

Die Entwicklung der regionalen und überregionalen Tagespresse in Deutschland seit 1989

Diplomarbeit

im Fach Mediendokumentation
Studiengang Informationsmanagement
der
Fachhochschule Stuttgart –
Hochschule der Medien

Beate Schwartzkopff

Erstprüfer: Prof. Susanne Speck
Zweitprüfer: Dr. Frank Stößel

Bearbeitungszeitraum: 15. Juli 2002 bis 15. Oktober 2002

Kurzfassung

Diese Arbeit beschreibt die Entwicklung der Tageszeitungen in Deutschland seit der Wende im Herbst 1989. Zusammengefasst kann gesagt werden, dass der Verlauf in Ost- und Westdeutschland unterschiedlich abgelaufen ist. Warum dies so war und wie die unterschiedliche Entwicklung im einzelnen aussah, wird dargestellt. Dabei wird auch der Frage nachgegangen, warum die Pressenmärkte in den beiden Landesteilen noch immer gespalten sind. Um dies zu beantworten, war es nötig, die Einflüsse, die auf den Pressemarkt der neuen Bundesländer eingewirkt haben, darzustellen und das Nutzungsverhalten der ostdeutschen und westdeutschen Bürger miteinander zu vergleichen. An Hand der gewonnenen Ergebnisse wird beschrieben, wie sich diese auf die gesamte Entwicklung ausgewirkt haben. Am Ende der Betrachtung steht die aktuelle Krise der Tageszeitungen, ausgelöst durch den Zusammenbruch des Werbemarkts. Ebenfalls wird ein Ausblick in die Zukunft gegeben. Dabei werden die Folgen und Auswirkungen der Entwicklung in Deutschland beschrieben. Und auf die Fragen eingegangen, ob die Presse noch die ihr zugeteilten Aufgaben vollständig erfüllen kann und welche weiteren Gefahren diese Entwicklung birgt. Im Anschluss werden Möglichkeiten dargestellt, die dieser Entwicklung entgegenwirken. Kommissionen, Gesetze und Kontrollen werden kurz vorgestellt und untersucht, in wie weit diese Kontrollmöglichkeiten heute noch nützlich sind.

Schlagwörter: Westdeutschland, Ostdeutschland, Pressekonzentration, Tageszeitung

Abstract

This thesis describes the development of the daily newspapers in Germany since the political change in autumn 1989. To sum up you can say that the course in Eastern and Western Germany differed. Why this happened and how the different developments looked in detail is portrayed. On that occasion it is looked into the question why the press markets in both parts of the country are still split. To answer this question it was necessary to describe the influences that had an effect on the press market in the new states and to compare the using conduct of the eastern and western German citizens. On the basis of these results it is explained, which effect they had on the entire development. Finally it is dealt with the current crisis of the daily newspapers, provoked by the collapse of the commercial market. As well a preview of the future is given. In this process the consequences and effects of the development in Germany are portrayed. The question is raised whether the press can completely fulfil her allotted tasks or not and which further dangers this development holds. Afterwards possibilities to oppose this development are described. Committees, laws and surveillances are briefly introduced and it is examined to what extent this surveillance possibilities are still useful today.

keywords: Western Germany, Eastern Germany, concentration of the press, daily newspaper

	2
Inhaltsverzeichnis	
Kurzfassung	1
Abstract	1
Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	4
Abkürzungsverzeichnis	5
Einleitung	6
1. Das Pressewesen nach 1945	8
1.1 Der Wiederaufbau der deutschen Presse	8
1.2 Die Phase der Pressekonzentration von 1954 – 1976	10
1.3 Die Phase der Konsolidierung von 1976 – 1985	11
1.4 Die Presselandschaft in der DDR	12
2. Die Entwicklung der deutschen Tagespresse seit 1989	14
2.1 Die Tagespresse zwischen Wende und Wiedervereinigung	14
2.2 Die Entwicklung der Tagespresse zwischen 1990 und 1991	19
2.2.1 Die Zukunft der ehemaligen DDR-Blätter	19
2.2.2 Zusammenfassung der Entwicklungen in der gesamtdeutschen Tagespresse 1991	25
2.3 Die Entwicklung der Tagespresse zwischen 1992 und 1995	28

2.4 Die Konsolidierung der Tagespresse zwischen 1996 und 2000	34
2.5 Eine Krise bahnt sich an - Die Entwicklung der Tagespresse seit 2001	39
2.6 Mediennutzung im Bereich der Tagespresse seit 1989	43
2.6.1 Reichweite und Nutzungstrends der Tageszeitungen	43
2.6.2 Zeitungsnutzung in den neuen Bundesländern	45
2.7 Überblick über die wirtschaftlichen Merkmale der Tagespresse	47
3. Folgen der Entwicklung auf dem Pressemarkt	49
3.1 Die Gefahren der Konzentration	49
3.2 Kontrollmöglichkeiten	52
Fazit	55
Quellenverzeichnis	57
Internetquellen	61
Erklärung	62

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtauflage in Ostdeutschland nach Zeitungstypen 1989 - 1991 (in Prozent)	27
Abbildung 2: Entwicklung der Ein-Zeitungs-Kreise 1989 - 1999 (in Prozent)	38
Abbildung 3: Netto-Werbeumsätze bei den Tageszeitungen 1998 – 2002 (in Milliarden Euro)	40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung der Tagespresse 1954 bis 1976 im Überblick	11
Tabelle 2: Entwicklung der Tagespresse 1976 bis 1989 im Überblick	11
Tabelle 3: Die ehemaligen SED-Zeitungen und ihre neuen Besitzer	20
Tabelle 4: Die zehn auflagenstärksten Tageszeitungen in Deutschland 1991	23
Tabelle 5: Entwicklung der Tagespresse 1989 bis 1991 im Überblick	25
Tabelle 6: Entwicklung der Tageszeitungen in den neuen Ländern im Jahr 1991	26
Tabelle 7: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1989 bis 1991	28
Tabelle 8: Entwicklung der gesamtdeutschen Tagespresse 1991 bis 1995 im Überblick	29
Tabelle 9: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1991-1995	33
Tabelle 10: Entwicklung der gesamtdeutschen Tagespresse 1995 bis 2000 im Überblick	34
Tabelle 11: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1995-1999	37
Tabelle 12: Die zehn auflagenstärksten Tageszeitungen in Deutschland 1999	38
Tabelle 13: Entwicklung der Tagespresse 1999 bis 2001 im Überblick	39
Tabelle 14: Entwicklung der Reichweite in Deutschland nach Altersgruppen geteilt	44

Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angegebenen Ort
Anm.	Anmerkung
Aufl.	Auflage
Bd.	Band
Bde.	Bände
bes.	besonders
ders.	derselbe
dies.	dieselbe
ebd.	ebenda
f.	folgende Seite
ff.	fortfolgende Seiten
H.	Heftnummer
Hrsg.	Herausgeber
Kap.	Kapitel
o.V.	ohne Verfasserangabe
s.	siehe
S.	Seite
Verl.-Ges.	Verlags-Gesellschaft
Vgl. / vgl.	Vergleich / vergleiche
Zit. n.	Zitiert nach

Einleitung

Gegenstand dieser Arbeit bildet die Entwicklung der Tagespresse in Deutschland seit der Wende im Herbst 1989.

Die Tagespresse und all die damit verbundenen Themen, wie die Mediennutzung, das Presserecht, die Pressegeschichte und die Pressewirtschaft sind Bestandteile zahlreicher Fachliteratur. In den meisten Arbeiten wird jedoch nur im speziellen auf eines dieser Themen eingegangen. Ausnahme bildet zum einen der erste Band "Presse" des Buchs "Medien in Deutschland" von Heinz Pürer und Johannes Raabe. Dort wird ein umfassender und ausführlicher Einblick in alle Aspekte des Pressewesens gegeben. Zum anderen das Buch von Beate Schneider und Dieter Stürzebecher "Wenn das Blatt sich wendet"; sie beschreiben darin die Entwicklung der Tageszeitungen der ehemaligen DDR nach der politischen Wende.

Aufgrund ihrer umfassenden Behandlung der Tagespresse wurden diese beiden Bücher zu den hauptsächlichen Informationsquellen dieser Arbeit. Des Weiteren seien an dieser Stelle die Stichtagzählungen von Walter J. Schütz erwähnt, auf denen die meisten pressestatistischen Daten meiner Arbeit beruhen.

Diese Arbeit geht über den Inhalt der eben genannten Bücher hinaus. Schneider und Stürzebecher behandeln nur die Geschehnisse in den neuen Bundesländern. Pürer und Raabe stellen zwar die Ereignisse der Tagespresse in beiden Landesteilen dar, doch sie bringen diese nicht in Verbindung zueinander. Daneben enden die Berichterstattungen der beiden Bücher in den Jahren 1995 (bei Pürer und Raabe) bzw. 1996 (bei Schneider und Stürzebecher). In dieser Arbeit wird die Entwicklung der regionalen und überregionalen Tageszeitungen in Deutschland seit der Wende bis heute (Juli 2002) beschrieben. Hierbei wurden die Pressemärkte der alten und neuen Bundesländer gegenübergestellt und miteinander verglichen. Ein Hauptaugenmerk lag auf den Einflüssen, die nach dem politischen Umbruch auf das Pressewesen in Ostdeutschland einwirkten, und wie sich diese auf die weitere Entwicklung ausgewirkt haben. Darüber hinaus beschreibe ich auf Grundlage der hier gewonnen Ergebnisse die derzeitige Pressesituation. Mögliche Folgen sowie Kontrollmöglichkeiten werden dargestellt und ein Blick in die Zukunft gewagt.

Am Anfang meiner Arbeit gebe ich zunächst einen kurzen geschichtlichen Rückblick über den Verlauf der Tagespresse nach dem Zweiten Weltkrieg geben. Des Weiteren gebe ich einen Überblick über die Tageszeitungen in der DDR und einen kurzen Situationsbericht über die Tagespresse in Westdeutschland vor der Wende 1989. Im Hauptteil der Arbeit, dem zweiten Kapitel, wird die Entwicklung der Tagespresse seit 1989 beschrieben. Die Kapitel sind chronologisch geordnet.

Die Darstellung der Entwicklung wird mit der aktuellen Situation auf dem deutschen Pressemarkt abgeschlossen. Im Anschluss gehe ich auf die Nutzungstrends der deutschen Zeitungsleser ein und in einem extra Abschnitt

im besonderen auf die Zeitungsnutzung in den neuen Bundesländern. Zur Erläuterung der dargestellten Entwicklung wird ein kurzer Überblick über die pressewirtschaftlichen Merkmale gegeben. Schließlich unterziehe ich im letzten Kapitel die Gefahren und Folgen der Entwicklung des Pressemarkts sowie die Kontrollmöglichkeiten einer näheren Betrachtung.

Zum Verständnis werden im Folgenden noch einige immer wieder auftretende Begriffe erklärt:

- Regionale Tageszeitungen: Im Verlauf der Arbeit werden nur Tageszeitungen berücksichtigt, die eine mindest Auflage von 10.000 Exemplaren haben. Da unter den Begriff "regionale Tageszeitung" auch jedes kleine lokal erscheinende Blatt fällt, wird dieser Begriff auf die eben genannte Art eingegrenzt.

Die folgenden Begriffe tauchen insbesondere im Rahmen der pressestatistischen Angaben auf:

- Publizistische Einheiten: Unter diesem Begriff versteht man redaktionell selbständige Tageszeitungen mit Vollredaktion. In einer publizistischen Einheit ist sowohl der komplette redaktionelle als auch der Anzeigenteil selbständig erarbeitet.
- Ausgaben: Ausgaben sind Zeitungen, die in ihrer Berichterstattung Bezug auf ihr Verbreitungsgebiet nehmen. Dies geschieht hauptsächlich im Lokal- bzw. Regionalteil des Blattes. Ergänzt wird die Zeitung durch die Übernahme redaktioneller Beiträge, insbesondere des politischen und wirtschaftlichen Teils (dem sogenannten Zeitungsmantel), einer Vollredaktion. Die Ausgaben können unabhängig ihres Zeitungsmantels von unterschiedlichen Verlagen herausgegeben werden.
- Verlage als Herausgeber: Unter dieser Kategorie lassen sich alle Ausgaben zusammenfassen, bei denen im Impressum der gleiche Herausgeber und/oder Verlag erscheint.¹

Abschließend weise ich noch darauf hin, dass ich die Arbeit aufgrund der Aufgabenstellung literarisch erarbeitet habe. Die Ergebnisse basieren ausschließlich auf Fachliteratur, Aufsätze, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie sonstigen Veröffentlichungen zum Thema.

¹ nach der Begriffserklärung von Walter J. Schütz im Rahmen der Stichtagzählungen; vgl. auch: Wilke, Jürgen (a): Presse. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 382-417, hier S. 385f.

1. Das Pressewesen nach 1945

Nach Beendigung des Zweiten Weltkriegs war die wirtschaftliche und politische Struktur Deutschlands völlig zerstört. Davon war auch der komplette Medienbereich betroffen. Während des Kriegs als gleichgeschaltetes Propagandamittel missbraucht, musste es nach 1945 neu aufgebaut werden. Wie dieser Aufbau und die weitere Entwicklung des Pressewesens in Deutschland ablief, fassen Pürer und Raabe in drei Phasen² zusammen:

1. Der Wiederaufbau der deutschen Presse
2. Die Konzentrationsphase zwischen 1954 bis 1976
3. Die Phase der Konsolidierung, die bis Mitte der Achtziger Jahre andauerte.

