1) 2)} und Stuttgarter Nachrichten ^{1) 3)}	MV	177 088	177 088	176 109	176 109	188 001	188 001	194 908	194 908
Die Rheinpfalz ⁴⁾	MV	223 990	223 990	223 323	223 323	220 502	220 502	228 061	228 061
Südwest Presse, Ulm ⁵⁾	MV	79 062	79 062	84 128	84 128	93 017	93 017	95 262	95 262
freie presse ⁶⁾	100	224 576	224 576	239 797	239 797	255 807	255 807	271 115	271 115
Pirmasenser Zeitung ⁷⁾	100	9 563	9 563	10 278	10 278	10 811	10 811	11 361	11 361
Märkische Oderzeitung ⁸⁾	100	67 412	67 412	74 401	74 401	79 565	79 565	84 920	84 920
Oranienburger Generalanzeiger ⁹⁾	100	17 707	17 707	19 705	19 705	20 418	20 418	21 804	21 804
Hohenzollerische Zeitung ⁹⁾	100	5 924	5 924	6 337	6 337	6 578	6 578	6 622	6 622
Südwest Press, Metzingen ¹⁰⁾ und Reutlinger Nachrichten	100	10 955	10 955	11 525	11 525	11 909	11 909	12 197	12 197
Alb Bote, Münsingen ¹¹⁾	100	4 344	4 344	4 593	4 593	4 755	4 755	4 856	4 856
Haller Tagblatt ¹²⁾	100	15 798	15 798	16 577	16 577	17 051	17 051	k. A.	k. A.
Hohenloher Tagblatt ¹²⁾	100	13 137	13 137	13 754	13 754	14 130	9 778	14 136	9 782
Rundschau ¹²⁾	100	4 137	4 137	4 339	4 339	4 502	4 502	4 572	4 572
Kornwestheimer Zeitung ¹³⁾	100	3 502	3 502	3 854	3 854	4 076	4 076	4 355	4 355

(Fortsetzung nächste Seite)

der Gruppe sind dagegen insbesondere durch die Übernahmen von Wettbewerbern transparenter geworden. So ist die Verlagsgruppe inzwischen in einem weiten Umkreis um Stuttgart mit eigenen Titeln klar dominant. Der publizistische Einfluss ist noch größer, da traditionell weitere Zeitungen den Hauptteil aus Stuttgart beziehen. Die meisten dieser Titel übernehmen den Mantel der Stuttgarter Nachrichten, wenige jenen der Stuttgarter Zeitung. Seitdem die Redaktionen beider Zeitungen 2016 zusammengelegt worden sind, sind die Hauptteile aber ohnehin in Teilen gleich.

Bei den Anteilseignern der Zentrale der SWMH gibt es immer wieder kleine Verschiebungen. Maßgeblich sind aber nach wie vor die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und die Gruppe württembergischer Zeitungsverleger mit jeweils 47,5 Prozent. Zur letzten Gruppe gehört auch die Ebner Pressegesellschaft, die allein knapp 12 Prozent hält und zusammen mit der Verlegerin Ruth Aberle sowie der SWMH den Verlag der Südwest Presse in Ulm besitzt. Diesem Verlag wiederum gehört eine Vielzahl von Lokalzeitungen in Baden-Württemberg, die zugleich auch den Mantel der Südwest Presse übernehmen. Titel wie der Schwarzwälder Bote, die Frankenpost oder das Freie Wort stützen sich bei ihrer Berichterstattung auf Zulieferungen der Stuttgarter Nachrichten.

Tab. 8 Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinpfalz, Ludwigshafen/Südwest Presse, Ulm (Fortsetzung)

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Marbacher Zeitung ¹³⁾	100	6 798	6 798	7 263	7 263	7 427	7 427	7 752	7 752
Schwarzwälder Bote ¹⁴⁾	100	89 012	89 012	91 705	91 705	95 411	95 411	97 565	97 565
Lahrer Zeitung ¹⁵⁾	100	7 746	7 746	8 221	8 221	9 018	9 018	9 745	9 745
EBlinger Zeitung ¹⁶⁾	100	37 297	37 297	–	–	–	–	–	–
Süddeutsche Zeitung ¹⁷⁾	100	352 573	352 573	382 050	382 050	418 355	418 355	431 756	431 756
Leonberger Kreiszeitung ¹⁸⁾	100	13 076	13 076	14 192	14 192	14 929	14 929	15 159	15 159
Neue Presse, Coburg ¹⁹⁾	70	20 213	14 149	22 409	15 686	23 912	16 738	24 885	17 420
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung ¹⁹⁾	70	52 501	36 751	57 354	40 148	62 179	43 525	66 526	46 568
Frankenpost ⁹⁾	65	42 821	27 834	45 883	29 824	49 454	32 145	48 414	31 469
Geislinger Zeitung ²⁰⁾	50	10 677	5 339	11 393	5 697	11 771	5 886	12 680	6 340
Die Oberbadische ²¹⁾	49,7	14 224	7 069	14 939	7 425	15 753	7 829	16 356	8 129
Schwäbisches Tagblatt ²²⁾	49	37 439	18 345	39 291	19 253	40 868	20 025	41 671	20 419
Nordbayerischer Kurier ²³⁾	42,3	30 742	13 004	–	–	–	–	–	–
Bietigheimer Zeitung ²⁴⁾	37,5	10 581	3 968	11 134	4 175	11 678	4 379	12 057	4 521
Waiblinger Kreiszeitung ²⁵⁾	36	39 214	14 117	41 156	14 816	42 349	15 246	42 269	15 217
Meininger Tageblatt ²⁶⁾	35	9 913	3 470	10 518	3 681	10 821	3 787	11 411	3 994
Kreiszeitung Böblinger Bote ²⁷⁾	24,9	14 956	3 724	15 872	3 952	15 801	3 934	16 084	4 005
Gesamtauflage		1 646 978	1 511 466	1 662 100	1 536 808	1 760 848	1 630 669	1 818 977	1 678 501

- 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). Am Stammkapital der SWMH wiederum sind mit jeweils 47,5 % die Medien Union Ludwigshafen GmbH (Die Rheinpfalz) und eine Gruppe württembergischer Verleger beteiligt, darunter die Ebner Pressegesellschaft KG (vgl. Fußnote 5) mit 11,9 %.
- 3) Sämtliche Anteile der Stuttgarter Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH hält die Württemberger Zeitung GmbH. Diese wiederum gehört vollständig der Medienholding Süd GmbH (vgl. Fußnote 2).
- 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 47,5 % 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 (vgl. Fußnote 3). In der Auflage der Südwest Presse ist auch das Lokalblatt Illertal Bote enthalten.
- 6) Die Medien Union Ludwigshafen besitzt vollständig die freie presse in Chemnitz.
- 7) 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.
- 8) Die Märkische Oderzeitung in Frankfurt/Oder gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm. Der Verlag in Frankfurt besitzt den benachbarten Oranienburger Generalanzeiger vollständig.
- 9) Die Hohenzollerische Zeitung gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 10) Die Südwest Presse in Metzingen gehört vollständig zum Verlag der Südwest Presse in Ulm. Zum Verlag in Metzingen gehört auch die Lokalausgabe Reutlinger Nachrichten.
- 11) Alb Bote: Der Verlag Baader GmbH in Münsingen gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 12) Der Verlag der Südwest Presse hat drei Zeitungen in den Verlag Südwest Presse Hohenlohe GmbH & Co. KG umgliedert. Dieser verlegt nun die Rundschau, Gaildorf, das Hohenloher Tagblatt, Crailsheim, und das Haller Tagblatt, Schwäbisch Hall. Der neue Verlag gehört vollständig dem Verlag der Südwest Presse in Ulm.
- 13) 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.
- 14) 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).
- 15) Die Lahrer Zeitung gehört vollständig der Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft.
- 16) EBlinger Zeitung: Die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft hat Ende 2016 ihren Anteil von 24 auf 87 % aufgestockt. Die Auflage wird der Verlagsgruppe daher vollständig zugerechnet.
- 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 behalten hat.
- 18) 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.
- 19) Die Neue Presse in Coburg, das Freie Wort in Suhl, die stz Südthüringer Zeitung in Bad Salzungen und die Frankenpost in Hof gehören mehrheitlich dem Süddeutschen Verlag. Die restlichen Anteile hält jeweils die ddtg. Der Verlag der Frankenpost hat 2009 die Lokalzeitung Selber Tagblatt vollständig übernommen.
- 20) Geislinger Zeitung: Dem Verlag der Südwest Presse in Ulm gehören 50 % der Anteile. Er liefert auch den Hauptteil.
- 21) Am Oberbadischen Verlagshaus in Lörrach ist die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH mit 49,7 % beteiligt.
- 22) Schwäbisches Tagblatt: Der Verlag der Südwest Presse in Ulm hält 49 Prozent der Anteile.
- 23) Nordbayerischer Kurier: Der Verlag der Frankenpost hat 65 % des Nordbayerischen Kuriers in Bayreuth übernommen. Durchgerechnet ergibt sich eine Beteiligung der Verlagsgruppe in Höhe von 42,3 %.
- 24) Bietigheimer Zeitung: Der Verlag der Südwest Presse hält 37,5 % der Anteile.
- 25) Waiblinger Kreiszeitung: 36 % der Anteile hält die ZVD Mediengesellschaft mbH, Göppingen (vgl. Fußnote 5). Der Hauptteil wird von den Stuttgarter Nachrichten übernommen.
- 26) Die Meininger Mediengesellschaft gibt sowohl das einst eigenständige Meininger Tageblatt als auch die Ausgabe Meinigen 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.
- 27) An der Kreiszeitung Böblinger Bote ist die Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft (vgl. Fußnote 2) mit 24,9 % beteiligt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Wirtschaftliche Situation der SWMH hat sich im Vergleich zu 2016 entspannt

Nicht zuletzt wegen der Einsparungen im redaktionellen Bereich auf der Basis gruppeninterner Kooperationen ist die wirtschaftliche Situation der SWMH bei einem Jahresumsatz von 880 Mio Euro wieder entspannt. Die vor allem kreditfinanzierte Übernahme der Verlagsgruppe um die Süddeutsche Zeitung hatte das Unternehmen zuvor stark belastet. Die Eigenkapitalquote ist allerdings nach wie vor gering.