Der Aufbau der folgenden Kapitel wird sich an dieser Einteilung orientieren.

1.1 Der Wiederaufbau der deutschen Presse

Nach der Kapitulation der Deutschen gegenüber den Alliierten des Zweiten Weltkriegs im Mai 1945 sollte die gesamte bestehende Medienlandschaft in Deutschland beseitigt werden. An ihrer Stelle wollten die Besatzungsmächte ein völlig neues System nach ihren Prinzipien aufbauen.³

Dies sollte in drei Phasen⁴ geschehen, wobei anzumerken ist, dass die Phasen zeitlich nicht abzugrenzen sind und in den jeweiligen Besatzungszonen auf unterschiedliche Weise durchgeführt wurden.

Zu Anfang wurde ein totales Verbot auf dem Informations- und Unterhaltungssektor ausgesprochen. Das bedeutete die Schließung aller Zeitungsbetriebe, Rundfunksender und Nachrichtenagenturen. Das komplette Mediengeschehen in Deutschland sollte lahmgelegt werden.

Während der zweiten Stufe des Wiederaufbaus wurden sogenannte Militärzeitungen von den Alliierten herausgegeben.

In der dritten Phase wurde das Veröffentlichen deutscher Zeitungen unter der Kontrolle der Besatzungsmächte erlaubt. Die Alliierten in den vier Besatzungszonen vergaben Lizenzen, die das Herausgeben von Zeitungen ermöglichten. Für die Vergabe war entscheidend, dass die Antragssteller keine nationalsozialistische Vergangenheit hatten. Sie wurden in den vier Zonen nach den Vorstellungen der jeweiligen Besatzer durchgeführt:

Die Amerikaner wollten eine überparteiliche und unabhängige Presse erreichen. So sorgten sie dafür, dass die Lizenzträger einer Zeitung unterschiedlichen politischen Parteien angehörten. Damit wollten die Amerikaner eine vollständige Abdeckung der Meinungsvielfalt der Leser ermöglichen und auf diese Weise

² Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Presse. 2. überarb. Aufl. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 1996 (Bd.1), S. 108

³ Vgl. Koszyk, Kurt: Die deutsche Presse 1945-1949. In: Wagner, Hans (Hrsg.): Idee und Wirklichkeit des Journalismus. Festschrift für Heinz Starkulla. München: Olzog 1988, S. 61-74, hier S. 61. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 91

⁴ Vgl. Meyn, Hermann: Massenmedien in Deutschland. Neuauflage. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2001, S. 77

eine demokratische Grundeinstellung bei der deutschen Bevölkerung erreichen.⁵

In der britischen Besatzungszone wurden meistens sogenannte Parteirichtungszeitungen genehmigt. Diese sollten zwar die Meinung einer Partei vertreten, jedoch nicht von ihr abhängig sein. Deshalb vergaben die Briten die Lizenzen nicht direkt an eine Partei, sondern an einzelne Personen, die mit einer Partei in Verbindung standen.⁶

Die Franzosen verfahren auf unterschiedliche Weise. Zu Beginn orientierten sie sich am amerikanischen Modell und vergaben Lizenzen für unabhängige Zeitungen. Doch ab 1947 genehmigten sie auch Blätter, die eine parteipolitische Ausrichtung hatten. Aus ihnen entwickelten sich schließlich überparteiliche Informationszeitungen.⁷

Die Sowjets vergaben von Anfang an nur Lizenzen an Parteien und Organisationen. Durch knappe Papierzuteilungen benachteiligten sie jedoch sozialdemokratisch und bürgerlich orientierte Blätter. Im Gegenzug unterstützten sie die Zeitungen der KPD bzw. der späteren SED.⁸

Ziel der Lizenzpresse war es, das deutsche Volk von den Vorstellungen des Nationalsozialismus und Militarismus zu lösen und zur Demokratie zu erziehen. Der Aufbau einer zentral gesteuerten Presse sollte verhindert werden. Stattdessen verfolgten die Besatzungsmächte das Ziel eine lokale und regionale Presse aufzubauen, unterstützten aber auf diese Weise gleichzeitig den Föderalismus.⁹ Zugleich wurde das Aufkommen von überregionalen Zeitungen durch diese "Forcierung einer dominanten Regional- bzw. Lokalpresse" erschwert.¹⁰

Bis 1949 wurden insgesamt 176 Zeitungen durch die Alliierten lizenziert. Aufgrund der knappen Kapazitäten nach dem Krieg, war jedoch der Druck und die Verbreitung der Zeitungen nicht gesichert. Deshalb nutzten die Lizenzinhaber die vorhandenen großen Druckhäuser und nahmen diese später in ihre Verlage mit auf. Diese Maßnahme trug zu einer starken Marktposition dieser Verlage bei. Aus den damaligen Lizenzträgern haben sich im Laufe der Zeit große Verlagshäuser entwickelt, wie zum Beispiel der Axel-Springer-Verlag oder das Verlagshaus Burda.¹¹

Am 21. September 1949 erteilten die Alliierten durch das Gesetz Nr. 5 eine Generallizenz, die jedem in Deutschland lebenden Deutschen erlaubte, eine Zeitung herauszugeben. Davon ausgenommen waren noch immer Personen, die beschuldigt wurden, ehemalige Anhänger der nationalsozialistischen Partei zu sein. Dieser Schritt bedeutete das Ende der Lizenzzeitungen und hatte einen sprunghaften Anstieg der Titelzahl innerhalb eines halben Jahres auf 568 zur

⁵ Vgl. Dohmen, Florian: Medien & Macht. Ökonomische, politische und kulturelle Dimensionen multimedialer Entwicklung. Hamburg: VSA-Verlag 1998, S. 21

⁶ Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O., S. 78

⁷ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes, a.a.O., S. 99; Vgl. Wilke, Jürgen (a): Presse. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 382-417, hier S. 383

⁸ Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O. S. 79

⁹ Vgl. Meyn, Hermann: ebd., S. 78

¹⁰ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 93

¹¹ Vgl. Dohmen, Florian: a.a.O., S. 22

Folge. Insbesondere die Altverleger nahmen nun die Möglichkeit eine Zeitung zu publizieren wahr. Sie hatten während der Nazi-Herrschaft Verlage betrieben und waren deshalb von der Lizenzvergabe generell ausgeschlossen gewesen. Schon bald entwickelte sich zwischen den Altverlegern und den ursprünglichen Lizenzträgern ein verbissener Konkurrenzkampf. Vor allem die Altverleger hatten es am Anfang schwer sich am Markt gegen die bereits etablierten Lizenzblätter zu behaupten. Ihr ehemaliges Verbreitungsgebiet war in der Zwischenzeit von einer Lizenzzeitung eingenommen worden. Um gegen den starken Wettbewerbsdruck bestehen zu können, schlossen sich einzelne Altverleger zusammen.¹²

Der Neuanfang des deutschen Pressewesens war getan. Die Phase des Wiederaufbaus war bis 1954 im Großen und Ganzen abgeschlossen. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich ein vielfältiges Zeitungsangebot entwickelt. Insgesamt gab es in Deutschland 225 publizistische Einheiten. Diese 225 Titel erschienen in 1500 Ausgaben. Die Zeitungen wurden von 624 Verlagen publiziert.¹³

1.2 Die Phase der Pressekonzentration von 1954 – 1976¹⁴

In den fünfziger Jahren war der Pressemarkt der Bundesrepublik durch den Wettbewerb zwischen Altverleger und den ehemaligen Lizenzträgern in ständigem Wandel. Aufgrund des hohen Konkurrenzdrucks konnten sich viele Zeitungen nicht länger am Markt behaupten. Hohe Ausgaben für neue Investitionen und ein Rückgang der Verkaufs- und Anzeigenerlöse trugen ebenfalls zu der schlechten finanziellen Lage einiger Verlage bei.¹⁵

Die Konsequenz dieser Situation war ein Rückgang der publizistischen Einheiten um fast 50 Prozent zwischen 1954 und 1976. Dennoch stieg die Gesamtauflage um sechs Millionen Exemplare an. Ausschlaggebend dafür war vor allem der wachsende Erfolg der, über den Straßenverkauf vertriebenen, Boulevardzeitungen. Deren Aufkommen führte dazu, dass viele Personen nun täglich mehr als eine Zeitung lasen.¹⁶

Mit dem Einstellen vieler Zeitungen, mussten auch zahlreiche Verlage aufgeben. Viele schafften es nicht, sich gegen die Konkurrenz größerer Verlage innerhalb eines Verbreitungsgebiets zu behaupten und mussten entweder schließen oder sich den Großverlagen anschließen. So ging auch die Anzahl der Verlage zwischen 1954 und 1976 um knapp ein Drittel zurück.

¹² Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O., S. 81f.

¹³ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes, a.a.O., S. 111f.

¹⁴ Anm.: Die pressestatistischen Daten der Kapitel 1.2 und 1.3 stammen aus der Quelle: Schütz, Walter J. (a): Deutsche Tagespresse 1991. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1992, H. 2, S.74-107

¹⁵ Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O., S. 82

¹⁶ Vgl. Noelle-Neumann, Elisabeth: Pressekonzentration und Meinungsbildung. In: Publizistik, 13. Jg. 1958, Hf. 2-4, S. 107-136, hier S. 133f. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes, a.a.O., S. 129

Diese Entwicklung wird durch Tabelle 1 verdeutlicht.

Tabelle 1: Entwicklung der Tagespresse 1954 bis 1976 im Überblick

	1954	1964	1976
Publizistische Einheiten	225	183	121
Redaktionelle Ausgaben	1.500	1.495	1.229
Verlage als Herausgeber	624	573	403
Gesamtauflage (in Mio)	13,4	17,3	19,5

Quelle: vgl. Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 82

Im Laufe dieser Verlagskonzentration kristallisierte sich eine Art "publizistische Aufgabenteilung" heraus. Die Verlagshäuser teilten sich in Pressekonzerne auf, die sich auf das Publizieren von Zeitungen spezialisierten und in Pressekonzerne, die sich auf das Herausgeben von Zeitschriften beschränkten. Ausnahme bildete der Springer-Verlag. Er bedient sowohl den Zeitungs- als auch den Zeitschriftenmarkt.¹⁷

1.3 Die Phase der Konsolidierung von 1976 – 1985

Mitte der 70er-Jahre begann sich der Pressemarkt wieder zu beruhigen. Dazu trug auch die Erlassung einer Pressefusionskontrolle bei. Sie verhinderte das Zusammenschließen von Pressekonzernen, die gemeinsam jährlich mehr als 25 Millionen Mark erwirtschafteten. Genauerer hierzu wird in Kapitel 3.2 erklärt. In den folgenden Jahren der Konsolidierung erhöhte sich das publizistische Angebot wieder leicht, wie Tabelle 2 zeigt. Nur im Verlagswesen dauerte der Konzentrationsprozess weiter an, wenn auch in abgeschwächter Form. Insgesamt gesehen konnten sich die größeren Tageszeitungen am Pressemarkt weiter behaupten.

Tabelle 2: Entwicklung der Tagespresse 1976 bis 1989 im Überblick

	1976	1985	1989
Publizistische Einheiten	121	126	119
Redaktionelle Ausgaben	1.229	1.273	1.344
Verlage als Herausgeber	403	382	385
Gesamtauflage (in Mio)	19,5	20,9	20,5

Quelle: vgl. Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 82

¹⁷ Vgl. Röper, Horst (a): Formationen deutscher Medienmultis 1991. In: Media Perspektiven, Frankfurt a.M., 1992, H. 1, S. 2-23.; Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 127

1989 war der Zeitungsmarkt in Deutschland geprägt von einer starken lokalen und regionalen Presse. Über das gesamte Bundesgebiet verteilt erschienen über 1.300 Zeitungen. Viele von ihnen bekamen ihren Zeitungsmantel, also den aktuellen politischen und wirtschaftlichen Teil, von einer anderen Zeitung geliefert.¹⁸ Daneben gab es nur relativ wenige überregional verbreitete Tageszeitungen. Mit der "Süddeutschen Zeitung", der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung", der "Frankfurter Rundschau", der "Welt" und der "Tageszeitung" waren es nur fünf.

Ein weiteres Strukturmerkmal der deutschen Tagespresse war und ist bis heute die große Verbreitung von Abonnementzeitungen. Ihnen wurde 1989 mit einer Auflage von etwa 15,2 Millionen Exemplaren ein Marktanteil von rund 75 Prozent zugesprochen. Ihnen standen insgesamt sechs Zeitungen gegenüber, die fast ausschließlich über den Straßenverkauf abgesetzt werden. Mit rund 4,4 Millionen täglich verkaufter Exemplare, war die "Bild"-Zeitung die am weitesten Verbreitete.¹⁹

1.4 Die Presselandschaft in der DDR

Die Grundlagen für die Presselandschaft in der DDR wurden, wie in Westdeutschland, von den Besatzungsmächten gelegt. Doch anders als im Westen, hielt die Lizenzpflicht zur Gründung einer Zeitung bis zur Wende 1989 an. Wie schon erwähnt, wurden in der sowjetischen Besatzungszone Lizenzen auch nach 1949 nur an Parteien oder Massenorganisationen vergeben.²⁰ 1952 wurden in der DDR die alten Ländereinteilungen abgeschafft und durch 15 Bezirke als politische Verwaltungseinheit ersetzt. In jedem Bezirk gab die SED eine große und auflagenstarke Regionalzeitung, die sogenannte Bezirkszeitung, heraus. Jede regionale Zeitung beinhaltete auf den jeweiligen Landkreis, beziehungsweise auf die jeweilige Stadt bezogene Lokalseiten. So konnte eine Lokalberichterstattung gewährleistet werden, die alle Gebiete abdeckte. Das brachte den SED-Zeitungen in diesem Bereich eine Monopolstellung ein. Bis zum Ende der DDR erschienen 17 Tageszeitungen der Partei in 215 Ausgaben, von denen täglich 6,8 Millionen Exemplare verkauft wurden. Größtes Blatt war das SED-Zentralorgan "Neues Deutschland", das auch als Referenzmedium für die anderen DDR-Zeitungen diente. Daneben gab es Tageszeitungen der Massenorganisationen, die jedoch auch dem Zentralen Komitee der SED unterstanden. Demnach waren sie ebenfalls von der Lenkung und Kontrolle der Partei abhängig. Die SED hatte also die Macht über mehr als 90 Prozent des Tagespressemarkts der DDR. Zu den Titeln der Massenorganisationen zählte beispielsweise auch die "Junge Welt", mit täglich 1,5 Millionen verkaufter Exemplare, die auflagenstärkste Tageszeitung der DDR.²¹

¹⁸ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 163f.

¹⁹ Vgl. Schütz, Walter J. (b): Die deutsche Tagespresse 1989. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1989, H. 12, S. 749-775, hier S. 775; Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 159

²⁰ Vgl. Holzweißig, Gunter: Massenmedien in der DDR. 2. Aufl. Berlin: Verlag Gebr. Holzapfel 1989, S. 17

²¹ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Ländern. 1.Aufl. Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 1998, S. 29

Neben diesen SED-kontrollierten Zeitungen existierten in der Presselandschaft der DDR noch die Tageszeitungen der vier Blockparteien, Christlich-Demokratische Union (CDU), National-Demokratische Partei Deutschlands (NDPD), Liberal-Demokratische Partei Deutschlands (LDPD) und der Demokratischen Bauernpartei Deutschlands (DBD). Sie veröffentlichten zusammen 18 Zeitungen, ihr Anteil an der Gesamtauflage der DDR-Tagespresse betrug mit 834.000 täglich verkauften Exemplaren 8,6 Prozent.²² Sie wurden jedoch gegenüber den SED-kontrollierten Zeitungen bei der Papierzuteilung und der technischen Ausrüstung stark benachteiligt und konnten sich so nur schwer neben der SED-Presse behaupten.

Eine weitere Besonderheit der in der DDR erschienenen Presse war ihr geringer Bezugspreis. Bis Ende 1989 kostete eine Tageszeitung 15 Pfennig, für ein Monatsabonnement musste nur drei Mark gezahlt werden. Vielleicht war auch das ein Grund für die ungeheuer große Leserdichte in der DDR. Bei 6,5 Millionen Haushalte wurden vor der Wende täglich 9,8 Millionen Exemplare verkauft. Das bedeutete, 1,5 Zeitungen pro Haushalt. Damit zählte die Leserdichte in der DDR zu der weltweit höchsten. Trotz dieser hohen Auflagenzahlen darf man gleichzeitig nicht auf eine ebenso hohe inhaltliche Vielfalt schließen. Durch die rechtlichen und gesetzlichen Voraussetzungen in der DDR wurde ein einheitliches Pressesystem geschaffen, in dem alle Redaktionen nur nach staatlichen Vorgaben arbeiten durften. Ihre Aufgabe war es, die ideologische Gedankenwelt zu repräsentieren und in der Bevölkerung populär zu machen.²³

Seit 1952 hat sich die Struktur des Pressewesens in der DDR nicht mehr verändert. Insgesamt erschienen 39 Tageszeitungen, die ausnahmslos von Parteien oder Massenorganisationen herausgegeben wurden. Den größten Marktanteil, mit mehr als 70 Prozent der Gesamtauflage der DDR-Tagespresse, konnte den SED-Tageszeitungen zugeschrieben werden.²⁴

²² Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 376

²³ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 26 + 30

²⁴ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: ebd., S. 29

2. Die Entwicklung der deutschen Tagespresse seit 1989

Die politische Wende zog einen kompletten Umbruch in den politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bereichen mit sich. Auch der Pressemarkt der DDR veränderte sich völlig. Nicht nur durch Mithilfe der westdeutschen Verlage, die nach Jahren der Konsolidierung ihre Chance witterten auf einem neuen Markt mitspielen zu können.

2.1 Die Tagespresse zwischen Wende und Wiedervereinigung

In der ersten Zeit nach der Wende war der Medienmarkt der DDR geprägt von starken Veränderungen. Diese standen immer unter dem Einfluss von und in Verbindung zu den medienpolitischen Ereignissen dieser Tage.²⁵ Im Herbst 1989 wurden die Rufe gegen das System und die Politik der SED immer lauter. Die Forderungen der Bürger richteten sich aber auch nach Informations- und Meinungsfreiheit sowie einer anderen Medienpolitik. Ein erster Schritt in diese Richtung konnte nach dem Rücktritt Erich Honeckers als Staatsratsvorsitzender und Parteivorsitzender der SED am 18. Oktober 1989 getan werden. Mit dem Rückzug Honeckers begannen sich die Bezirkszeitungen der SED von der Kontrolle und Abhängigkeit der Partei zu befreien. So entließen alle Zeitungen ihre Chefredakteure.²⁶ Zu DDR-Zeiten waren sie das Bindeglied zwischen Partei und Redaktion. Sie standen unter der ständigen Kontrolle und Lenkung durch die Partei und hatten dafür Sorge zu tragen, dass alle Anordnungen der Partei ausgeführt wurden. Deshalb sind vor allem sie nach der politischen Wende zu den Zielobjekten der geforderten Veränderungen geworden. Die Chefredakteure vertraten die Presseorgane der Partei und wurden so zum Sinnbild der zum Propagandamittel missbrauchten Medien. Ihre Ablösung war ein erstes Zeichen zum lang geforderten Wandel.²⁷ Die völlige Loslösung der Tageszeitungen von der SED erfolgte Mitte Januar 1990. Die Parteispitze entschloss sich, elf von ihren 17 Blättern mit den dazugehörigen Druckereien in Volkseigentum zu überführen. Daraufhin erklärten sich in den nächsten Tagen alle Redaktionen und Verlage der SED-Presse für unabhängig. Rechtlich anerkannt wurde dieser Schritt allerdings erst ungefähr einen Monat später, als am 15. Februar mit der "Verordnung über die Registrierung von Presseerzeugnissen" die Lizenzpflicht offiziell aufgehoben wurde. Denn durch die Lizenzen waren die Zeitungen dem Gesetz nach noch an die Partei gebunden gewesen.²⁸

²⁵ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Presse. 2. überarb. Aufl. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 1996 (Bd. 1), S. 407

²⁶ Vgl. Wilke, Jürgen (b): Medien DDR. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 219-244, hier S. 237

²⁷ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Ländern. 1.Aufl. Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 1998, S. 62ff.

²⁸ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: ebd., S.37f.

Eine ähnliche Entwicklung vollzog sich auch bei den Zeitungen der Blockparteien und Massenorganisationen. Auch hier wurden die Chefredakteure entlassen und durch Personen aus den eigenen Redaktionen ersetzt. Erstmals bestimmten die Belegschaften der Zeitungen selbst, durch freie Wahlen, wer die Nachfolge als Chefredakteur antreten sollte.²⁹ Die personellen Veränderungen brachten auch eine inhaltliche Neuorientierung der Blätter mit sich. Die Journalisten konnten jetzt frei über Themen schreiben, die früher verboten waren. Um sich auch äußerlich von der ehemaligen Abhängigkeit der Partei oder Massenorganisation zu befreien, änderten die Zeitungen, teilweise mehrmals, ihre Titel und Untertitel. Viele nahmen beispielsweise den Namen ihres Einzugsgebietes in den Titel auf. Die ehemaligen SED-Zeitungen "Volkswacht" aus Erfurt und "Freiheit" aus Halle, erschienen von nun an unter dem Namen "Ostthüringer Nachrichten" bzw. "Mitteldeutsche Zeitung".³⁰ In dieser Phase des Umbruchs nahmen die Bürgerbewegungen ihre Chance wahr, sich öffentlich in eigenen Blättern zu äußern. So wurde schon im November 1989 die erste unabhängige Zeitung für die Region Weimar gegründet, das "Weimarer Wochenblatt". In den nächsten Wochen kam es zu weiteren Neugründungen vor allem lokaler Zeitungen. Ihr Ziel war es, unabhängig und unzensuriert Informationen zu veröffentlichen sowie auf Missstände aufmerksam zu machen. Trotzdem war ihr Erfolg häufig nicht von langer Dauer. Die meisten Blätter wurden teilweise nach nur wenigen Wochen wieder vom Markt genommen. Finanzielle Engpässe und fehlende berufliche Erfahrung, sowohl auf der Redaktionsseite als auch beim Verlag, haben dazu beigetragen.³¹

In der Bundesrepublik war die Presselandschaft durch eine jahrelange Konsolidierung geprägt. Durch die Geschehnisse in der DDR wurde der Pressemarkt wieder aufgerüttelt. Viele Verlage sahen jetzt ihre Chance auf neue Investitionen. In Deutschland war dies auf Grund des hohen Konzentrationsgrads so gut wie nicht machbar. Es gab keine Möglichkeiten für Verlage ihr Angebot im Zeitungsbereich zu erweitern. Deshalb traten nun vor allem auch Zeitschriftenverlage hervor, die vorher keine Chancen hatten in den Zeitungsmarkt einzusteigen. Dazu zählten unter anderem der Heinrich-Bauer-Verlag, der Burda-Verlag sowie Gruner und Jahr.³² Bereits kurze Zeit nach der politischen Wende fingen deutsche Zeitungsverlage an, ihre Presseerzeugnisse in den Markt der DDR einzubringen. Viele grenznahe Verlage brachten, anfangs kostenlose Lokalausgaben ihrer Blätter für Regionen in der DDR heraus. Noch im November 1989 taten dies, unter

²⁹ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 62ff.

³⁰ Vgl. Grubitzsch, Jürgen: Presselandschaft der DDR im Umbruch. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1990, H. 3, S. 140-155, S. 154

³¹ Vgl. Schneider, Beate (a): Strukturen, Anpassungsprobleme und Entwicklungschancen der Presse auf dem Gebiet der neuen Bundesländer (einschließlich des Gebiets des früheren Berlin-Ost). Unter der Mitarbeit von Jürgen Grubitzsch, Marianne Kramp und Dieter Stürzebecher. Forschungsbericht für den Bundesminister des Inneren, (verw. Msk.), Hannover/Leipzig 1992 (Bd. 1.), S.154-166, hier S. 154. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S.424

³² Vgl. Röper, Horst (b): Die Entwicklung des Tageszeitungsmarktes in Deutschland nach der Wende in der ehemaligen DDR. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1991, H. 7, S. 421-430, hier S.427

anderem die "Braunschweiger Rundschau" für die Region Magdeburg und das "Spandauer Volksblatt" für das Havelland als einer der ersten. Ihnen folgten bald weitere westdeutsche Zeitungen.³³ Außerdem kam es zu Kooperationen zwischen Verlagen im Westen und Verlagen der DDR. Diese Kooperationen beinhalteten zunächst nur eine Zusammenarbeit in redaktioneller Hinsicht und im technischen sowie kaufmännischen Bereich.³⁴ Nachdem sich die SED-Presse von der Partei gelöst hatte, verfolgten die westdeutschen Verlage durch die Kooperationen auch noch ein weiteres Ziel. Hintergrund einer solchen Zusammenarbeit war nun häufig die geplante Übernahme oder zumindest die Beteiligung an einem Ost-Verlag.³⁵

Auch die Titel der Blockparteien waren trotz Auflageneinbrüchen zu umworbenen Verlagspartnern geworden. So kooperierte der Springer-Verlag nahezu mit allen Zeitungen der LDPD, die Verlagsgesellschaft der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" suchte die Zusammenarbeit mit den Blättern der CDU. Unter anderem engagierte sich auch der Bauer-Verlag bei einigen Zeitungen der NDPD.³⁶ Für die Verlage der Blockparteien stellten die Kooperationen mit westdeutschen Presseunternehmen eine Zukunftsperspektive dar. Aufgrund sinkender Auflage und Geldmangels war es den Verlagen nicht möglich selbständig notwendige Investitionen zu finanzieren.³⁷ Bereits Mitte des Jahres 1990 gab es zwischen Verlagen im Westen und in der DDR, laut dem Bund Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), 43 Kooperationen.³⁸ Die rechtliche Basis für diese Kooperationen war zunächst nicht gegeben. Es gab keine Verordnungen, an denen sich die Verhandlungspartner auf beiden Seiten hätten richten können. In dieser Zeit wurden auch unter westdeutscher Beteiligung Verlage neu gegründet. Meistens handelte es sich hier um westdeutsche Presseunternehmen.³⁹ Die Zahl der selbständigen Tageszeitungen stieg dadurch von 39 im November 1989 auf 48 im Mai 1990 an. Ihr Anfang war jedoch von Problemen geprägt. Zum einen mussten sie mit veralteten und nicht ausreichenden Druckmaschinen kämpfen und zum anderen war zu wenig Druckpapier vorhanden.⁴⁰