Die Verlagsgruppe besitzt keine Kaufzeitungen. Im Gesamtmarkt der Tagespresse hält sie einen Anteil von 10,7 Prozent (2016: 9,9%). Bei den Abo-Zeitungen liegt der Konzern mit einem Anteil von 12,6 Prozent vorn (2016: 11,8%).

Nach dem Stichtag für die vorliegende Untersuchung hat der Teilkonzern um die Südwest Presse in Ulm über den Tochterverlag in Frankfurt/Oder (Märkische Oderzeitung) die Lausitzer Rundschau in Cottbus übernommen. Die Rundschau hatte zuvor mehrheitlich zur Verlagsgruppe um die Rheinische Post gehört.

3. Funke Mediengruppe, Essen

Die Funke Mediengruppe unterhält seit 2015 eine Zentralredaktion in Berlin, die sämtliche Zeitungen der Verlagsgruppe beliefert. Die Redaktion nimmt nicht nur die klassische Funktion eines Korrespondentenbüros wahr, sondern liefert Inhalte für Print- und Digitalmedien. Unter anderem werden in Berlin alle Panorama- und Wissensseiten für sämtliche Zeitungstitel produziert. Für die Sportberichterstattung wurde in Essen eine zweite zentrale Redaktionseinheit aufgebaut. Die inhaltlichen Übereinstimmungen der einst redaktionell eigenständigen Titel zum einen in Nordrhein-Westfalen und zum anderen in Thüringen sind inzwischen groß, weil sich die Titelredaktionen aus demselben Nachrichtenmaterial bedienen. Sowohl in Thüringen als auch in NRW stehen die Titel nur noch vereinzelt – am Rand ihrer Verbreitungsgebiete – im Wettbewerb mit anderen Titeln. In den meisten Fällen hat der Funke-Konzern die zum Teil jahrzehntealte Konkurrenz mit anderen Titeln beendet und durch Kooperationsmodelle ersetzt, so etwa mit den Ruhr-Nachrichten in Dortmund oder mit der Rheinischen Post am Niederrhein. In diese Kooperationen sind insbesondere auch Lokalredaktionen einbezogen. Das hat in den jeweiligen Verbreitungsgebieten zu einer erheblichen Schwächung der lokaljournalistischen Vielfalt geführt. (11)

In den Verbreitungsgebieten seiner Zeitungen ist der Konzern zudem fast lückenlos mit wöchentlichen Anzeigenblättern vertreten. Deren Gesamtauflage liegt wöchentlich bei 8,5 Millionen Exemplaren. Der Konzern gehört damit auch bei den Anzeigenblättern bundesweit zu den führenden Anbietern. Auch in dieser Branche arbeitet der Konzern zum Teil mit Nachbarverlagen zusammen.

Das Portfolio der Zeitungsbeteiligungen ist seit der Übernahme einzelner Titel von Springer (Ham-

burger Abendblatt, Berliner Morgenpost) unverändert geblieben (vgl. Tabelle 9). Zu den etablierten Titeln hinzugekommen sind allerdings digitale Sonntagszeitungen. Die Auflagen dieser Sonntagszeitungen sind jedoch unbekannt. Der Konzern strebt nach wie vor auch im Zeitungsmarkt Expansionen an. Sie reichen von redaktionellen Kooperationen bis zu Fusionen auch mit großen Marktteilnehmern.

Aktuell kommt die Verlagsgruppe im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 7,9 Prozent (2016: 7,8%) und bei den Abo-Zeitungen auf 9,3 Prozent (2016: 9,3%).

4. Verlagsgruppe Ippen, Hamm/München

Die Verlagsgruppe von Dirk Ippen weist unter den auflagenstärksten Zeitungsunternehmen die höchsten Zugewinne auf. Durch erneute Übernahmen ist die anteilige Gesamtauflage auf über 800 000 Exemplare (2016: 706 000) gestiegen und die Gruppe auf Rang 4 unter den großen Verlagsgruppen vorgeückt (vgl. Tabelle 10 und Abbildung 2). Maßgeblich dafür waren Zukäufe im hessischen Zeitungsmarkt. Zusammen mit dem Verlag der Gießener Allgemeinen hat Ippen dort im März 2017 die Zeitungsholding Hessen GmbH & Co. KG (ZHH) gegründet. In die Holding wurden die Verlage der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen sowie der Gießener Allgemeinen eingebracht. Die Ippen-Gruppe hält 80 Prozent der Anteile, die Gießener 20 Prozent. Seit dem 1. April dieses Jahres gehören zur ZHH zudem die Frankfurter Rundschau (Auflage: 51 800) (12.), die Frankfurter Neue Presse (65 700) sowie das Rüsselsheimer Echo (Auflage: 10 600). (13)

Ippen hat die Zeitungen von der FAZ-Gruppe übernommen, die sich nun ausschließlich auf das Marktsegment der überregionalen Zeitungen konzentriert. Das Bundeskartellamt hat die Übernahme Anfang März ohne Auflagen gebilligt, da damit in der Region der neue Eigner nun mit der FAZ konkurriere und sich dadurch im Lesermarkt unter Wettbewerbsaspekten Verbesserungen ergeben würden. „Leser können zwischen zwei voneinander unabhängigen Mediengruppen auswählen.“ (14) Dass parallel dazu die Wettbewerbsstellung in der Stadt und dem Kreis Offenbach mit der Offenbach Post von Ippen und im Wetteraukreis mit der Gießener Allgemeinen der Wettbewerb künftig entfällt, ist aus Sicht der Kartellrichter weniger gewichtig. (15) Bei früheren Entscheidungen zum Zeitungsmarkt hat das Bundeskartellamt insbesondere die Folgen für den Wettbewerb im Werbemarkt betrachtet. Das in Frankfurt die drei Zeitungen auch künftig im Werbemarkt kooperieren werden, damit der wettbewerbsarme Zustand auch nach der verlegerischen Trennung verfestigt wird, war gleichfalls nicht entscheidend für das Kartellamt. Die Ippen-Gruppe ist durch den Zukauf zu einem gewichtigen Anbieter in Hessen aufgestiegen. Neben den Frankfurter Titeln gehören dazu auch die Regionalzeitungen Hessische/Niedersächsische Allgemeine, die Offenbach Post, die Gießener Allgemeine sowie die

Ippen steigert Gesamtauflage durch Übernahmen in Hessen

Zentralredaktion führt zu großen inhaltlichen Übereinstimmungen in NRW und Thüringen

Tab. 9 Funke Mediengruppe, Essen

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Westdeutsche Allgem. Zeitung ^{1) 2)}	MV	495 916	495 916	555 802	555 802	614 853	614 853	718 353	718 353
Westfälische Rundschau ^{1) 2)}	100								
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung ^{1) 3)}	100								
Westfalenpost ^{1) 4)}	100								
Thüringer Allgemeine ^{5) 6)}	100	237 604	237 604	256 051	256 051	150 800	150 800	160 900	80 450
Thüringische Landeszeitung ^{5) 6)}	100		32 900	32 900	35 100	35 100			
Braunschweiger Zeitung ⁷⁾	100	105 500	105 500	112 480	112 480	120 742	120 742	128 960	128 960
Harz-Kurier, Osterode ⁷⁾	100	12 838	12 838	13 790	13 790	14 625	14 625	15 601	15 601
Hamburger Abendblatt ^{8) 9)}	100	174 472	174 472	189 215	189 215	192 356	192 356	k. A.	k. A.
Bergedorfer Zeitung ^{8) 9)}	100	–	15 963	15 963	k. A.	k. A.	–	–	–
Berliner Morgenpost ⁸⁾	100	80 574	80 574	84 927	84 927	110 862	110 862	k. A.	k. A.
Ostthüringer Zeitung ^{5) 10)}	60	–	–	–	91 600	54 960	96 600	57 960	–
Iserlohner Kreisanz. und Zeitung ¹¹⁾	24,8	16 971	4 209	18 484	4 584	19 694	4 884	21 759	5 396
Gesamtauflage		1 123 875	1 111 113	1 230 749	1 216 849	1 364 395	1 312 945	1 177 273	1 041 820

- 1) Der Konzern meldet der IWV keine Einzelauflagen der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen, wohl aber deren Gesamtauflage.
- 2) Die Titel Westfälische Rundschau (WR), Westfalenpost (WP) und die meisten Ausgaben der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) erscheinen in der Funke Medien NRW GmbH. Ein anderer Teil der WAZ in der Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co. KG (vgl. Fußnote 3). Die WR unterhält keine eigenen Redaktionen. Der Mantel wird von der WAZ übernommen, die meisten Lokalteile von der Westfalenpost (WP). Für die WR-Ausgabe Dortmund wird der Lokalteil von den Ruhr Nachrichten zugekauft. Zwei Ausgaben der WR im Kreis Unna gehören zum Verlag des Hellweger Anzeigers.
- 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 in der Funke Medien NRW GmbH.
- 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 Mediengruppe 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 Einzelauflagen beruhen auf Schätzungen.
- 7) Die Braunschweiger Zeitung gehört vollständig zum Konzern. Der Braunschweiger Verlag besitzt vollständig den Harz-Kurier in Osterode, der die überregionale Berichterstattung aus Braunschweig bezieht.
- 8) Die Verlagsgruppe hat 2014 von der Axel Springer SE die drei Abonnementzeitungen Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt sowie das Lokalblatt Bergedorfer Zeitung jeweils vollständig übernommen.
- 9) Der Konzern meldet der IWV für die Bergedorfer Zeitung keine eigenständige Auflage. Die Auflage ist in jener für das Hamburger Abendblatt enthalten.
- 10) Der Konzern hält 60 % des Verlags in Gera. Die übrigen Anteile hält eine Stiftung, die auch am Zeitungsverlag Niederrhein beteiligt ist (vgl. Fußnote 3).
- 11) Die offizielle Beteiligung des Konzerns in Iserlohn beträgt 24,8 %. Das Bundeskartellamt hatte eine wesentlich höhere Beteiligung untersagt.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

kleineren Lokaltitel Waldeckische Landeszeitung, Werra Rundschau und die Hersfelder Zeitung.