Mit dem Drängen der westdeutschen Verlage auf den Pressemarkt im Osten tat sich für sie ein großes Problem auf. Sie hatten mit der schlechten Infrastruktur und den nicht vorhandenen Vertriebswegen zu kämpfen. In Zeiten der DDR hatte die "Deutsche Post" das alleinige Recht für den gesamten Pressevertrieb inne. Außerdem war der Straßenverkauf eher unüblich. Der Großteil der Leser

³³ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 52

³⁴ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 420

³⁵ Vgl. Schneider, Beate (b): Pressemarkt Ost: Ein Refugium des "demokratischen Zentralismus". In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Medien im vereinten Deutschland. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1991, S. 71-80, hier S. 72

³⁶ Vgl. Schneider, Beate (a): a.a.O., Bd. 1, S. 113ff, bes. S. 131ff.; sowie Schütz, Walter J. (c): Zur Entwicklung des Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989-1992. In: Zeitungen '92. BDZV-Jahrbuch. Bonn: BDZV 1992, S. 270-296. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 425

³⁷ Vgl. Grubitzsch, Jürgen: a.a.O., S. 151

³⁸ Vgl. Wilke, Jürgen (b): a.a.O., S. 238

³⁹ Vgl. Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 55

⁴⁰ Vgl. Müllerleile, Christoph; Schulze, Volker: Zur Presseentwicklung in der DDR. In: Zeitungen '90. BDZV-Jahrbuch, Bonn: BDZV 1990, S. 16-26, hier. S. 20. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 420

bezog seine Zeitungen oder Zeitschriften per Abonnement.⁴¹ Um eine Lösung für dieses Problem zu finden, schlossen sich die westdeutschen Verlage Bauer, Burda, Gruner und Jahr und der Springer-Verlag zusammen. Noch bevor deutsche Presseerzeugnisse überhaupt offiziell in die DDR eingeführt werden durfte (das Verbot wurde am 26. Januar 1990 aufgehoben), wollten die vier Verlage ein eigenes Vertriebssystem für westdeutsche Presseprodukte in der DDR aufbauen. Am 23. Januar 1990 beschlossen sie mit der Post der DDR den Pressevertrieb gemeinsam in einem Joint Venture zu regeln. Zunächst sollten 80 Presseprodukte aus dem Westen in den ostdeutschen Pressemarkt eingeführt werden. Nicht beteiligte westdeutsche Verlage kritisierten diese Einigung, da sie eine Benachteiligung ihrer Produkte bei der Auswahl fürchteten. Weitere Kritikpunkte waren demzufolge, dass diese Maßnahme zum einen eine Einschränkung der Meinungsvielfalt mit sich bringen würde und zum anderen das komplette Vertriebssystem unter den beteiligten Unternehmen aufgeteilt werden würde. Um die Entwicklung zu einem verlagsabhängigen und ungerechten Pressevertrieb zu verhindern, erließ das Ministerium für Medien in der DDR im Mai 1990 die Pressevertriebsordnung. Sie sah eine Art Mischsystem vor. Neun der 19 ostdeutschen Pressegrossisten arbeiteten verlagsabhängig und sieben verlagsunabhängig. Die restlichen drei Vertriebsunternehmen wurden westdeutschen Grossisten zugeteilt.⁴²

Ein weiteres einschneidendes Ereignis für den Pressemarkt der DDR in diesem Zeitraum war die Abschaffung des Preismonopols. Um die Verkaufspreise für Presseprodukte vor der Wende niedrig zu halten, waren die Verlagsunternehmen sehr stark auf Subventionen durch die SED-Regierung angewiesen. Im Jahr 1989 kam beispielsweise eine Summe von 332 Millionen Mark zusammen, die die SED den Presseverlagen zukommen ließ.⁴³ Mit der Loslösung der Zeitungen von der Partei, fiel auch diese finanzielle Unterstützung weg. Ab dem 1. April 1990 mussten die Verlage für ihre Blätter selbständig aufkommen. Ein Schritt dies zu schaffen war die Erhöhung der Verkaufspreise. Da durch diese Maßnahme ein erheblicher Auflagenverlust zu befürchten war, hatte man die Leser schon im Vorfeld durch Bekanntmachungen in den Zeitungen darauf vorbereitet. Die Preise stiegen im April erwartungsgemäß stark an. Eine Zeitung kostete nun zwischen 35 und 55 Pfennig, dreimal soviel wie vorher. Die Abonnementpreise erhöhten sich von ehemals 3 Mark auf Preise zwischen 8,50 und 12,80 Mark. Der befürchtete Auflagenrückgang blieb allerdings zunächst aus.⁴⁴

In den elf Monaten zwischen Wende und Wiedervereinigung hat sich mit dem Pressemarkt auch die gesamte Medienpolitik geändert. Eines der wichtigsten Ereignisse in diesem Zusammenhang stellt der am 5. Februar 1990 gefasste "Beschluss über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und

⁴¹ Vgl. Wilke, Jürgen (c): Der Pressevertrieb in den neuen Bundesländern. In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1992, S. 51-59, hier S. 52

⁴² Vgl. Wilke, Jürgen (c): a.a.O., S. 53f.; vgl. Linksdörfer, Michael: Tauziehen geht weiter. In: Journalist, 1990, H. 3, S. 49f. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 432

⁴³ Vgl. Grubitzsch, Jürgen: a.a.O., S. 143

⁴⁴ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 79f.

Medienfreiheit" dar. Im Hinblick auf die rasanten Entwicklungen auf dem Pressemarkt wurde den Forderungen der vielen Demonstrationen vor der Wende erst relativ spät Rechnung getragen. Der am 13. Februar zusammengerufene Medienkontrollrat sollte die Umsetzung dieses Beschlusses gewährleisten. Er bestand aus Vertretern der Parteien, Massenorganisationen und demokratischen Gruppierungen.⁴⁵

Die ursprüngliche Planung eines Mediengesetzes für die DDR wurde auf Grund der ebenfalls rasanten Entwicklung im politischen Bereich wieder fallen gelassen. Als die Wiedervereinigung beider deutscher Staaten immer wahrscheinlicher wurde, kam es zu keinen nennenswerten Entscheidungen im Bereich der Medienpolitik mehr.⁴⁶

Zu der Medienpolitik der DDR nach der Wende lässt sich abschließend feststellen, dass alle Verordnungen und Beschlüsse die erlassen wurden, den eigentlichen Entwicklungen nur folgten. Nicht sie haben die Veränderungen ermöglicht oder gebracht, sondern die Politiker haben auf die Geschehnisse mit den Gesetzen nur reagiert.

Schon im Juli 1990 konnten auf dem Pressemarkt der DDR Konzentrationsprozesse festgestellt werden. Die Gesamtauflage der "alten" DDR-Zeitungen ging bis Juni 1990 um 2,8 Millionen auf 7,1 Millionen täglich verkaufte Exemplare zurück. Durch die Neugründungen einiger Tageszeitungen konnte der Rückgang ziemlich ausgeglichen werden. Ihnen wurde zu diesem Zeitpunkt eine Auflage von 2,4 Millionen Exemplaren zugeschrieben. Neben dem bereits erwähnten hohen Auflagenrückgang des FDJ-Blattes "Junge Welt", musste auch das einstige Zentralorgan der SED "Neues Deutschland" hohe Auflageneinbußen hinnehmen. Die Zahl der täglich verkauften Exemplare sank von 987.000 auf 345.000.⁴⁷ Aber auch die überregionalen Zeitungen der Massenorganisationen hatten mit stark sinkenden Auflagen zu kämpfen. Nach der Wende gingen beispielsweise die Verkaufszahlen des ehemaligen FDJ-Blattes "Junge Welt" von 1,5 Millionen auf 400.000 Exemplaren zurück. Das einstige Organ der "Freien Deutschen Jugend", ehemals größtes Blatt der DDR, musste Auflageneinbußen von 75% hinnehmen. Auch andere Zeitungen der Massenorganisationen verloren viele ihrer Leser. Ein Grund für diese Entwicklung ist das Abwenden vieler Bürger von den Parteien und Massenorganisationen. Sie bevorzugten von nun an die sich neugestaltende freie und unabhängige Presse.⁴⁸

⁴⁵ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 34

⁴⁶ Vgl. Wilke, Jürgen (b): a.a.O., S. 237

⁴⁷ Vgl. Wilke, Jürgen (b): ebd., S. 239

⁴⁸ Vgl. Müllerleile, Christoph; Schulze, Volker: a.a.O., hier. S. 18ff. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 426

2.2 Die Entwicklung der Tagespresse zwischen 1990 und 1991

2.2.1 Die Zukunft der ehemaligen DDR-Blätter

Nach der Wende war die Zukunft der Tageszeitungen der DDR häufig nicht gesichert. Sie gehörten Parteien und Massenorganisationen an, die es in ihrer ursprünglichen Form nun nicht mehr gab. Der Großteil der SED-Bezirkszeitungen ist, wie berichtet, Mitte Januar 1990 in Volkseigentum überführt worden. Gemäß Artikel 25 des Einigungsvertrages, lag die Verantwortung für die Privatisierung von ehemaligem DDR-Eigentum seit der Wiedervereinigung bei der Treuhandanstalt in Berlin. So war sie auch für den Verkauf der SED-Blätter zuständig. In seltenen Fällen wurde eine Zeitung bereits vor dem 3. Oktober verkauft. Schon im September 1990 erwarben Maxwell Communication und Gruner und Jahr als Joint Venture den Berliner Verlag mit den Zeitungen "Berliner Zeitung" und der "BZ am Abend". Beide Unternehmen waren mit jeweils 50 Prozent am Berliner Verlag beteiligt. Da er als einziger noch in den Händen der SED bzw. der Nachfolgepartei PDS lag, war nicht die Treuhandanstalt Verhandlungspartner, sondern die Partei selbst. Wie viel Geld die beiden Medienkonzerne Maxwell Communication und Gruner und Jahr zahlen mussten, ist nicht ganz klar. Hier schwanken die Quellen zwischen 235 Millionen Mark und 300 Millionen Mark.⁴⁹ Auch die "Freie Presse" aus Chemnitz und die "Mitteldeutsche Zeitung" in Halle wechselten schon vor der Wiedervereinigung ihren Besitzer. Für etwa 200 Millionen Mark ging die "Freie Presse" an die Medien Union/Die Rheinpfalz in Ludwigshafen. Die "Mitteldeutsche Zeitung" wurde an den Verlag DuMont Schauburg/Kölner Stadtanzeiger für 103,5 Millionen Mark verkauft.⁵⁰ Für den offiziellen Verkauf wurden von der Treuhandanstalt im Dezember 1990 zehn der restlichen zwölf Blätter angeboten. Die Resonanz auf die ehemalige SED-Presse war sowohl bei inländischen als auch bei ausländischen Verlagen hoch. So gingen bei der Treuhandanstalt insgesamt rund 80 Angebote von etwa 40 Verlagen ein. Welcher Verlag für welche Zeitung entgütlich den Zuschlag bekam, entschied die Treuhandanstalt nach bestimmten Kriterien. Neben der Höhe des angebotenen Kaufpreises waren auch geplante Investitions- und Sanierungsabsichten ausschlaggebend. Als Voraussetzung galt auch die Garantie zur Erhaltung der Arbeitsplätze.⁵¹ Außerdem wurde Wert darauf gelegt, dass jeder Bewerber nur eine Zeitung kaufen bzw. nur an einer beteiligt sein durfte. Auch sollte das Verbreitungsgebiet des sich bewerbenden Verlages nicht an das Verbreitungsgebiet des ehemaligen SED-Blattes grenzen.⁵²

⁴⁹ Vgl. Röper, Horst (c): Die Multis sind da. In: Journalist, 1990, H. 10, S. 18-22. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 421; Vgl. auch: Held, Barbara; Simeon, Thomas: Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994). Berlin: Spiess 1994, S. 54. Zit. n.: Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O. S. 39f.

⁵⁰ Vgl. Treuhandanstalt (Hrsg.): Dokumentation 1990-1994, Berlin: Treuhandanstalt 1994 (6. Bd.); Zit. n.: Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O. S. 40

⁵¹ Vgl.: Schneider, Beate (a): a.a.O., Bd. 1, S. 18 + 166f. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 447

⁵² Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S.447ff.

Im April 1991 fällt die Treuhandanstalt die Entscheidung über die Übernahmen der Zeitungen und machte den betreffenden Verlagen Kaufangebote. Wie sie sich in den einzelnen Fällen entschieden hat, ist aus untenstehende Tabelle ersichtlich.

Tabelle 3: Die ehemaligen SED-Zeitungen und ihre neuen Besitzer

Alter Titel, Verlagsort	Neuer Titel	Neuer Besitzer
Berliner Zeitung	-	Gruner und Jahr 50% / Maxwell 50%
BZ am Abend, Berlin	Berliner Kurier am Abend	Gruner und Jahr 50% / Maxwell 50%
Neues Deutschland, gesamte DDR	-	eigenständig/PDS
Bezirkszeitungen: Freie Erde, Neubrandenburg	Nordkurier	Augsburger Allgemeine/ Kieler Nachrichten/ Schwäbische Zeitung je 33,3%
Freie Presse, Chemnitz	freie presse	Die Rheinpfalz, Ludwigshafen
Freies Wort, Suhl	-	Neue Presse, Coburg
Freiheit, Halle	Mitteldeutsche Zeitung	Kölner Stadt-Anzeiger
Lausitzer Rundschau, Cottbus	-	Saarbrücker Zeitung
Leipziger Volkszeitung	-	Springer Verlag/ Hannoversche Allgemeinen, je 50%
Märkische Volksstimme, Potsdam	Märkische Allgemeine	Frankfurter Allg. Zeitung
Neuer Tag, Frankfurt/Oder	Märkische Oderzeitung	Südwest Presse Ulm
Ostsee-Zeitung, Rostock	-	Lübecker Nachrichten
Sächsische Zeitung	-	Gruner und Jahr 51% / Rheinische Post und Westdeutsche Zeitung zusammen 49%
Schweriner Volkszeitung	-	Burda-Verlag
Volksstimme, Magdeburg	-	Bauer-Verlag
Volkswacht, Gera	Ostthüringer Nachrichten	?WAZ, Essen (24,9%) *
Das Volk, Erfurt	Thüringer Allgemeine	WAZ, Essen, 50%

Quelle: Vgl. Röper, Horst (b): a.a.O, S. 422

* Anm.: Stand dieser Tabelle ist der 15. Mai 1991, wie noch berichtet wird, ändert sich der Titel des Blattes in "Ostthüringer Zeitung" (OTZ) und die Besitzer sind: zu 40% WAZ, ebenfalls 40% Mainzer Allgemeine Zeitung und zu 20% die Belegschaft der "OTZ"

Bei der Vergabe hielt sich die Treuhandanstalt nicht immer an ihre eigenen Regeln bzw. widersprachen sich in ihrer Handlungsweise. So zum Beispiel bei den Kaufabsichten des Bauer-Verlags. Diese hatten Interesse an acht Blättern

gezeigt. Aus der Zeit vor der Wiedervereinigung kooperierten sie bereits mit vier Tageszeitungen aus Ostdeutschland. Gemäß der Vergabekriterien der Treuhandanstalt, erhielt Bauer den Zuschlag für nur eine Zeitung, die "Magdeburger Volksstimme". Anders verlief es bei Gruner und Jahr. Sie waren ja bereits an den beiden ehemaligen SED-Blättern des Berliner Verlags beteiligt. Ungeachtet dessen, konnten sie auch die "Sächsische Zeitung" mehrheitlich erwerben. Auch andere Verlagsunternehmen beteiligten sich an mehr als nur einer Zeitung. So ist der Springer-Verlag Mitbesitzer der "Leipziger Volkszeitung", der "Ostseezeitung" und des "Nordkuriers". Die Stuttgarter Verlagsgruppe ist indirekt über die Südwest Presse in Ulm an der "Märkischen Oderzeitung" und über die Rheinpfalz in Ludwigshafen an der "Freien Presse" beteiligt.⁵³

Manche Verkaufsentscheidungen der Treuhandanstalt hatten auch negative Folgen. Der Springer-Verlag hatte bereits die ehemalige LDPD-Zeitung "Leipziger Tageblatt" erworben und wollte sich zusätzlich an der früheren SED-Blatt "Leipziger Volkszeitung" (LVZ) beteiligen. Um die LVZ kaufen zu können, stellte die Treuhandanstalt dem Springer-Verlag jedoch die Bedingung, sich von den restlichen Zeitungen in diesem Verbreitungsgebiet zu trennen. Da die Auflagen des "Leipziger Tageblatt" immer weiter sanken, gab es keinen Kaufinteressenten. Diese Tatsache nutzte Springer aus und nahm die Zeitung ganz vom Markt. Auch der "Norddeutschen Zeitung" erging es nicht anders. Sie musste zugunsten der "Ostsee-Zeitung" weichen. Auch hier war der Axel-Springer-Verlag beteiligt. Auf ähnliche Weise verlief es bei weiteren Zeitungen der Blockparteien.⁵⁴ Eine Einschränkung und ein Verlust an publizistischer Vielfalt war eine Folge dieser Entwicklungen. Auf diese und auf weitere Folgen wird an späterer Stelle genauer eingegangen.

Auch bei den verbliebenen beiden Zeitungen nahm die Treuhandanstalt auf die bereits bestehenden Kooperationen zwischen westdeutschen und ostdeutschen Verlagen kaum Rücksicht. Der Verkauf der beiden regionalen Tageszeitungen "Thüringer Allgemeine" und "Ostthüringer Nachrichten" wurde spektakulär. Sie waren vom eigentlichen Verkauf der SED-Presse ausgeschlossen worden, da die Verlagsgruppe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) aus Essen bereits vor der Wende mit beiden Zeitungen Beteiligungsverträge abgeschlossen hatte. Dieses Übereinkommen musste zunächst von der Treuhandanstalt überprüft werden. Die WAZ-Gruppe hatte bereits während der Regierungszeit von Hans Modrow im Frühjahr 1990 eine Beteiligung von 50 Prozent an der "Thüringer Allgemeinen" vereinbart. Dieser Beschluss war nicht mehr rückgängig zu machen. Da sowohl die Treuhandanstalt als auch das Bundeskartellamt in diesem Fall eine Mehrheitsbeteiligung des WAZ-Konzern an beiden Regionalzeitungen verhindern wollten, lehnten sie das Vorhaben der WAZ-Gruppe, auch die "Ostthüringer Nachrichten" mehrheitlich zu erwerben ab. Nach langen Verhandlungen boten sie dem Medienunternehmen schließlich einen Kompromiss an: Die WAZ-Gruppe sollte eine Beteiligung an den "Ostthüringer Nachrichten" von 24,9 Prozent erhalten. Dies lehnte der Verlag jedoch ab. Stattdessen umging er geschickt die Regelungen der Treuhandanstalt. Im Juli 1991 gründete die WAZ-Gruppe die "Ostthüringer Zeitung" (OTZ). Sie übernahm die komplette Belegschaft der alten "Ostthüringer

⁵³ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 47

⁵⁴ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: ebd., S. 47

Nachrichten" (OTN). Doch nicht nur das Personal war dasselbe, auch die Produktions- und Druckmöglichkeiten, sowie das Layout der OTN wurden übernommen. An die Abonnenten der OTN wurde jetzt die OTZ geschickt. Die neugegründete Verlagsgruppe "WAZ-Investitionsgesellschaft GmbH & Co KG" fungierte als Herausgeber. Die Treuhandanstalt musste gezwungenermaßen das Erscheinen der OTZ von heute auf morgen einstellen und versuchte sich gegen diesen Coup gerichtlich zu wehren. Der "Ostthüringer Zeitungskrieg" endete schließlich mit einem Vergleich: 40 Prozent des Blattes blieb in den Händen der WAZ-Gruppe, 40 Prozent wurden der "Mainzer Allgemeinen Zeitung" zugesprochen und die restlichen 20 Prozent bekamen die Belegschaft der "Ostthüringer Nachrichten". Als Ablösesumme musste die WAZ der Treuhandanstalt einen zweistelligen Millionenbetrag bezahlen.⁵⁵

Insgesamt brachte der Verkauf der ehemaligen SED-Blätter der Treuhandanstalt 1,5 Milliarden DM ein. Außerdem sagten die kaufenden Verlagshäuser Investitionen in Höhe von 1,3 Milliarden Mark zu.⁵⁶

Doch die Art und Weise, wie die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen von der Treuhandanstalt privatisiert wurden, ist häufig kritisiert worden. Ein Kritikpunkt war, dass bis auf eine Ausnahme nur westdeutsche Medienkonzerne als Käufer ausgewählt wurden. Da die Blätter aber auf hohe Investitionen angewiesen waren, kamen dafür auch nur diese Großverlage in Frage. Außerdem wurden die meisten Zeitungen jeweils nur an ein Verlagshaus und komplett mit allen Ausgaben und Druckereien verkauft. Mit der Folge, dass die großen Verbreitungsgebiete nicht geteilt wurden, sondern bestehen blieben. Die vorherrschenden Marktpositionen und die Monopolstellungen einiger Zeitungen blieben erhalten. Auch waren sowohl neugegründete als auch traditionelle Blätter von den ehemaligen SED-Zeitungen abhängig, da alle Druckereien in ihren Händen waren. Konsequenz war, dass sie eine weitaus frühere Abgabefrist einhalten mussten, um ihre Blätter drucken zu dürfen. Um eine Benachteiligung dieser Zeitungen zu verhindern, hatte die Treuhandanstalt eine sogenannte "good will"-Klausel in die Kaufverträge aufgenommen. Sie verpflichtete die kaufenden Verlage dazu, das Aufkommen und Bestehen von lokalen Tageszeitungen nicht zu behindern, sondern zu erleichtern. Doch die Einhaltung dieser Klausel wurde von der Treuhandanstalt nicht kontrolliert. Das bedeutete die Übermacht der SED-Blätter hielt weiter an und erschwerte so das Aufkommen und Bestehen auflagenschwächerer Zeitungen. So wurde zum einen das Entstehen publizistischer Vielfalt verhindert, zum anderen war es dadurch nicht möglich die bestehenden Strukturen auf dem ostdeutschen Pressemarkt zu zerschlagen. Die Entscheidungen der Treuhandanstalt verhinderten also eine Neugestaltung des Pressewesens im Osten

⁵⁵ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter, a.a.O., S. 42ff.; Vgl. auch dies.: Als wären es Seifenblasen. In zehn Jahren verkaufte die Treuhand einstige SED-Zeitungen an westdeutsche Verlage. In: Berliner Zeitung. Ausgabe vom 12.04.2001, S. 16

⁵⁶ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 46

Deutschlands. Die Strukturen, wie sie einst von der SED geschaffen wurden, blieben bestehen. Dadurch wurde wieder einmal die Entwicklung durch eine "staatliche Institution" bestimmt, und nicht, wie der Medienwissenschaftler Horst Röper es nennt, durch "betriebswirtschaftliche Entwicklungen" und dem "freie(n) Spiel der Kräfte".⁵⁷ Die Treuhandanstalt rechtfertigt ihre Entscheidungen damit, unter Zeitdruck gestanden zu haben. Sie waren gezwungen schnell zu handeln. Sonst hätte die Gefahr bestanden, dass schon bestehende Kooperationen zwischen West- und Ost-Verlagen sich gefestigt hätten und nicht mehr zu trennen gewesen wären. Ein weiteres Argument war, dass die Leser-Blatt-Bindung zerstört worden wäre, hätte man die Verbreitungsgebiete einer Zeitung aufgeteilt.⁵⁸

Da man dies nicht getan hatte, erreichte die ehemaligen SED-Titel Auflagenhöhen, wie sie im Westen nur noch selten zustande kamen, mit der Folge, dass sechs der zehn auflagenstärksten Zeitungen aus dem Osten der Republik kommen, wie die nachstehende Tabelle verdeutlicht.

Tabelle 4: Die zehn auflagenstärksten Tageszeitungen in Deutschland 1991

Titel	Auflage in Tausend
Bild	4.745
Westdeutsche Allgemeine	653
fp. freie presse (Chemnitz)	602
Mitteldeutsche Zeitung (Halle)	510
Sächsische Zeitung (Dresden)	500
Frankfurter Allgemeine Zeitung	391
Süddeutsche Zeitung	389
Super! Zeitung	370
Volksstimme (Magdeburg)	363
LVZ. Leipziger Volkszeitung	360

Quelle: Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S.101

Die Tageszeitungen aus Chemnitz, Halle und Dresden können sogar noch vor den westdeutschen Traditionsblättern "Frankfurter Allgemeine Zeitung" und der "Süddeutschen Zeitung" Positionen auf dem Markt einnehmen. Und auch das im Mai 1991 neugegründete Boulevardblatt "Super! Zeitung" konnte als direkter Konkurrent zur "Bild"-Zeitung in ihrer Anfangsphase hohe Verkaufszahlen erreichen. Doch bereits 15 Monate später wurde ihr Erscheinen wieder eingestellt. Angemerkt werden muss jedoch, dass diese sechs Tageszeitungen in den Händen der größten westdeutschen Pressekonzerne lagen.

Auch die Tageszeitungen der Blockparteien und Massenorganisationen wurden, meistens von westdeutschen Verlagshäusern, aufgekauft. Am Verkauf war nun nicht mehr die Treuhandanstalt beteiligt, sondern die alten Herausgeber oder die Verlage selbst. Auf diese Weise konnten westliche

⁵⁷ Vgl. Röper, Horst (b): a.a.O., S. 427

⁵⁸ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 45

Medienunternehmen, die bereits ehemalige SED-Bezirkszeitungen gekauft hatten, ihre Marktpräsenz auf dem ostdeutschen Pressemarkt weiter ausbauen. So beispielsweise der Springer-Verlag, der fast die gesamte LDPD-Presse kaufte, nachdem er bereits vor der Wiedervereinigung mit diesen Zeitungen zusammenarbeitete. Außerdem erwarb er noch die "Sächsische Neueste Nachrichten" und das "Deutsche Sportecho". Jedoch wurden von den insgesamt sechs erworbenen Titeln vier aufgrund zu niedriger Auflage wieder eingestellt. Geblieben sind ihm die "Sächsischen Neueste Nachrichten", die ihren Titel später in "Dresdner Neueste Nachrichten" umbenannte. Sie wurde allerdings Anfang 1993 von der "Leipziger Volkszeitung" übernommen, die ebenfalls im Besitz des Springer-Verlags ist. Auch andere Verlage beteiligten sich am Pressemarkt der Blockparteien, doch ihre Bemühungen waren ebenfalls weitestgehend erfolglos. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung kaufte fast die gesamte ehemalige CDU-Presse auf. Bis auf die "Neue Zeit", wurden bis Mitte 1992 allerdings alle Blätter wieder eingestellt. Der Süddeutsche Verlag gab ihre erworbene Zeitung "Die Union" (Dresden) bereits Ende 1991 an die "Dresdner Neuesten Nachrichten" ab. Er ist weiterhin, neben dem Springer-Verlag und der Verlagsgesellschaft Madsack, an der Leipziger Volkszeitung beteiligt.