Obwohl der Verleger Ippen schon vor Jahren künftige Zeitungskäufe ausgeschlossen hat, nutzt er weiterhin diese Möglichkeit, wenn sich bestehende Verbreitungsgebiete arrondieren lassen. Ein solcher Fall war die Übernahme des Süderländer Tageblatts in Ippens Heimatregion Westfalen. Die kleine Lokalzeitung erscheint im Märkischen Kreis und ist inzwischen vollständig in den Verlag der Lüdenscheider Nachrichten integriert worden. Innerhalb der Ippen-Gruppe erscheint weiterhin eine ungewöhnlich große Zahl von kleinen Heimatzeitungen mit Auflagen von nur wenigen Tausend Exemplaren.

Der von der Ippen-Gruppe traditionell gepflegte Spatzwang hat auch bei den hochauflagen Titeln zu ungewöhnlichen Maßnahmen geführt. So wurden in München die Lokalredaktionen der Abo-Zeitung Merkur und der Boulevardzeitung tz zusammengelegt. Bislang unterhält die Gruppe noch diverse Hauptredaktionen und verzichtet anders als andere Gruppen auf eine Zentralredaktion. Wohl auch, weil die Beteiligungen im Zeitungsmarkt weit verstreut sind. Den Onlineportalen der Zeitun-

gen liefert die Ippen Digital GmbH & Co. KG in München insbesondere überregionale Nachrichtensstoffe zu. Zu deren Kunden gehören auch externe Verlage.

Die Ippen-Gruppe kommt mit den jüngsten Neuerwerbungen im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 5,7 Prozent (2016: 4,5 %), bei den Abo-Zeitungen auf 5,8 Prozent (2016: 4,5 %) und bei den Kaufzeitungen mit der tz in München auf 5,3 Prozent (2016: 4,8 %).

5. Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover

Nach eher schwachen Jahren sind Umsatz und Ertrag bei Madsack in den letzten Jahren verbessert worden (vgl. Tabelle 11). Der Konzern hat sich in 2013 ein Programm, „Madsack 2018“, aufgelegt, mit dem umfangreiche Restrukturierungen verbunden sind. Der damit verbundene Personalabbau ist erheblich. Ein Teil der innerhalb des Kon-

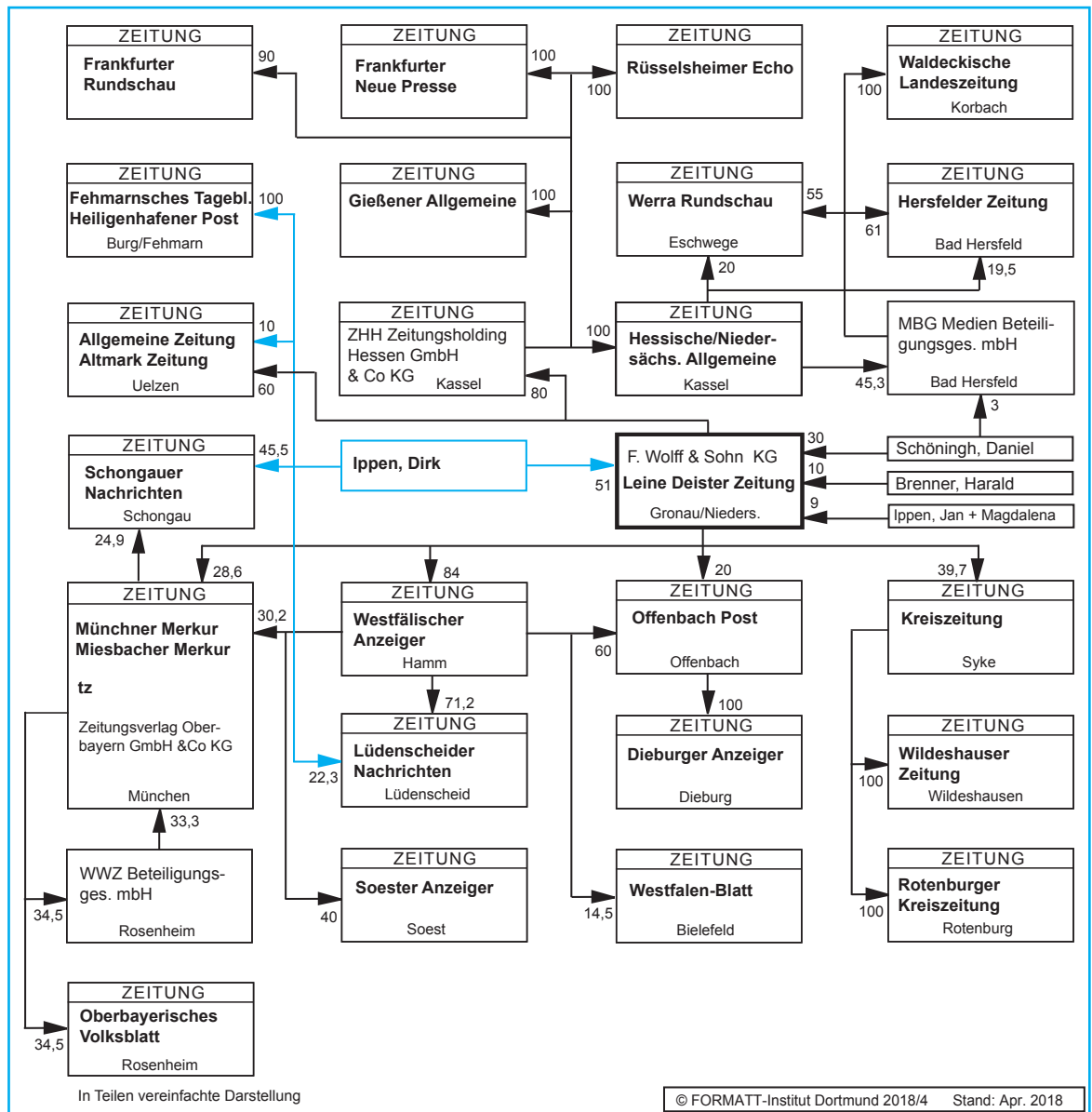
„Madsack 2018“:
Umstrukturierungen,
Personalabbau,
stärkeres Gewicht des
RedaktionsNetzwerk
Deutschland

Tab. 10 Verlagsgruppe Ippen/Münchener Zeitungsverlag/Zeitungsverlag tz/Westfälischer Anzeiger

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Münchner Merkur ¹⁾	MV	170 895	170 895	177 640	177 640	184 264	184 264	186 283	186 283
tz ¹⁾	MV	110 048	110 048	120 123	120 123	134 692	134 692	139 309	139 309
Oberbayerisches Volksblatt ²⁾	MV	58 801	58 801	62 170	62 170	65 739	65 739	68 073	68 073
Westfälischer Anzeiger ³⁾	MV	31 595	31 595	34 714	34 714	36 988	36 988	38 762	38 762
Hessische/Nieders. Allgemeine ⁴⁾	100	134 017	134 017	142 004	142 004	150 596	150 596	162 676	162 676
Gießener Allgemeine ⁴⁾	100	23 818	23 818	–	–	–	–	–	–
Leine Deister Zeitung ⁵⁾	100	4 602	4 602	4 945	4 945	5 066	5 066	5 157	5 157
Fehmarnsches Tageblatt ⁶⁾	100	2 042	2 042	2 049	2 049	2 112	2 112	2 182	2 182
Heiligenhafener Post (3 x wö) ⁶⁾	100	1 651	1 651	1 694	1 694	1 673	1 673	1 774	1 774
Offenbach Post ⁷⁾	100	32 304	32 304	34 956	34 956	37 540	37 540	39 862	39 862
Dieburger Anzeiger (3 x wö) ⁷⁾	100	3 035	3 035	3 210	3 210	3 426	3 426	3 715	3 715
Lüdenscheider Nachrichten ⁸⁾	100	32 718	32 718	31 675	31 675	34 654	34 654	31 100	31 100
Frankfurter Neue Presse ⁹⁾	100	65 741	65 741	–	–	–	–	–	–
Rüsselsheimer Echo ^{9) 10)}	100	10 636	10 636	–	–	–	–	–	–
Frankfurter Rundschau ^{9) 11)}	72	51 788	37 287	–	–	–	–	–	–
Schongauer Nachrichten ¹²⁾	70,4	8 329	5 864	8 535	6 009	8 887	6 256	8 919	6 279
Allg. Zeitung + Isenahagener Kreisblatt ¹³⁾	70	19 519	13 663	20 808	14 566	21 861	15 303	22 053	15 437
Altmark-Zeitung ¹⁴⁾	70	13 485	9 440	14 800	10 360	15 694	10 986	16 284	11 399
Waldeckische Landeszeitung ¹⁵⁾	45,3	16 770	7 597	17 703	–	–	–	–	–
Kreiszeitung, Syke ¹⁶⁾	39,7	56 667	22 497	59 802	23 741	65 772	26 111	64 444	25 584
Rotenburger Kreiszeitung ¹⁷⁾	39,7	8 256	3 278	8 906	3 536	9 510	3 775	9 953	3 951
Wildeshauser Zeitung ¹⁸⁾	39,7	1 973	783	2 137	848	2 338	928	2 467	979
Soester Anzeiger ¹⁹⁾	40	30 666	12 266	32 893	13 157	34 584	13 834	35 162	14 065
Werra Rundschau ²⁰⁾	44,9	9 576	4 300	10 094	4 038	10 234	4 094	10 672	4 269
Hersfelder Zeitung ²¹⁾	47,1	12 709	5 986	13 737	6 470	13 699	6 452	14 303	6 737
Gesamtauflage		911 641	804 863	804 595	705 924	839 329	741 462	863 150	764 432