Der Bauer-Verlag wollte sich an den beiden Zeitungen der ehemaligen NDPD "Norddeutsche Neuesten Nachrichten" und "Brandenburgische Neuesten Nachrichten" beteiligen. Nachdem er aber bei der Privatisierungsaktion der ehemaligen SED-Blätter nur den Zuschlag für die "Magdeburger Volksstimme" bekam, zog er sich aus dem Zeitungsmarkt im Osten zurück. Seine bis dato erworbenen Tageszeitungen wurden vom Burda-Verlag bzw. vom Berliner Tagesspiegel übernommen.

Die Verkaufsentscheidungen der Treuhandanstalt hatten die ehemaligen SED-Titel in ihrer Marktposition weiter gefestigt. Sie ließen den Tageszeitungen der Blockparteien und Massenorganisationen keinen Platz mehr auf dem ostdeutschen Pressemarkt.⁵⁹

⁵⁹ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 49ff.

2.2.2 Zusammenfassung der Entwicklungen in der gesamtdeutschen Tagespresse 1991⁶⁰

Auch nach der Wiedervereinigung entstand kein einheitlicher deutscher Pressemarkt. Im Gegensatz zur stabilen und unveränderten Situation im alten Bundesgebiet, war die Presselandschaft in den neuen Bundesländern noch immer heftigen Veränderungen unterworfen. Jede Woche wurden neue Zeitungen ins Leben gerufen, und andere mussten ihr Erscheinen wieder einstellen oder wurden mit anderen Blättern zusammengelegt. Da es in dieser Phase des ständigen Wandels nicht möglich war, genaue pressestatistische Daten zu erheben, kann nachstehende Tabelle nur als eine Momentaufnahme betrachtet werden. Die Daten stammen vom September 1991.

Tabelle 5: Entwicklung der Tagespresse 1989 bis 1991 im Überblick

	Publizistische Einheiten		Ausgaben		Verlage als Herausgeber		Auflage (in Mio.)	
	1989	1991	1989	1991	1989	1991	1989	1991
Westdeutschland	119	118	1344	1354	358		20,3	20,45
Ostdeutschland	37	40	291	319	38		9,6	6,9
Deutschland, gesamt	156	158	1635	1673	396	410	29,9	27,3

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 82 + 106f.

Die Tabelle zeigt diese unterschiedliche Situation der Tagespresse in den alten und neuen Bundesländern an. Ein Jahr nach der Wiedervereinigung hatte sich das publizistische Angebot im gesamten Bundesgebiet vergrößert. Dennoch sank die Gesamtauflage um über zwei Millionen Exemplare. Auffallend ist, dass nur im Ostteil des Landes weniger Zeitungen verkauft wurden. Im Westen ist die Gesamtauflage sogar leicht angestiegen. Insbesondere die beiden größten Blätter der DDR, das Zentralorgan der Massenorganisation FDJ "Junge Welt", sowie die ehemalige SED-Zeitung "Neues Deutschland" hatten weiterhin mit hohen Auflagenverlusten zu kämpfen. Insgesamt gingen die Verkaufszahlen der "Jungen Welt" seit der Wende um über 90 Prozent zurück. Nach der Wiedervereinigung sanken sie auf etwa 100.000 Stück. Von den ehemals 1,1 Millionen täglich verkaufter Exemplare des "Neuen Deutschland" blieben 1991 nur noch 118.600 übrig.⁶¹ Für die starken Auflagenrückgänge in den neuen Bundesländern, sind mehrere Gründe verantwortlich. Zum einen war ein Rückgang der Reichweite zu verzeichnen. Ursache dafür sind zum Teil die nach dem Wegfall des Preismonopols höheren Bezugspreise und die Nutzung

⁶⁰ Anm.: Die pressestatistischen Daten dieses Kapitels stammen aus der Quelle: Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 74-107

⁶¹ Vgl.: Schütz, Walter J. (d): Der Zeitungsmarkt in den neuen Ländern. In: Zeitungen '91. Bonn: BDZV 1991, S. 106-118., hier S. 113-118. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., Tab. 29 auf S. 452

des neu zugänglichen großen Fernsehangebots.⁶² Zum anderen hatten es die auflagenschwächeren Zeitungen schwer, sich gegen die Übermacht der SED-Presse durchzusetzen. Auf die genaueren Ursachen und Folgen, wird im späteren Verlauf näher Bezug genommen.

Da die Veränderungen dieser Zeit insbesondere das neue Bundesgebiet prägten, wird nun vor allem dieser Landesteil näher betrachtet. Um einen genaueren Überblick über die Aktivitäten im Jahre 1991 zu bekommen, wird im Folgenden der Verlauf des gesamten Jahres betrachtet.

Tabelle 6: Entwicklung der Tageszeitungen in den neuen Ländern im Jahr 1991

	Veränderungen im 2.Hj. 1990		1.1.1991	Veränderungen im 1. Hj. 1991		1.7.1991	Veränderungen im 2. Hj. 1991		1.1.1992
	+	-		+	-		+	-	
Verlage	+6	-4	56	+7	-4	59	-	-8	51
Publ. Einheiten	+4	-3	42	+5	-5	42	-	-8	34
Ausgaben	+53	-27	358	+16	-24	350	+12	-50	312

Quelle: Vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '92. In: BDVZ-Jahrbuch. Bonn: 1992, S. 296. Erstellt nach Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., Tab. 30 auf S. 456

In obenstehender Tabelle wird der unruhige Zustand verdeutlicht, in der sich der Pressemarkt befand. Die publizistische Vielfältigkeit im Ostteil des Landes erreichte Anfang Januar 1991 bzw. in der ersten Jahreshälfte ihren Höhepunkt. Diese Auswahl an Presseprodukten hielt jedoch nicht lange an. Der in der zweiten Jahreshälfte einsetzende Konzentrationsprozess ließ die Anzahl der publizistischen Einheiten auf ein Niveau absinken, das niedriger war als zu Zeiten der DDR – vor der Wende existierten auf dem Gebiet der neuen Bundesländer 37 selbständig arbeitende Tageszeitungen. Ursache für den Konzentrationsprozess war der verbitterte Kampf zwischen den übermächtigen ehemaligen SED-Titeln und den kleineren auflagenschwächeren Zeitungen. Zu ihnen zählten die einstigen Blätter der Blockparteien und Massenorganisationen und die vielen neugegründeten Zeitungen. Sie konnten meist nur durch Fusionen untereinander gegen die SED-Presse ankommen. Andere schlossen sich ihr an oder verloren den Kampf und stellten ihr Erscheinen ein. Die Konsequenz war ein Verlust an der gerade erst gewonnenen publizistischen Vielfalt. An ihrer Stelle rückte eine, wie es der Pressestatistiker Schütz nannte, "monopolisierte Einfalt".⁶³ Monopolisiert deshalb, weil durch den Rückgang der Zeitungen die ehemaligen Bezirkszeitungen oftmals Alleinanbieter waren und somit eine Monopolstellung in diesen Gebieten innehatten. Mit den Zeitungseinstellungen konnten sich auch viele Verlage nicht länger auf dem Markt halten. Ihr Enthusiasmus und Engagement hatte gegen die westdeutschen Großkonzerne keine Chance. Diese beherrschten mittlerweile den Pressemarkt der ehemaligen DDR.

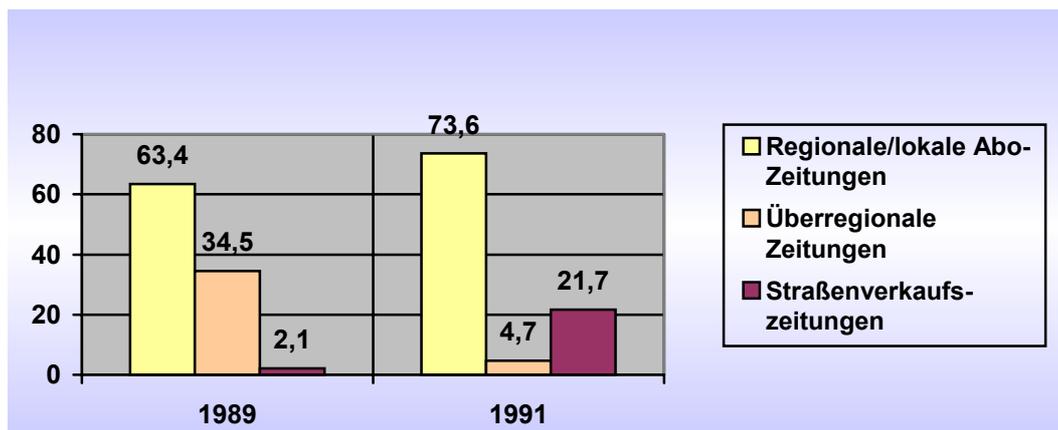
⁶² Vgl.: Müllerleile, Christoph; Schulze, Volker: a.a.O., S. 18ff. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 426; Wilke, Jürgen (c): a.a.O., S. 57

⁶³ Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 80

Vorwegnehmend kann man sagen, dass dies erst der Anfang einer Entwicklung war, die noch bis in die Mitte der Neunziger Jahre anhielt.

Diese Veränderungen in der Presselandschaft im Ostteil der Bundesrepublik bedeuteten auch eine veränderte Nachfrage nach bestimmten Zeitungstypen, wie das untenstehende Schaubild zeigt.

Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtauflage in Ostdeutschland nach Zeitungstypen 1989 - 1991 (in Prozent)



Quelle: nach Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 90

So stieg 1991 der Anteil der Straßenverkaufszeitungen in der Gesamtauflage aller verkauften Tageszeitungen in Ostdeutschland um 19,6 Prozent gegenüber 1989. In der DDR war der Typ der Straßenverkaufszeitung eher unüblich gewesen. Die Mehrzahl der Presseprodukte wurde über Abonnement verkauft. Erst seit der Wende etablierten sich Straßenverkaufszeitungen auf den Markt. Da diese Marktlücke vor allem durch Presseunternehmen aus dem Westen geschlossen wurde. Allen voran der Axel-Springer-Verlag mit der "Bild"-Zeitung, der schon bald nach der Wende Regionalausgaben seines Blattes im Osten des Landes herausbrachte. Im Gegensatz zu den Straßenzeitungen brach der Marktanteil der überregionalen Zeitungen, die von den Massenorganisationen herausgegeben wurden, zusammen. Leicht dazu gewinnen konnten die regionalen und lokalen Ausgaben.⁶⁴

In den alten Bundesländern blieb, wie vorhin beschrieben, der Pressemarkt durch die anhaltende Konsolidierung weitestgehend ruhig. Insgesamt wurden zwei Zeitungstitel eingestellt. Es handelte sich hier um Presseorgane von kommunistischen Parteien, die sich aufgrund der politischen Veränderungen nicht länger am Markt halten konnten. Neun Zeitungsverlage mussten schließen, betroffen waren jedoch fast ausschließlich kleine Zeitungsverlage mit einer Auflage von weniger als 2000 Exemplaren. Es gab einige Versuche von Zeitungsneugründungen, die aber in den meisten Fällen erfolglos blieben. Ausnahme ist das "Emsdettener Tagesblatt", das am 23. August 1989 das erste Mal erschien und sich am Markt behaupten konnte. Dieses Ereignis war in der

⁶⁴ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 90

Presselandschaft der Bundesrepublik eher unüblich, da es für Zeitungsnuegründungen auf diesem hochkonzentrierten Tagespressemarkt schwer war, sich gegen die Traditionsblätter zu etablieren.

Die Gesamtauflage ist im Westen der Bundesrepublik entgegen dem Trend erstmals seit 1985 wieder leicht angestiegen. Die überregionalen Tageszeitungen konnten, auch bedingt durch ihre Ausweitung, auf dem ostdeutschen Markt ihre Verkaufszahlen auf 705.000 steigern. Ebenso konnte die regionale und lokale Presse den Trend der Auflagensteigerung auch nach der Wende weiter fortsetzen. Einzig die Straßenverkaufszeitungen, die sich in den neuen Bundesländern überaus erfolgreich behaupteten, hatten im alten Bundesgebiet mit Verlusten zu kämpfen, wie in Tabelle 5 dargestellt wird.

Tabelle 7: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1989 bis 1991

	Alte Bundesländer		Neue Bundesländer (bzw. DDR)		Deutschland, gesamt	
	1989	1991	1989	1991	1989	1991
Abonnementzeitung	113	112	38	35	-	147
Auflage Abonnement (in Mio)	14,54	14,92	9,4	6,1	-	21,02
Straßen- verkaufszeitung	7	6	1	5	-	11
Auflage Straßenverkauf (in Mio)	6,18	5,54	0,20	0,78	-	6,32

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 107; Daten von 1989 DDR aus: Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 25-30

In Ostdeutschland sank die Auflage der Abonnementzeitungen erheblich. Ausschlaggebend dafür waren die großen Auflagenverluste der überregionalen Zeitungen. Im Jahr 1989 erreichten die überregionalen Blätter der DDR eine Auflage von rund 3,5 Millionen Exemplaren. Zwei Jahre später waren die Verkaufszahlen auf 383.000 Stück gesunken.⁶⁵ Auch bei den regional und lokal verbreiteten Blätter verringerte sich die Auflage von 6,1 auf 5,2 Millionen täglich verkauften Exemplare.⁶⁶

2.3 Die Entwicklung der Tagespresse zwischen 1992 und 1995⁶⁷

Im Laufe der darauffolgenden vier Jahre konnte man noch immer nicht von einer Normalisierung der Zustände im Bereich der Tagespresse sprechen. In den Jahren bis 1995 vollzogen sich in der gesamtdeutschen Presselandschaft große und auch folgenreiche Veränderungen. Der sich schon im Jahr 1991

⁶⁵ Daten errechnet aus der Quelle: Schütz, Walter J. (d): a.a.O., S. 106-118. Zit. n.: Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 235ff.

⁶⁶ Vgl. Schütz, Walter J. (a): a.a.O., S. 74-107, hier S. 80

⁶⁷ Anm.: Die pressestatistischen Daten in diesem Kapitel stammen aus den Quellen:
Schütz, Walter J. (e): Deutsche Tagespresse 1993. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1994, H. 4, S. 168-198;
Schütz, Walter J. (f): Deutsche Tagespresse 1995. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1996, H. 6, S. 324-336

abzeichnende Konzentrationsprozess setzte sich weiter fort. Nur selten konnte sich in den neuen Bundesländern eine der vielen neugegründeten Tageszeitungen auf Dauer gegen die Übermacht der ehemaligen SED-Blätter behaupten. Auch kleine Zeitungen mit geringer Auflage hatten kaum eine Chance ihr Überleben auf dem Markt zu sichern. Als Konsequenz wurden Zeitungen entweder zusammengelegt oder komplett eingestellt. Diese Entwicklung spiegelte sich auch in den pressestatistischen Daten wieder. Die Anzahl der publizistischen Einheiten sank bis 1993 um über 13 Prozent und dieser Trend hielt, zwar in abgeschwächter Form, auch bis 1995 an. Ebenso verringerte sich die Zahl der Ausgaben zwischen 1991 und 1993 erheblich. Viele, vor allem grenznahe, westdeutsche Presseunternehmen, die direkt nach der Wende begannen Ost-Ausgaben ihrer Zeitungen herzustellen, zogen sich vom Markt in den neuen Ländern zurück. Die Lokalausgaben hatten es schwer gegen die etablierten Zeitungen zu bestehen und wurden deshalb wieder vom Markt genommen. Auch die seit 1989 anhaltende Tendenz des Auflagenrückgangs hielt weiter an, schien sich aber bis 1995 zu verlangsamen.

Tabelle 8: Entwicklung der gesamtdeutschen Tagespresse 1991 bis 1995 im Überblick

	1991	1993	1995
Publizistische Einheiten	158	137	135
Ausgaben	1673	1601	1614
Verlage als Herausgeber	410	384	381
Gesamtauflage (in Mio)	27,3	25,4	25,0

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 325

Der Konzentrationsprozess beschränkte sich auch in diesem zeitlichen Abschnitt auf die neuen Bundesländer. Die Tagespresse in den alten Ländern war bereits auf so hohem Niveau konzentriert, dass eine weitere Steigerung zu diesem Zeitpunkt undenkbar war.

Nach einer kurzen Phase im Jahr 1991, in der das publizistische Angebot eine Vielfalt erreichte, die in der DDR und auch in der alten Bundesrepublik lange nicht mehr erreicht wurde, hatte sich das Blatt wieder gewendet. Der Ostteil des Landes war insbesondere in den Jahren 1991 bis 1993 durch die heftigen Veränderungen, die sich auf dem Markt der Tagespresse abspielten, sehr getroffen worden. Diese Zeit war geprägt von Zeitungseinstellungen und – zusammenlegungen, Verlagsaufkäufen sowie vereinzelt Neugründungen, die noch immer versuchten und glaubten, am Markt bestehen zu können. Mit Ausnahme der ehemaligen SED-Organen hatten jedoch alle Tageszeitungen Mühe ihr Überleben sicher zu stellen. Nur die Wenigsten schafften es. Eingestellt wurde unter anderem das nach der Wende von den Verlagen Burda und Murdoch neugegründete Straßenverkaufsblatt "Super! Zeitung". Im Weiteren wurden bis 1993 vier der ehemals sieben überregionalen DDR-

Zeitungen vom Markt genommen. Nur die Titel "Neues Deutschland", "Neue Zeit" und "Junge Welt" konnten sich trotz dramatischer Auflagenverluste

behaupten und erschienen weiterhin. Im Juli 1994 musste allerdings auch die "Neue Zeit", die vom Verlag der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" übernommen wurde, ihr Erscheinen auf Grund ihrer schlechten wirtschaftlichen Situation einstellen.⁶⁸

Auch die Situation der Regionalzeitungen der Blockparteien hatte sich sehr geändert. Bis Herbst 1993 erschien nur noch eine von ehemals 14 Zeitungen mit Vollredaktion. Die "Thüringische Landeszeitung" konnte als einzige ihr Überleben sichern. Ausschlaggebend dafür war die Kooperation mit der Zeitungsgruppe Thüringen, die unter der Leitung der WAZ-Gruppe aus Essen agierte (s. 2.2.1, S. 16f.). Alle übrigen Blätter stellten ihr Erscheinen ein oder schlossen sich anderen Zeitungen, meist ehemaligen SED-Blättern, an. Davon waren unter anderem auch das "Chemnitzer Tagblatt" und "Die Union" Ende November 1991 betroffen. Letztere schloss sich den "Dresdner Neuesten Nachrichten" an. Diese wiederum ging zum 1. Januar 1993 in das ehemalige SED-Blatt "Leipziger Volkszeitung" über. Das "Hallesche Tagblatt" hatte sich bereits Ende 1991 der "Leipziger Volkszeitung" angeschlossen.

Bis 1995 veränderte sich dieser Zustand kaum. Weiterhin konnte sich die "Thüringische Landeszeitung" am Markt behaupten. Vereinzelt erschienen zu diesem Zeitpunkt auch noch lokale Ausgaben früherer Blockparteizeitungen, aber fast ausnahmslos unter der Leitung ehemaliger SED-Presse. Alle anderen Titel der Blockparteien sind aus der Presselandschaft Ostdeutschlands verschwunden.⁶⁹

Schlechte Überlebenschancen hatten, wie bereits gesagt, auch die zahlreichen Neugründungen von Tageszeitungen. Zwischen 1991 und 1993 wurden fünf weitere neu entstandene Vollredaktionen geschlossen. Darunter waren auch Zeitungen, die unter Beteiligung westdeutscher Verlage gegründet worden sind. Zum Beispiel war dies das Blatt "Wir in Leipzig", das sich nicht mehr gegen die starke Konkurrenz des ehemaligen SED-Organs "Leipziger Volkszeitung" durchsetzen konnte. Auch betroffen war die vom Bielefelder "Westfalen-Blatt" mitgegründete "Thüringer Tagespost". Sie ging in der "Thüringischen Landeszeitung" auf, dem früheren Zentralorgan der Blockpartei LDPD. Neben all diesen Einstellungen konnte sich jedoch eine neugegründete Tageszeitung auf dem Markt etablieren, die "stz.Südthüringer Zeitung". Doch auch sie schaffte das nur mit Hilfe und in Zusammenarbeit mit einer einstigen SED-Bezirkszeitung. Seit Herbst 1993 ist die "stz" im Besitz des "Freien Wortes". Auch wurde ein neuer Verlag gegründet. Das "Hoyerswerdaer Wochenblatt" wandelte sich zum "Hoyerswerdaer Tageblatt" um und trat so mit der Kreisausgabe der "Lausitzer Rundschau" und der Ausgabe der "Sächsischen Zeitung" in direkte Konkurrenz. Um dem Wettbewerbsdruck standhalten zu können, wurden die Ausgabe der "Sächsischen Zeitung" und das "Hoyerswerdaer Tageblatt zur "Sächsischen Zeitung" zusammengefasst und erschienen unter einem neuen Verlag.⁷⁰

⁶⁸ Vgl. Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 325

⁶⁹ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 50 + 100; vgl. auch Schütz, Walter J. (e): a.a.O., S. 170f.; sowie Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 325ff.

⁷⁰ Vgl. Schütz, Walter J. (e): a.a.O., S.170f.

Bilanzierend kann festgehalten werden, dass von den 37 publizistischen Einheiten, die zu Zeiten der DDR existierten, nach der Wiedervereinigung nur etwas mehr als die Hälfte übrig geblieben war. 1995 wurden noch 21 selbständige Tageszeitungen im Osten Deutschlands herausgegeben. Diese verbliebenen Blätter setzten sich aus folgenden Gruppen von Tageszeitungen zusammen:

- den beiden Zeitungen des Berliner Verlags ("Berliner Zeitung", "Berliner Kurier"),
- einer überregionalen Tageszeitung (dem PDS-Organ "Neues Deutschland")
- 14 ehemaligen SED-Bezirkszeitungen,
- einem redaktionell selbständigen Blatt der ehemaligen Blockparteien, der "Thüringischen Landeszeitung" (früher LDPD), und dem ehemaligen FDJ-Organ "Junge Welt",
- dem Organ der sorbischen Minderheit "Serbske Nowiny",
- sowie einer Neugründung "stz.Südthüringer Zeitung".⁷¹

Diese Aufzählung verdeutlicht noch einmal, wie die Chance auf eine Neustrukturierung des ostdeutschen Pressemarkts nach der Wiedervereinigung verpasst wurde. Der Zustand, wie er in der DDR war, bestand immer noch und sogar in verschärfter Form. Fast alle Tageszeitungen gehen auf Titel der ehemaligen DDR zurück, mit Ausnahme des einen neugegründeten Blattes, das jedoch ebenfalls einer alten SED-Zeitung gehört. Die Zeitungen der Blockparteien, zu Zeiten der DDR publizistische Sprachrohre der Opposition und nach der Wende diejenigen, die eventuell den Neuanfang in der Presse hätten einleiten können, bekamen aufgrund ihrer wirtschaftlichen Stellung keine Chance dazu. Von den Zeitungen der SED-Presse vom Markt gedrängt, existierte 1995 nur noch eine einzige.

So kommt es, dass die ehemaligen SED-Blätter mit einer Gesamtauflage von rund vier Millionen täglich verkaufter Exemplare die Spitzenposition auf dem Tagespressemarkt der neuen Länder einnahm. 1995 beherrschten sie 91,6 Prozent der ostdeutschen Abonnementpresse. Die Zeitungen der Blockparteien nahmen zu diesem Zeitpunkt nur 2,9 Prozent des Marktes ein. Die verbleibenden 5,5 Prozent werden den Neugründungen zugerechnet. Zu ihnen zählen nicht nur die letzte selbständige Tageszeitung, die nach der Wende entstanden ist, sondern auch die Titel, die ihren Mantel inzwischen von einer anderen, meist ehemaligen SED-Zeitung, beziehen.

Die gewaltige Überlegenheit der alten SED-Zeitungen machte sie in manchen Gebieten zu Alleinanbietern. Viele kleinere Zeitungen oder Ausgaben wurden von ihnen vom Markt gedrängt. So geschehen beispielsweise in den Regionen Grimma und Wurzen. Sie wurden seit 1995 von der "Leipziger Volkszeitung" beherrscht. Alle anderen Zeitungen dieser Region hatten sich ihr entweder angeschlossen oder kooperierten mit ihr. Die Folge dessen war, dass die "Leipziger Volkszeitung" in diesen Regionen praktisch keine Konkurrenz hatte.⁷² Auch in anderen Gebieten Ostdeutschlands mussten Angebotsrückgänge

⁷¹ Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 457

⁷² Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 100, bes. Fußnote 47

hingenommen werden. Mit der Konsequenz, dass in vier von fünf der neuen Bundesländern die SED-Blätter die Alleinanbieter in der lokalen und regionalen Tagespresse waren. Aus der Reihe fällt Thüringen. Hier erschienen die "Thüringer Allgemeine", die "Ostthüringer Zeitung" und die "Thüringische Landeszeitung", die zusammen in der Zeitungsgruppe Thüringen kooperieren. Daneben bereicherten noch die "Thüringer Presse", das "Freie Wort", die "Neue Presse" und die "stz.Südthüringer Zeitung" den thüringischen Zeitungsmarkt. Diese Wettbewerbssituation führte immer wieder zu Neugründungen von Ausgaben dieser Titel, die dadurch in das Verbreitungsgebiet der jeweils anderen Zeitung eindringen wollten. Ein ebenfalls erweitertes Angebot fand man 1995 auch in Berlin. Im Jahre 1995 erschienen hier insgesamt sechs Tageszeitungen nebeneinander.⁷³

Im Westen des Landes blieb der Markt der Tagespresse weitgehend konstant. Die Zahl der publizistischen Einheiten sank gegenüber 1991 um vier auf 114. Allen voran war das "Spandauer Volksblatt" davon betroffen, die letzte Stadtteilzeitung Berlins. Mit einer Auflage von 24.900 Exemplaren erschien es ab Februar 1992 nur noch einmal wöchentlich. Eingestellt bzw. in anderen Zeitungen aufgegangen sind zwischen 1991 und 1993 eine weitere Stadtteilzeitung, die "Harburger Anzeigen und Nachrichten" in Hamburg, daneben die "Lüdenscheider Nachrichten" und der "Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung". Ebenfalls zurückgegangen sind die Verlage als Herausgeber. Betroffen waren unter anderem das bereits erwähnte "Spandauer Volksblatt" und daneben noch weitere fünf Verlage mit Auflagen unter 10.000 Stück. Zwischen 1993 und 1995 ist aber im Bereich der Tagespresse auch ein neuer Verlag als Herausgeber entstanden. Das Wochenblatt "Generalanzeiger für den Landkreis Schaumburg und Umgebung" erschien ab 1993 täglich. Einige Ausgaben von westdeutschen Verlagen wurden eingestellt. Diese Ausgaben erschienen jedoch ausschließlich in den neuen Bundesländern.