- Bei den Verlagen des Münchner Merkur und der Boulevardzeitung tz ist die Eignerstruktur identisch: Die F. Wolff und Sohn KG hält 28,6%, der Verlag des Westfälischen Anzeiger in Hamm 30,2%, ein Beteiligungsunternehmen der Oberbayerischen Volksblatt Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 33,3% und der Verleger Oliver Döser 7,9%.
- 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 Stammler 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 Patriot in Lippstadt.
- Die Ippen-Gruppe und die Stammeigner der Gießener Allgemeine haben ihre Verlage in die ZHH Zeitungsholding Hessen GmbH & Co. KG eingebracht. An der ZHH sind die Ippen-Gruppe mit 80 Prozent und der Gießener Verlag mit 20 Prozent beteiligt. Die Auflagen der Zeitungen werden der Ippen-Gruppe vollständig zugeordnet. Der Verlag der HNA ist an den beiden Lokalzeitungen Werra Rundschau und Hersfelder Zeitung in der Nachbarschaft beteiligt.
- Leine Deister Zeitung: Der Kleinverlag F. Wolff und Sohn KG verlegt im niedersächsischen Gronau die Leine Deister Zeitung. Der Verlag gehört der Familie Ippen und Mitarbeitern des Verlegers Dirk Ippen. Ippen hat Anteile an einen Sohn sowie die Mitarbeiter Daniel Schöningh (30%) und Harald Brenner (10%) weitergegeben. Über den Kleinverlag hält die Ippen-Gruppe zahlreiche Beteiligungen an weiteren Verlagsunternehmen.
- 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 und ihren Partnern. Die Anteile halten der Westfälische Anzeiger 60% und die Leine-Deister-Zeitung 20% sowie eine GbR mit Geschäftspartnern von Ippen, die noch weitere Anteile an Verlagen der Ippen-Gruppe halten. 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. Anfang 2017 hat der Verlag das Süderländer Tageblatt übernommen, dessen Auflage seit 2018 gleichfalls bei den Lüdenscheider Nachrichten berücksichtigt ist.
- Die Verlagsgruppe Ippen hat von der Verlagsgruppe FAZ drei Zeitungen in Hessen übernommen. Neuer Eigner ist die ZHH Zeitungsholding Hessen. Die Frankfurter Neue Presse gehört vollständig der ZHH.
- Das Rüsselsheimer Echo erscheint in dem eigenständigen Verlag FSM Mediendienste GmbH. Der Verlag gehört vollständig zur ZHH Zeitungsholding.
- Die Frankfurter Rundschau wird von der gleichnamigen GmbH verlegt. Neben der ZHH Zeitungsholding ist weiterhin die Karl-Gerold-Stiftung mit 10 Prozent beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich eine Beteiligungshöhe der Ippen-Gruppe in Höhe von 72%.
- 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 Isenahagener Kreisblatt heraus, dessen Auflage in den Daten für die Allgemeine Zeitung enthalten ist. Dirk Ippen hält einen Anteil von 10%, die F. Wolff & Sohn KG weitere 60%.
- Die Altmark-Zeitung gehört zum Verlag der Allgemeinen Zeitung der Lüneburger Heide.
- Ende 2014 hat die Ippen-Gruppe die kleine Waldeckische Landeszeitung im nordhessischen Korbach von der Madsack-Gruppe übernommen. Die Waldeckische Landeszeitung und die Schwester-Ausgabe erschienen in Konkurrenz zur Hessischen Niedersächsischen Allgemeinen, die daher kartellrechtlich als Käufer nicht in Frage kam. Käufer war die MBG Medien Beteiligungsgesellschaft mbH in Bad Hersfeld, an der der Verlag der HNA mit 45,3 Prozent beteiligt ist. Die übrigen Anteile halten Geschäftsfreunde von Dirk Ippen. Die MBG hält auch Anteile an der Werra Rundschau und an der Hersfelder Zeitung.
- Kreiszeitung, Syke: Einen Anteil von 39,7% hält der Verlag der Leine Deister Zeitung.
- 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: Ein 40%-Anteil wird vom Westfälischen Anzeiger gehalten.
- Der Verlag der HNA ist direkt und indirekt an der Werra Rundschau in Eschwege beteiligt. Durchgerechnet ergibt sich ein Anteil von 44,9%.
- 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 47,1%. Darüber hinaus ist ein Teil der übrigen Eigner auch über andere Geschäftsbeziehungen mit der Verlagsgruppe verbunden.

Abb. 2 Die Zeitungen der Ippen-Gruppe
Anteile in %



zerns erbrachten Leistungen wurde aufgegeben (z. B. die Druckerei in Hannover, die Zustellung in Lübeck und Umgebung) und bei Dienstleistern beauftragt. Auch im redaktionellen Bereich werden Sparmaßnahmen durchgeführt. Die überregionale Berichterstattung wird zentral von der Tochterfirma RedaktionsNetzwerk Deutschland GmbH (RND) geleistet. Die Zentralredaktion hat ihren Sitz in Hannover und verfügt in Berlin über ein Korrespondentenbüro. Das RND produziert sowohl für Print als auch für digitale Angebote und beliefert sämtliche Titel der Verlagsgruppe. Angestrebt wird zudem der Verkauf der redaktionellen Produkte an externe Verlage. Der Kundenkreis ist bislang allerdings überschaubar. Dazu zählen der Weser-Kurier in Bremen, die Ruhr Nachrichten in Dortmund (16) und seit kurzem die Heilbronner Stimme.

6. Verlagsgruppe DuMont, Köln

Die DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG, wie die Verlagsgruppe inzwischen offiziell heißt, hat schwierige Jahre hinter sich. Die Gruppe ist u. a. stark betroffen von der strukturellen Krise der Boulevardzeitungen. In diesem Marktsegment ist sie mit dem Express und dem Ableger Düsseldorf-Express sowie mit dem Berliner Kurier und der Hamburger Morgenpost vertreten (vgl. Tabelle 12). Die Titel leiden unter einem anhaltenden Auflagenverlust, der deutlich über jenem der Abo-Zeitungen liegt. DuMont versucht, Einnahmeverluste u.a. durch

Boulevard-Krise zwingt DuMont zu Einpassungen, redaktionelle Eigenständigkeit geht verloren

Tab. 11 Verlagsgruppe Madsack, Hannover¹⁾

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Hannoversche Allgemeine Zeitung und Neue Presse, Hannover ²⁾	MV	151 794	151 794	168 462	168 462	183 425	183 425	192 177	192 177
Göttinger Tageblatt ³⁾	100	31 581	31 581	34 668	34 668	37 262	37 262	40 171	40 171
Aller Zeitung/Wolfsburger Allgemeine ⁴⁾	100	30 377	30 377	33 555	33 555	36 672	36 672	37 092	37 092
Peiner Allgemeine Zeitung ⁴⁾	100	15 708	15 708	17 544	17 544	19 315	19 315	20 071	20 071
Schaumburger Nachrichten ⁵⁾	100	13 365	13 365	14 563	14 563	15 316	15 316	15 836	15 836
Leipziger Volkszeitung ⁶⁾	100	127 902	127 902	141 700	141 700	153 889	153 889	162 178	162 178
Dresdner Neueste Nachrichten ⁶⁾	100	20 397	20 397	22 133	22 133	24 496	24 496	26 008	26 008
Naumburger Tageblatt ⁷⁾	100	11 099	11 099	11 957	11 957	12 609	12 609	13 113	13 113
Märkische Allgemeine ⁸⁾	100	103 602	103 602	114 212	114 212	126 983	126 983	135 113	135 113
Lübecker Nachrichten ⁹⁾	100	83 216	83 216	91 665	91 665	96 528	70 465	99 087	72 334
Ostsee-Zeitung ¹⁰⁾	100	123 153	123 153	131 970	131 970	138 880	101 385	143 689	104 893
Gelnhäuser Neue Zeitung ¹¹⁾	51	11 281	5 753	8 604	4 388	8 632	4 402	8 508	4 339
Cellesche Zeitung ¹²⁾	50	25 536	12 768	26 101	13 051	28 079	14 040	29 552	14 776
Kieler Nachrichten ¹³⁾	49	76 029	37 254	80 883	39 633	86 715	42 490	88 727	43 476
Segeberger Zeitung ¹⁴⁾	49	10 521	5 155	10 214	5 005	11 475	5 623	11 989	5 875
Gandersheimer Kreisblatt ¹⁵⁾	33	3 402	1 123	3 907	1 289	4 263	1 407	4 552	1 502
Täglicher Anzeiger ¹⁶⁾	30	9 085	2 726	9 479	2 844	9 907	2 972	10 397	3 119
Torgauer Zeitung ⁶⁾	24,9	7 776	1 936	8 580	2 136	9 263	2 306	9 849	2 452
AZ Alfelder Zeitung ¹⁷⁾	24,5	6 707	1 643	7 107	1 741	7 319	1 793	7 684	1 883
Gesamtauflage		862 531	780 552	937 304	852 516	1 059 233	891 841	1 118 637	937 851

- 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). Eine Beteiligung an der Zeitung Die Härke in Nienburg wurde verkauft.
- 2) Für die Hannoversche Allgemeine und die Neue Presse meldet die Verlagsgesellschaft Madsack der IWV nur eine Gesamtauflage.
- 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 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.
- 6) 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.
- 7) 75,2 % des Naumburger Tageblatt gehören zur Leipziger Volkszeitung. Entsprechend wird die Auflage vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 8) Die Märkische Allgemeine ist Anfang 2012 von einer Zwischenholding übernommen worden, an der die Verlagsgruppe direkt 63,5 % hält. Einen Anteil von 26 % hält der Verlag der Kieler Nachrichten, an der die Verlagsgruppe gleichfalls beteiligt ist (vgl. Fußnote 13). Insgesamt liegt die Beteiligungshöhe oberhalb von 75 Prozent. Daher wird die Auflage der Märkischen Allgemeinen vollständig der Verlagsgruppe zugerechnet.
- 9) Lübecker Nachrichten: Madsack hält inzwischen eine direkte Beteiligung in Höhe von 76 % und zudem eine indirekte Beteiligung über die Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG (HVB) von 24 %. Die Auflage wird dem Konzern entsprechend vollständig zugeordnet.
- 10) Ostsee-Zeitung: Der Verlag der Lübecker Nachrichten hält sämtliche Anteile.
- 11) Die Verlagsgesellschaft Madsack ist seit 2007 mehrheitlich am Lokalverlag im Süden Hessens beteiligt.
- 12) 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.
- 13) 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 %.
- 14) Die Segeberger Zeitung gehört vollständig den Kieler Nachrichten.
- 15) Kapitaleigner der Gandersheimer Kreisblatt GmbH & Co. KG sind u.a. die Verlage des Göttinger Tageblatts (24,4 %) und des Täglichen Anzeiger (24,4 %). Der Anteil der Verlagsgruppe am Gandersheimer Kreisblatt liegt insgesamt bei gut 30 %.
- 16) Am Täglichen Anzeiger in Holzminde hält die Verlagsgesellschaft Madsack einen Anteil von 30 %.
- 17) Die Verlagsgesellschaft Madsack besitzt 24,5 % an der AZ Alfelder Zeitung.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Kürzungen bei den Redaktionen aufzufangen. Zuletzt wurde die Morgenpost in den redaktionellen Verbund stärker einbezogen, bezieht wesentliche Teile des Mantels nun aus Berlin und hat die Hauptredaktion der MoPo in Hamburg ausgedünnt. In

Köln wurden die Hauptredaktionen von Kölner Stadt-Anzeiger und Express zusammengelegt. Dieser zwischen Zeitungen unterschiedlichen Typs ungewöhnliche Schritt sollte auch dazu dienen, „die Zeitungen im Markt besser zu positionieren“, wie es bei solchen Fällen gerne heißt. (17) In Köln hat es dazu geführt, dass die Leser des Stadt-Anzeigers nun häufiger auf die Quelle der jeweiligen Inhalte, den Express, hingewiesen werden. Die Kürzungen bei den Redaktionsetats sind zudem

Tab. 12 Verlagsgruppe M. DuMont, Köln

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau ¹⁾	MV	251 994	251 994	275 105	275 105	299 891	299 891	316 194	316 194
Express ¹⁾	MV	75 440	75 440	95 201	95 201	123 148	123 148	135 768	135 768
Mitteldeutsche Zeitung ²⁾	100	165 065	165 065	178 900	178 900	193 079	193 079	204 945	204 945
Berliner Zeitung ³⁾	100	97 285	97 285	103 443	103 443	120 912	87 057	139 775	100 638
Berliner Kurier (7 x wö) ³⁾	100	73 209	73 209	83 759	83 759	96 352	69 373	110 318	79 429
Hamburger Morgenpost ³⁾	100	59 521	59 521	77 419	77 419	94 827	68 275	105 576	76 015
Düsseldorf-Express ⁴⁾	50	20 119	10 060	26 164	13 082	29 808	14 904	36 327	18 164
Naumburger Tageblatt ⁵⁾	24,9	11 099	2 764	11 957	2 977	12 609	3 140	13 113	3 265
Gesamtauflage		753 732	735 337	851 948	829 886	970 626	858 867	1 182 110	994 464

1) Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und die Kaufzeitung 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) Seit Ende 2015 besitzt DuMont die beiden Zeitungen in Berlin und die Hamburger Morgenpost vollständig.

4) DuMont ist am Düsseldorf-Express mit 50 % beteiligt. Die übrigen 50 % liegen bei der Girardet Verlag KG, Düsseldorf (Westdeutsche Zeitung).

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

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

immer wieder begleitet von öffentlichen Protesten der Mitarbeiter, so etwa in Hamburg oder auch in Köln, wo die Rheinische Redaktionsgemeinschaft mehrfach von Warnstreiks betroffen war. In dieser Firma sind die Lokalredaktionen der beiden Kölner Abo-Zeitungen angesiedelt. Gerade von den Redaktionen wird der anhaltende Sparkurs kritisiert, durch den die redaktionelle Eigenständigkeit sukzessive schwindet. So etwa durch die Zusammenlegung von Lokalredaktionen im Raum Köln, der Hauptredaktion von Stadt-Anzeiger und Express bzw. von Berliner Zeitung und Berliner Kurier sowie die steigende Zahl der Zulieferungen aus dem Zentralbüro in Berlin.

Die Hauptredaktionen in Köln, Berlin und Halle profitieren allerdings auch von den ausgeweiteten Zulieferungen des zentralen Korrespondentenbüros in Berlin. Dieses Büro beliefert auch weiterhin gegen Entgelt die Frankfurter Rundschau, die bis vor wenigen Jahren zur Verlagsgruppe gehörte. (18) Die Kölnische Rundschau hingegen bezieht ihren Mantel im Wesentlichen vom General-Anzeiger in Bonn. Dieser kooperiert seinerseits inzwischen mit der Rheinischen Post in Düsseldorf. Die Verbindungen und Verflechtungen zwischen den Bonnern und den Kölnern sind zwar immer noch zahlreich, aber nicht mehr intensiv. 2005 waren sich die beiden Verlage bereits über einen Teilkauf des General-Anzeigers durch die Kölner und eine spätere Übernahme einig gewesen. Diese scheiterten allerdings an einem Veto des Bundeskartellamts und führten schließlich zu einer kartellrechtlich zulässigen Überkreuzbeteiligung, bei der DuMont einen Anteil in Höhe von 18 Prozent bei den Bonnern übernahm. Diese Überkreuzbeteiligungen sind in 2016 wieder aufgegeben worden. Inzwischen will die Rheinische Post den Bonner Verlag vollständig übernehmen.

Das frühere Beziehungsgeflecht zwischen den Bonnern und den Kölnern ist Gegenstand eines kartellrechtlichen Verfahrens. Das Bundeskartellamt hat im Dezember 2017 Durchsuchungen bei DuMont durchgeführt und Akten sichergestellt. Dabei soll es um „eventuell unzulässige Absprachen“ (19) zwischen den beiden Verlagen gehen. Wenn dies zutreffen sollte, hätten die Kartellwächter allerdings viel zu tun. Der Zeitungsmarkt ist traditionell kreuz und quer über Deutschland hinweg geprägt von gegeneinander abgegrenzten Verbreitungsgebieten. Eingriffe zur Aufhebung solcher wettbewerbswidrigen Verhältnisse wären in früheren Jahren opportun gewesen, als Verlage Auflagen-gewinne auf Kosten von Nachbarverlagen durch Ausweitung der eigenen Verbreitungsgebiete noch angestrebt haben. Heute wird Wachstum praktisch ausschließlich über den Zukauf von Auflage realisiert. Der Wettbewerb hingegen wird durch die Begrenzung von Verbreitungsgebieten (Aufgabe von Lokalausgaben) oder durch Kooperationen u.a. mit dem Austausch von Lokalteilen minimiert. Das Vorgehen des Bundeskartellamts mag zu Recht der Überprüfung eines alten Falles gelten, wird aber dem zentralen Auftrag des Amtes, den Wettbewerb zu stärken, nicht gerecht. Dies gilt umso mehr, wenn im aktuellen Fall das Kartellrecht für privatwirtschaftliche Interessen instrumentalisiert werden sollte. (20)

Für die DuMont Mediengruppe sind damit Expansionen im Rheinland kaum noch möglich. Vor Jahren hatte sie sich bereits für eine Beteiligung am Zeitungsverlag Aachen (Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten) interessiert, doch auch diese

Kartellamtsverfahren läuft gegen DuMont und Bonner General-Anzeiger

Beteiligung hatte letztlich die Rheinische Post übernommen. Die RP-Gruppe ist zudem an den Nachbarzeitungen der Kölner, der Westdeutschen Zeitung und dem Remscheider General-Anzeiger, beteiligt und kooperiert mit dem Solinger Tageblatt. Das von der Geschäftsführung ausgerichtete Programm „Perspektive Wachstum“ findet hier seine Grenzen. Zudem bestehen finanzielle Grenzen. 2016 wurde bei einem Umsatz von 592 Mio Euro ein Überschuss von gerade einmal 3,2 Mio Euro erwirtschaftet. Das Ergebnis belastend wirkten sich insbesondere Restrukturierungsprozesse aus. (21) Während an den Standorten Köln und Halle schwarze Zahlen erzielt werden, verläuft das Geschäft in Berlin und in Hamburg immer noch verlustreich. Mit solch schwachen Ergebnissen im operativen Geschäft können Verlage zu Übernahmekandidaten werden.

Im Zeitungsbereich hat es im Vergleich zu 2016 keine Änderungen im Portfolio gegeben. Die Beteiligung am General-Anzeiger war statistisch auch in den Vorjahren nicht berücksichtigt worden, weil sie den Mindestwert von 25 Prozent unterschritt. Die Auflage der 2017 eingestellten Lokalausgabe des Express für Bonn war schon zuvor in jener des Express integriert. Die Verlagsgruppe erzielte im Gesamtmarkt einen Anteil von 5,2 Prozent (2016: 5,3%), bei den Abo-Zeitungen 4,3 Prozent (2016: 4,3%) und bei den Kaufzeitungen 10,6 Prozent (2016: 10,7%).

7. Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine

Viel öffentliches Aufsehen erregte der Südkurier, als er Ende letzten Jahres seine Lokalausgabe Friedrichshafen einstellte. Zeitgleich hat die Schwäbische Zeitung ihre benachbarten Redaktionen in Markdorf und Pfullendorf aufgegeben und jene in Meßkirch verkleinert. Die Schwäbische Zeitung zieht sich damit aus dem Badischen weitgehend zurück (vgl. Tabelle 13). Nutznießer ist der Südkurier. In Friedrichshafen gewinnt hingegen die Schwäbische Zeitung ihre Monopolanbieterstellung zurück, die sie dort bereits bis 1993 innehatte. Mit einem auch in der damaligen Zeit ungewöhnlichen Schritt hatte der Südkurier in Friedrichshafen eine Lokalredaktion aufgebaut und einen neuen Lokalteil auf den Markt gebracht. Die Marktchancen des Neulings schienen auch deshalb gut, weil der Platzhirsch Schwäbische Zeitung montags auf einen Lokalteil verzichtete. Diese ungewöhnliche Sparmaßnahme konnte im Wettbewerb dann allerdings nicht aufrechterhalten werden.

Der Rückzug des Südkuriers aus Friedrichshafen reiht sich ein in ähnliche Maßnahmen, mit denen vor Jahren überlappende Verbreitungsgebiete mit der Badischen Zeitung und dem Schwarzwälder Boten entzerrt worden waren. Insgesamt haben die Verlage im äußersten Südwesten den

Zeitungsmarkt neu geordnet, Wettbewerbsgebiete reduziert und die Monopolgebiete vergrößert.

Die Main Post in Würzburg hat unter der Regie der Augsburgers Anfang dieses Jahres die Lokalzeitung Haßfurter Tagblatt übernommen. 2017 hatte die Main Post bereits das zum Haßfurter Tagblatt benachbarte Lokalblatt Obermain-Tagblatt gekauft. Diese Akquisitionen sind Teil einer umfassenden Neuordnung eines einst kleinteiligen Zeitungsmarktes in Oberfranken. Statt einer Vielzahl von Kleinverlagen sind dort heute große Verlagsgruppen tonangebend. Der Einfluss der Main Post ist noch weiter angewachsen, als der Verlag Anfang 2018 die beiden Lokalzeitungen, die Rhön- und Saalepost sowie den Rhön- und Streuboten, pachtete. Die beiden bis dahin unabhängig voneinander erscheinenden Zeitungen waren im Jahr zuvor im Verlag Rhön Medien GmbH fusioniert worden.

Mit den neuen Titeln kommt die Augsburgers Gruppe im Gesamtmarkt auf einen Anteil von 3,8 Prozent (2016: 3,5%) und bei den Abo-Zeitungen auf 4,4 Prozent (2016: 4,2%).

8. Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg

In der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) hat die SPD ihre Medienbeteiligungen zusammengefasst. Zur Holding gehören insbesondere ein 40-Prozent-Anteil an zwei Verlagen in Dresden (Sächsische Zeitung, Morgenpost Sachsen) sowie rund ein Viertel der Anteile an der Verlagsgesellschaft Madsack (vgl. Tabelle 14). Für 2016 weist die ddvg mit 7,5 Mio Euro ein gegenüber dem Vorjahr (2,9 Mio Euro) deutlich verbessertes Betriebsergebnis aus. Insbesondere in Sachsen werden mit breit angelegten Aktivitäten rund um die beiden Tageszeitungen seit Jahren gute Geschäfte gemacht. Der Regionalverlag ist inzwischen mit dem Onlineportal tag24.de (zuvor mopo24.de) sogar bundesweit aktiv. Das Portal soll im Verbund mit regionalen Partnern weiter ausgebaut werden. Einer dieser Partner ist schon seit längerem der Verlag der Neuen Westfälischen in Bielefeld, der als einziges Zeitungsunternehmen vollständig der ddvg gehört. Einen ähnlichen Weg in den bundesweiten Markt verfolgt die Verlagsgruppe Madsack mit dem Portal sportbuzzer.de. (22)

Nicht mehr berücksichtigt im Portfolio der ddvg ist der Nordbayerische Kurier in Bayreuth. Die ddvg hat ihre Mehrheitsbeteiligung an das Beteiligungsunternehmen Frankenpost Verlag GmbH abgegeben. Durchgerechnet sinkt die indirekte Beteiligung am Verlag in Bayreuth damit unter die Erfassungsschwelle von 25 Prozent. Die ddvg kommt in 2018 auf einen Anteil von 3,4 Prozent (2016: 3,4%) am Zeitungsmarkt gesamt. Bei den Abo-Zeitungen beträgt der Anteil ebenso wie in 2016 3,9 Prozent. Bei den Kaufzeitungen ist der Marktanteil, der auf einer Beteiligung an der Morgenpost in Sachsen beruht, gering (1,1%). Ausgeweitet hat die ddvg ihre Aktivitäten jenseits der Zeitungsbranche, insbesondere mit Beteiligungen an Unternehmen in der Digitalbranche.

Tab. 13 Verlagsgruppe Augsburg Allgemeine

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Augsburger Allgemeine ¹⁾	MV	210 058	210 058	217 142	217 142	223 257	223 257	222 170	222 170
Main Post und Fränkisches Volksblatt ²⁾	100	114 665	114 665	119 314	119 314	123 754	123 754	127 719	127 719
Obermain-Tagblatt ³⁾	100	10 556	10 556	10 902	10 902	11 298	11 298	11 721	11 721
Haßfurter Tageblatt ⁴⁾	100	5 100	5 100	–	–	–	–	–	–
Rhön- und Streubote ⁵⁾	100	} 7 133	7 133	–	–	–	–	–	–
Rhön- und Saalepost ⁵⁾	100			–	–	–	–	–	–
Südkurier ⁶⁾	100	118 125	118 125	124 479	124 479	130 216	130 216	129 383	65 985
Allgäuer Zeitung und Memminger Zeitung ⁷⁾	50	88 054	44 027	91 832	45 916	93 888	46 944	102 906	51 453
Nordkurier ⁸⁾	33,3	69 030	22 987	73 099	24 342	81 540	27 153	84 523	28 146
Gesamtauflage		622 721	532 651	636 768	542 095	663 953	562 622	678 422	507 194

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) Obermain-Tageblatt: Die Lokalzeitung in Lichtenfels, in der Nachbarschaft zur Main Post, ist zum 1.1.2012 vollständig von der Main Post übernommen worden.

4) Haßfurter Tagblatt: Der Verlag der Main Post hat die Lokalzeitung Anfang 2018 vollständig übernommen.

5) Die Zuordnung der beiden Lokalzeitungen in der Rhön ist schwierig, da der Verlag der Main Post die beiden Titel seit Anfang 2018 gepachtet hat. Derartige Pachtverträge münden im Zeitungsmarkt regelmäßig in Übernahmen. Die ungewöhnliche Konstruktion wurde früher auch nur aus kartellrechtlichen Gründen gewählt. Die beiden Titel erschienen bis 2017 in benachbarten Verlagen ohne Kapitalverflechtung. Seit der Zusammenführung erscheinen sie in dem neuen Verlag Rhön Medien GmbH mit Sitz in Burghthann. Für die beiden Titel wird nur eine gemeinsame Auflage veröffentlicht.

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

7) 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.

8) 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.

Tab. 14 Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg), Hamburg

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Neue Westfälische, Bielefeld ¹⁾	100	128 931	128 931	138 364	138 364	148 580	85 434	146 053	83 980
Sächsische Zeitung, Dresden ²⁾	40	208 984	83 594	226 446	90 578	231 372	139 749	241 993	146 164
Morgenpost für Sachsen, Dresden ²⁾	40	58 935	23 574	72 452	28 981	85 020	51 352	94 501	57 079
Döbelner Anzeiger ²⁾	40	–	–	–	–	9 278	3 711	9 908	3 963
Cuxhavener Nachrichten ³⁾	32,5	9 573	3 111	10 316	3 353	11 219	3 646	11 427	3 714
Niederelbe Zeitung ³⁾	32,5	7 546	2 452	8 035	2 611	8 486	2 758	8 688	2 824
Frankenpost, Hof ⁴⁾	35	42 821	14 987	45 883	16 059	49 454	17 309	48 414	16 945
Freies Wort und stz Südthüringer Zeitung ⁵⁾	30	52 501	15 750	57 354	17 206	62 179	18 654	66 526	19 958
Neue Presse, Coburg ⁵⁾	30	20 213	6 064	22 409	6 723	23 912	7 174	24 885	7 466
Madsack anteilig gesamt ⁶⁾	26	780 552	202 944	822 821	213 933	891 841	231 879	937 851	243 841
Gesamtauflage		1 310 056	481 408	1 437 372	533 622	1 556 302	507 574	1 704 848	565 676

1) Die Neue Westfälische ist die einzige Zeitung, an der die ddvg eine Mehrheit hält. Seit Ende 2015 gehört der Verlag vollständig der ddvg.

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

3) 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 %.

4) Frankenpost: Mehrheitseigner ist der Süddeutsche Verlag. Die ddvg hält 35 %. In den Verlag der Frankenpost wurde das Selber Tagblatt integriert. Die ddvg hielt zeitweilig eine Beteiligung am Nordbayerischen Kurier in Bayreuth. Inzwischen ist der Verlag der Frankenpost mit 65 % an der Zeitung beteiligt. Der indirekte Anteil der ddvg liegt unter 25 %. Daher wird der Titel nicht mehr der ddvg zugerechnet, sehr wohl aber der baden-württembergischen Verlagsgruppe (vgl. Tab. 9).

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

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

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Tab. 15 Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH/Rheinische Post, Düsseldorf

Titel	2018			2016		2014		2012	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Rheinische Post,Düsseldorf ¹⁾	MV	278 784	278 784	303 493	303 493	325 888	325 888	340 870	340 870
Saarbrücker Zeitung ²⁾	56,1	118 218	66 320	127 581	71 573	128 835	65 706	–	–
Trierischer Volksfreund ³⁾	56,1	74 726	41 921	81 248	45 580	85 963	43 841	–	–
Pfälzischer Merkur ⁴⁾	56,1	6 262	3 513	6 997	3 925	7 290	3 718	–	–
Lausitzer Rundschau ⁵⁾	56,1	71 182	39 933	77 762	43 624	82 460	42 055	–	–
Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten ⁶⁾	30,0	102 138	30 641	110 173	26 992	114 699	28 101	122 985	30 131
Gesamtauflage		651 310	461 113	707 254	495 188	745 135	509 309	463 855	371 001

1) In der Auflage der Rheinischen Post ist auch jene der einst eigenständigen Neuß-Grevenbroicher Zeitung enthalten.

2) Saarbrücker Zeitung: Die Rheinische Post hatte vom Holtzbrinck-Konzern einen Anteil von knapp über 51 % am Verlag in Saarbrücken übernommen und diesen später auf 56,1 % aufgestockt.

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 war darüber zunächst mit 24,5 % am Zeitungsverlag Aachen beteiligt. Die Verlagsgruppe hat den Anteil auf 30 % erhöht.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

9. Verlagsgruppe Rheinische Post, Düsseldorf

Seit dem Einstieg bei der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH im Jahr 2012 gehört die Verlagsgruppe um die Rheinische Post in Düsseldorf zu den auflagenstärksten Zeitungsunternehmen in Deutschland (vgl. Tabelle 15). Wie bedeutend dieser Zukauf und der spätere Ausbau der Aktivitäten war, zeigt der Umsatz der Saarbrücker Gruppe mit über 300 Mio Euro bei einem Gesamtumsatz der RP-Gruppe von 700 Mio Euro in 2016. Das Jahresergebnis des Konzerns nach Steuern lag bei 24,3 Mio Euro. Zum Saarbrücker Teilkonzern gehören allerdings auch Aktivitäten außerhalb der Medienbranche. Das Unternehmen ist schon seit Jahren mit umfangreichen Übersetzungsleistungen aktiv. Dieser Bereich ist unter der Regie der RP weiter ausgebaut worden und dürfte im Wesentlichen auch für den Auslandsumsatz der RP-Gruppe in Höhe von über 90 Mio Euro stehen. Frühere Medienaktivitäten in Tschechien und der Slowakei sowie in den Niederlanden sind verkauft worden.

Im Stammland Nordrhein-Westfalen ist der Konzern trotz des großen Verbreitungsgebiets der Rheinischen Post mit ihren zahlreichen Lokalausgaben kaum noch hartem Wettbewerb ausgesetzt. Der Konzern ist mit den früheren Konkurrenten Partnerschaften eingegangen, die zum Teil auf Kapitalbeteiligungen beruhen, so etwa mit den beiden Aachener Zeitungen, der Westdeutschen Zeitung, dem Remscheider General-Anzeiger, oder auf Kooperationen vor allem bei der Zustellung und der Lokalberichterstattung, so mit der Neuen Ruhr/Rhein Zeitung oder dem Solinger Tageblatt. Echter Wettbewerb besteht nur noch in Leverkusen und der Nachbarschaft mit den Zeitungen der DuMont-Gruppe.

Zugleich ist es der RP-Gruppe gelungen, den Kundenstamm für ihre redaktionellen Leistungen auszubauen. Im Münsterland wird ab Anfang 2019 das Bocholter-Borkener Volksblatt den Mantel der RP übernehmen (zuvor von den Westfälischen Nachrichten) und lässt die Zeitung in Düsseldorf drucken. (23) Der Bonner General-Anzeiger übernimmt Teile der überregionalen Berichte. Teile seiner regionalen Berichte liefert die RP auch an die Ruhr Nachrichten und an die mit ihr verbundenen Zeitungen. (24) Der publizistische Einfluss der RP in NRW geht also weit über jenen der Stammzeitung Rheinische Post hinaus. Hinzu kommen umfangreiche Aktivitäten mit Anzeigenblättern, mit denen allein in NRW in 2016 ein Umsatz von knapp 50 Mio Euro erzielt wurde, (25) sowie zahlreiche Beteiligungen an lokalen Radiosendern im Rheinland. Keinen Erfolg hatte die RP-Gruppe mit ihren Lokal-TV-Aktivitäten. Beteiligungen an Sendern in Mönchengladbach und in Duisburg wurden verkauft. Das konzerneigene Programm center.tv in Düsseldorf wurde Ende 2017 eingestellt.

In der Tabelle mit den Titeln der Gruppe sind zwei aktuelle Veränderungen noch nicht berücksichtigt. Nach dem Stichtag hat die Gruppe die Lausitzer Rundschau in Cottbus verkauft, an der sie über den Saarbrücker Verlag beteiligt war. Zum anderen hat die Gruppe beim Bundeskartellamt die vollständige Übernahme des General-Anzeigers in Bonn sowie weiterer Medienaktivitäten der Bonner angemeldet. Das Bundeskartellamt hat den Deal inzwischen genehmigt. (26)

Die Gruppe hält im Gesamtmarkt einen Anteil von 3,3 Prozent (2016: 3,2%) und bei den Abo-Zeitungen von 3,9 Prozent (2016: 3,8%). Der Verkauf der Lausitzer Rundschau (71 200 Auflage) und der Kauf des General-Anzeigers (64 800) werden die Stellung der Verlagsgruppe im Zeitungsmarkt kaum verändern. Der Jahresumsatz des

Tab. 16 Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co KG*

Titel	2018			2016	
	Anteil in %	verkaufte Auflage	anteilige Auflage	verkaufte Auflage	anteilige Auflage
Neue Osnabrücker Zeitung ¹⁾	MV	171 369	171 369	160 464	160 464
Flensburger Tageblatt ^{2) 3)}	100	162 752	162 752	174 253	174 253
Pinneberger Tageblatt ^{2) 4)}	100	26 680	26 680	12 721	12 721
Elmshorner Nachrichten ^{2) 4)}	100	–	–	9 689	9 689
Schweriner Volkszeitung ^{2) 5)}	100	70 506	70 506	80 998	80 998
Norddeutsche Neueste Nachrichten ^{2) 6)}	100	7 196	7 196	7 374	7 374
Delmenhorster Kreisblatt ⁷⁾	75	14 329	10 747	15 005	11 254
Gesamtauflage		452 832	449 250	460 504	456 753

* Für die Verlagsgruppe Osnabrücker Zeitung liegen erst seit 2016 Daten vor.

1) Die Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG verlegt die gleichnamige Zeitung.

2) Die Titel gehören zur Holding medien holding:nord GmbH, die der Osnabrücker Verlag in 2016 übernommen hat.

3) Das Flensburger Tageblatt ist der Haupttitel der sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH & Co. KG.

4) Das Pinneberger Tageblatt (8966), das Wedel-Schulauer Tageblatt (2594), die Uetersener Nachrichten (2967) und die Elmshorner Nachrichten (inkl. der Barmstedter Zeitung) (9186) werden von der A. Beig Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG in Pinneberg verlegt. Inklusive der ePaper beträgt die Gesamtauflage des Verlags 26 680 Exemplare.

5) Verlag ist die Schweriner Zeitungsverlag GmbH & Co. KG.

6) Die NNN Norddeutsche Neueste Nachrichten GmbH ist ein Tochterunternehmen des Schweriner Verlags.

7) Das Delmenhorster Kreisblatt erscheint in der DK Medien GmbH & Co. KG, an der die beiden Eignerstämme der Neuen Osnabrücker Zeitung zusammen 75 % der Anteile halten.

Quelle: Formatt-Institut, Dortmund.

Bonner Verlags dürfte mit rund 50 Mio Euro allerdings deutlich höher sein als jener in Cottbus.

10. Verlagsgruppe Neue Osnabrücker Zeitung

Bei der Verlagsgruppe um die Neue Osnabrücker Zeitung hat es seit 2016 keine Veränderungen im Portfolio gegeben. Neben dem Stammgebiet in Niedersachsen ist die Gruppe vor allem in Schleswig-Holstein stark vertreten und mit der Schweriner Volkszeitung im benachbarten Mecklenburg-Vorpommern (vgl. Tabelle 16). Auch die NOZ-Gruppe hat inzwischen eine Zentralredaktion für die gesamte Gruppe. Diese Funktion hat die Hauptredaktion in Osnabrück übernommen. Sie beliefert die Redaktionen in Flensburg und in Pinneberg mit Material, das diese Redaktionen in eigener Regie nutzen. Die Redaktion in Schwerin erhält dagegen aus Osnabrück fertige Seiten mit der überregionalen Berichterstattung. Daneben arbeiten die Osnabrücker auch für das Delmenhorster Kreisblatt sowie externe Kunden, zum Beispiel die Nordsee-Zeitung in Bremerhaven. Anders als bei anderen Zentralredaktionen haben die Osnabrücker die Redaktionen für die digitalen und die Printangebote getrennt. Seit Anfang 2018 liefert eine eigenständige Redaktion in Hamburg den digitalen Angeboten der dislozierten Verlage Material zu.

Die Verlagsgruppe gibt ausschließlich Abo-Zeitungen heraus. Im Gesamtmarkt kommt sie damit auf einen Anteil von 3,2 Prozent (2016: 2,9%), bei den Abo-Zeitungen auf 3,7 Prozent (2016: 3,5%).

Fazit

Die Zeitungsbranche in Deutschland hat eine neue Welle der Pressekonzentration erfasst. Eine ungewöhnlich große Zahl von Fusionen mit einer gleichfalls ungewöhnlich großen Verkaufsauflage hat die

horizontale Konzentration in der Branche sprunghaft steigen lassen. Nutznießer der Entwicklung sind auf Käuferseite insbesondere auflagenstarke Verlagsgruppen. Der zweijährlich gemessene Marktanteil der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen in Deutschland ist seit 2016 um 1,8 Prozentpunkte gestiegen. In früheren Intervallen betrug diese Steigerung nur jeweils zehntel Prozentpunkte. Inzwischen werden 61,6 Prozent der verkauften Gesamtauflage der Tagespresse von den Top 10 der Branche verlegt. Maßgeblich für diese Konzentrationsentwicklung sind ökonomische Rahmenbedingungen der Branche. Der Werbemarkt spült deutlich weniger Einnahmen in die Kassen der Verlage; der Auflagenverlust hält an. Da eine Verbesserung dieser Rahmenbedingungen nicht zu erwarten ist, dürfte die horizontale Konzentration weiter zunehmen. Mit der ökonomischen Konzentration steigt auch die publizistische Konzentration. In Bezug auf die lokale Berichterstattung wächst die Zahl der Monopolgebiete. Die Anzahl von Zeitungsredaktionen, die Inhalte selbst erstellen, schwindet. Von Vielfalt kann vielerorts nicht mehr die Rede sein. Die Politik hat bislang auf die marktgetriebenen Vielfaltsverluste nicht reagiert.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. dazu zuletzt: Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2016: Pressekonzentration erneut leicht gestiegen. Daten zur Konzentration der Tagespresse in Deutschland im I. Quartal 2016 In: Media Perspektiven 5/2016, S. 254 bis 269.

Besonders auflagenstarke Verlagsgruppen treiben Konzentration weiter voran

- 2) Das Jahr 2000 wird nicht berücksichtigt, weil es mit einem Werbeboom und einer sprunghaften Umsatzsteigerung um rund eine halbe Mrd Euro einen „Ausreißer“ darstellte.
- 3) Vgl. Pasquai, Anja: Zur wirtschaftlichen Lage der Zeitungen in Deutschland 2017. Quelle: <https://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/wirtschaftliche-lage/artikel/detail/zur-wirtschaftlichen-lage-der-zeitungen-in-deutschland-2017/> (abgerufen am 4.5.2018).
- 4) Im Ausland sind häufig gänzlich andere Kaufstrategien im Zeitungsmarkt zu beobachten. Dort engagieren sich beispielsweise Industriekonzerne (Italien), Unternehmer mit z. T. altruistischen Motiven (USA), mit politischen Ambitionen (Schweiz) oder unabhängige bzw. abhängige Oligarchen (Osteuropa).
- 5) Mit geringen Einstandspreisen Neukunden zu werben, ist in der Verlagswirtschaft ein gängiges Konzept, das auch für den Printbereich genutzt wird, indem Teil-Abos für einzelne Wochentage oder sogenannte Wochenendausgaben angeboten werden (z. B. Ausgaben der Süddeutschen Zeitung freitags und samstags).
- 6) Vgl. Koalitionsvertrag vom 14.3.2018, hier S. 91.
- 7) Der Bundestag hat am 9.3.2017 die 9. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) beschlossen.
- 8) Antwort des Bundeskartellamtes zur Anfrage der SPD-Bundestagsfraktion: Fragen zur Kooperation von Presseverlagen. Bonn, 17.2.2015, hier S. 6.
- 9) Kriterien der Konzentrationsmessung:
 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.
 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. Beteiligungen von unter 25 Prozent bleiben bei der Marktanteilsberechnung unberücksichtigt.
 4. Für Beteiligungen von Tochterverlagen gelten ebenfalls die Abgrenzungskriterien aus 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 verkauften Auflagen für das erste Quartal 2018. Nur in gekennzeichneten Ausnahmefällen werden darüber hinaus auch detaillierte Angaben gemacht, die in der Regel auf Verlagsangaben beruhen. Die Gesamtauflage der zehn auflagenstärksten Verlagsgruppen beträgt gut 8,5 Millionen Exemplare. Die fünf größten unter ihnen kommen auf 5,9 Millionen Exemplare. Das entspricht einem Marktanteil von 42,1 Prozent (Bei der Summenbildung der Gesamtauflagen ist eine Teilaufgabe der Madsack-Gruppe auch bei der dddv enthalten. Auch eine Teilaufgabe des Naumberger Tageblatts wird sowohl bei der Madsack- als auch bei der DuMont-Gruppe berücksichtigt). Bei den Abo-Zeitungen kommen die fünf größten Gruppen auf eine Gesamtauflage von 4,5 Millionen Exemplaren. Bei den Kaufzeitungen repräsentieren die fünf größten Gruppen annähernd die Gesamtauflage von gut 2 Millionen Exemplaren.
- 10) In früheren Jahren war immer mal wieder regional oder national versucht worden, eine Sporttageszeitung zu etablieren. All diese Versuche sind aber, nicht zuletzt wegen der starken Stellung von Bild gerade in der Sportberichterstattung, gescheitert.
- 11) Beispielsweise wird in Dortmund für die Ausgaben der WAZ und der WR der Lokalteil der Ruhr Nachrichten übernommen. Andersorts erscheint die WR mit Lokalteilen der Westfalenpost. Zudem kooperieren die Zeitungen des Konzerns an jenen Orten, an denen sie mit zwei Lokalredaktionen vertreten sind. Diese diversen Kooperationsformen umfassen neben den Zeitungen auch jeweils die digitalen lokaljournalistischen Angebote.
- 12) Am Verlag der Frankfurter Rundschau ist weiterhin die Karl-Gerold-Stiftung mit 10 Prozent beteiligt.
- 13) Der IVW werden für Frankfurter Rundschau und Frankfurter Neue Presse keine titelbezogenen Auflagen geliefert. Im Werbemarkt agieren beide Titel gemeinsam mit der Regionalausgabe der FAZ für Frankfurt und Umgebung. Die Auflagenzahlen basieren auf einer Berechnung der ZMG Zeitungsmarktforschung GmbH in Frankfurt.
- 14) Vgl. Pressemitteilung des Bundeskartellamts v. 5.3.2018.
- 15) Vgl. ebd.
- 16) Die Ruhr Nachrichten haben im letzten Jahr ihre Hauptredaktion aufgelöst und zusammen mit der Nachbarzeitung Hellweger Anzeiger in Unna eine Gemeinschaftsredaktion aufgebaut. Diese bezieht Teile der Berichterstattung vom Madsack-Konzern und von der Rheinischen Post.
- 17) Die Zentralredaktion ist in die DuMont Redaktionsgemeinschaft GmbH in Berlin ausgelagert. Die Anteile werden über die Zeitungsverlage DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG (50 %), die Berliner Verlag GmbH (25 %) und die Mediengruppe Mitteldeutsche Zeitung GmbH & Co. KG (25 %) gehalten.
- 18) Inzwischen gehört die Zeitung zur Verlagsgruppe Ippen.
- 19) So der Vorstandsvorsitzende von DuMont Christoph Bauer in einem Schreiben an die Mitarbeiter des Hauses.
- 20) Laut der Fachzeitschrift Werben und Verkaufen soll das kartellrechtliche Verfahren durch eine Selbstanzeige der Bonner ausgelöst worden sein. Diese könnten sich damit Verbindungen zu DuMont entledigen wollen, die bei einem Verkauf an einen anderen Verlag hinderlich wären. Vgl. Pfannenmüller, Judith: Kartellwächter rücken bei DuMont ein. In: https://www.wuv.de/medien/kartellwaechter_ruecken_bei_dumont_ein (abgerufen am 28.5.2018).
- 21) Zu Verlusten führte insbesondere die Beteiligung an der Joiz GmbH, dem Verlag Blitz-Tip sowie in Einstellung des Lokalfernsehens Köln.tv.
- 22) An der sportbuzzer GmbH ist neben Madsack minoritär auch das Verlagsunternehmen um den Weser Kurier in Bremen beteiligt.
- 23) Die Zeitung hatte bereits von 2000 bis 2009 den Mantel der RP bezogen. Den erneuten Wechsel hat der Verlag auch mit der Verbesserung der redaktionellen Leistungen begründet.
- 24) Vgl. Anm. 16.
- 25) Auch in den Verbreitungsgebieten der anderen Zeitungen der Verlagsgruppe werden etliche Anzeigenblätter verlegt. Deren Umsatz ist allerdings nicht bekannt.
- 26) Vgl. Aktenzeichen Az B7-60/18.