Die Ereignisse im Herbst 1989 hatten bis 1995 auch Auswirkungen auf die gesamtdeutsche Presselandschaft. Das Angebot der überregional verbreiteten Abonnement-Zeitungen hatte sich durch das Hinzukommen einer ostdeutschen Zeitung vergrößert. Die fünf etablierten überregional verbreiteten Tageszeitungen wurden durch das aus dem Osten der Republik stammende Blatt "Neues Deutschland" ergänzt. Nichtsdestotrotz verringerte sich ihr Marktanteil weiter. Nachdem im Jahr 1991 die Gesamtauflage der überregionalen Zeitungen nach der Wiedervereinigung einen Höhepunkt von nahezu 1,1 Millionen täglich verkaufter Exemplaren erreicht hatte, verringerte sie sich bis 1995 weiter auf 764.000. Bezogen auf den gesamtdeutschen Pressemarkt erzielten die überregionalen Abonnementzeitungen 1995 einen Marktanteil von 4 Prozent. Weit größere Verbreitung erlangten die lokal und regional ausgerichteten Abonnementzeitungen. Zwar war ihre Auflage seit 1991 auch rückläufig, doch konnten sie ihre Position auf dem Markt mit einem Anteil von 96 Prozent im Jahre '95 weiter ausbauen. Zusammengenommen sinken die

⁷³ Vgl. Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 330f.; Vgl. auch Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 94f.

Verkaufszahlen der Abonnementzeitungen auch bis 1995 weiter. Doch muss

zwischen den Zuständen in den alten und den neuen Bundesländer unterschieden werden. Die Verluste gehen ausschließlich auf die Entwicklung im Osten zurück. Dort sank die Auflage der Abonnementzeitungen zwischen 1991 und 1995 um über 28 Prozent. Aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Bedingungen im Osten Deutschlands und der dort stark verbreiteten Arbeitslosigkeit, verzichteten viele Bürger auf ein Zeitungsabonnement.⁷⁴ Im Westen dagegen konnte die Auflage seit 1993 leicht hinzugewinnen.⁷⁵ Ähnlich entwickelten sich die Straßenverkaufszeitungen. Im westdeutschen Bundesgebiet konnte ihre Auflage 1993 um knapp 200.000 ausgebaut werden, zwei Jahre später sank sie jedoch wieder leicht. In den neuen Ländern brachen die Verkaufszahlen dagegen völlig ein. Die Auflage sank bis in das Jahr '95 um fast 60 Prozent. Daneben stellten vier der ehemals fünf Kaufzeitungen ihr Erscheinen ein. 1995 existierte nur noch die "Bild"-Zeitung auf dem Gebiet der ehemaligen DDR. So hält auch hier bei der Gesamtauflage, wie bei den Abonnementzeitungen, der rückläufige Trend an. Einen genauen Überblick verschafft untenstehende Tabelle.

Tabelle 9: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1991-1995

	Alte Bundesländer			Neue Bundesländer			Deutschland, gesamt		
	1991	1993	1995	1991	1993	1995	1991	1993	1995
Abonnementzeitung	112	129	128	35	21	20	147	129	128
Auflage Abonnement (in Mio)	14,92	14,66	14,73	6,1	4,54	4,34	21,02	19,2	19,07
Straßenverkaufszeitung	6	6	6	5	2	1	11	8	7
Auflage Straßenverkauf (in Mio)	5,54	5,77	5,61	0,78	0,39	0,32	6,32	6,16	5,93

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 335

Zusammenfassend lässt sich für die Jahre 1992 bis 1995 feststellen, dass neugegründete Zeitungen im Westen wie im Osten fast keine Chance hatten, sich gegen die etablierten Blätter zu behaupten. So ergaben sich die Medienunternehmen der schwierigen Situation in der Zeitungsmarkt nach den Konzentrationsbewegungen der Jahre zuvor steckte und unterließen die Versuche neue Zeitungen herauszubringen.⁷⁶ Das Angebot an publizistischer Vielfalt ging weiter leicht zurück und die Abstände zwischen großen und kleinen Blättern wurden immer größer. Die schwierigen Bedingungen für

⁷⁴ Anm.: Genauere Ursachen für den Auflagenverlust und dem damit zusammenhängenden Verlust der Reichweite werden im Kapitel 2.6 genannt.

⁷⁵ Vgl. Schütz, Walter J. (f): a.a.O., S. 330

⁷⁶ Vgl. Schütz, Walter J. (f): ebd., S. 327

Presseunternehmen auf dem ostdeutschen Zeitungsmarkt zu bestehen, führte häufig zum Rückzug dieser Verlage. Von ehemals 19 publizistischen Einheiten westdeutscher Verlage mussten bis 1995 acht ihr Erscheinen einstellen. Auch in den darauffolgenden Jahren hielt dieser Trend an.⁷⁷

Trotzdem war zu diesem Zeitpunkt die Phase des Einstellens von Zeitungen mit zu geringer Auflage größtenteils beendet. Der Markt begann sich zu konsolidieren und die bestehenden Zustände erhärteten sich.

Die finanzielle Lage der Tageszeitungen in Deutschland konnte sich im Jahr 1995 verbessern. Der drei Jahre zuvor erreichte Gesamtumsatz von 13,54 Milliarden erhöhte sich im Jahr 1995 auf 16,32 Milliarden. Knapp zwei Drittel dieser Summe, 63,5 Prozent, stammten aus der Anzeigen- und Beilagenwerbung. Die verbliebenen 36,5 Prozent kamen aus dem Verkauf der Zeitungen. Trotz der Tatsache, dass ihr Anteil am gesamten Werbemarkt zurückging, war die Zeitung 1995 mit Abstand größter Werbeträger.⁷⁸

2.4 Die Konsolidierung der Tagespresse zwischen 1996 und 2000⁷⁹

In der Zeit bis zum Jahrtausendwechsel begann sich der Markt der Tagespresse weiter zu festigen. Die pressestatistischen Daten weisen für diesen Zeitraum, wie in untenstehender Tabelle dargestellt, nur wenig Veränderungen auf.

Tabelle 10: Entwicklung der gesamtdeutschen Tagespresse 1995 bis 2000 im Überblick

	1995	1997	1999	2000*
Publizistische Einheiten	135	135	135	135
Ausgaben	1614	1582	1581	1579
Verlage als Herausgeber	381	371	355	
Gesamtauflage (in Mio)	25,0	24,6	24,1	23,9

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 9; *Daten für das Jahr 2000 aus: Vgl. BDZV/Schütz: Daten und Fakten zum Zeitungsmarkt 1999/2000. Dokumentation. In: iw-Medienspiegel Beilage, 30.04.2001, S. 1-7, hier S. 1

⁷⁷ Vgl. Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S. 103

⁷⁸ Vgl. Keller, Dieter: Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Zeitungen '95. BDZV-Jahrbuch. Bonn: BDZV 1995, S. 36-75

⁷⁹ Die pressestatistischen Daten aus diesem Kapitel stammen aus den Quellen:
Schütz, Walter J. (g): Deutsche Tagespresse 1997. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1997, H. 12, S. 663-684
Schütz, Walter J. (h): Deutsche Tagespresse 1999. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2000, H. 1, S. 8-29; Daten für 2000: BDZV/Schütz: Daten und Fakten zum Zeitungsmarkt 1999/2000. Dokumentation. In: iw-Medienspiegel Beilage, 30.04.2001, S. 1-7, hier S. 1

Im Bereich der selbständigen Zeitungstitel war die Konsolidierung am deutlichsten zu erkennen. Ihre Anzahl blieb in den Jahren 1996 bis 2000 konstant. Dahingegen hat sich die Zahl der Ausgaben weiter verringert. Vor allem im Osten Deutschlands wurden einige Ausgaben eingestellt. Beispielsweise in Thüringen, wo im Zuge des "Thüringer Zeitungskriegs" mehrere Ausgaben vom Markt genommen wurden. Hier kämpften auf der einen Seite die "Thüringer Allgemeine" und die "Ostthüringer Zeitung" und auf der anderen das "Freie Wort" und die "stz.Südthüringer Zeitung" um ihre Position auf dem dortigen Markt. Wie im vorangegangenen Kapitel schon berichtet, ist es dort zu zahlreichen Neugründungen von redaktionellen Ausgaben der einzelnen Zeitungen gekommen. Diese hatten das Ziel verfolgt, in das Verbreitungsgebiet des jeweils anderen Blattes einzudringen und den dortigen Markt aufzuteilen. Mitte 1996 endete diese Phase und bis zum Jahresende wurden alle neuen Ausgaben wieder eingestellt.⁸⁰

Ebenso in der Kategorie der Verlage als Herausgeber wurden Verluste registriert. Im Osten des Landes waren zwei westdeutsche Verlage von den Schließungen betroffen: die "Hessische/Niedersächsische Allgemeine" (HNA) und die "Frankenpost". Die HNA musste die Verlage der "Mitteldeutschen Allgemeinen", der "MA. Eisenacher Presse" und des "MA. Eichsfelder Tageblatt" schließen. Mit dieser Maßnahme zog sich die HNA vollständig vom ostdeutschen Markt zurück. Ähnlich erging es der in Hof ansässigen "Frankenpost", die bei drei ostdeutschen Verlagen engagiert war. Zwei von ihnen wurden geschlossen. Daneben wurden in dieser Zeitspanne einige Verlage neugegründet. Im April 1996 wurde ein gemeinschaftlicher Verlag der "Leipziger Volkszeitung" und der "Mitteldeutsche Allgemeine" geschaffen. In dem neuen Verlag erschienen das "Naumburger Tageblatt", eine Ausgabe der "LDZ. Liberal-Demokratische Zeitung" die eng mit der "Leipziger Volkszeitung" kooperierte und die Ausgabe Nebra der "Mitteldeutschen Zeitung". Zu dieser Zusammenarbeit ist es gekommen, nachdem das "Hallesche Tageblatt", auch Ausgabe der LDZ, eingestellt wurde und die "Mitteldeutsche Zeitung" in diesem Gebiet ohne Konkurrenz erscheinen konnte.⁸¹

Im westdeutschen Bundesgebiet ist es zu Zeitungsneugründungen gekommen. Im September 1998 brachte der Verlag des Magazins "Der Spiegel" in Hamburg eine Zeitung mit dem Titel "Der Tag" heraus. Sie enthielt tagesaktuelle Neuigkeiten und erschien sechs Mal in der Woche. Ab Oktober desselben Jahres wurde auch eine Ausgabe für Berlin produziert. Doch mit einer Auflage von nur 5000 Exemplaren pro Ausgabe, stellte das Blatt sein Erscheinen bereits Ende November wieder ein. Für eine andere war die HypoVereinsbank-Gruppe verantwortlich. Ihre Zeitung "15 Uhr aktuell" erschien seit Mitte Oktober 1998 erst in Berlin, dann auch in Hamburg. Das Besondere an dieser Publikation war, dass sie sich ausschließlich über Anzeigen finanzierte, also für den Leser nichts kostete. Das Blatt konnte sich zunächst recht gut am Markt behaupten und erweiterte sein Verbreitungsgebiet nach München aus. Doch trotz einer Auflage

⁸⁰ Vgl. Schütz, Walter J. (g): a.a.O., S. 674; Vgl. ausführlicher: Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: a.a.O., S.116

⁸¹ Vgl. Schütz, Walter J. (g): a.a.O., S. 673

von 250.000 Exemplaren, musste diese erste unentgeltliche Zeitung im Februar 2000 Insolvenz beantragen.⁸²

Bereits im Dezember 1999 erschien in Köln ein weiteres kostenloses Blatt. Der norwegische Verlag Schibsted verteilte die Zeitung "20 Minuten Köln" an Bahnhöfen und Geschäftszentren. Die in Köln ansässigen Pressehäuser DuMont/Schauberg und der Axel Springer Verlag reagierten auf das Konkurrenzblatt prompt mit eigenen kostenlos herausgegebenen Zeitungen. Mitte Dezember erschien von Springer "Köln extra", ein paar Tage später brachte DuMont/Schauberg eine kostenlose Kurzfassung seiner Kaufzeitung "Express" heraus. Anfang Januar 2000 startete der Verlag dann mit dem völlig neuen Blatt "Kölner Morgen". Trotzdem wollten Springer und DuMont/Schauberg das weitere Erscheinen von kostenlosen Zeitungen zur Wahrung des Wettbewerbs verhindern. Dieser aus der Auseinandersetzung der beiden Parteien heraus als "Kölner Zeitungskrieg" bekannt gewordene Streit weitete sich dermaßen aus, dass er vor Gericht endete. Dort wurde Schibsted rechtgegeben. Er durfte weiterhin das kostenlose Blatt verteilen. Nachdem die drei Zeitungen, vor diesem Urteil, ihr Erscheinen vorübergehend eingestellt hatten, erschienen sie Mitte Februar 2000 wieder. Im Dezember 2000 erreichten "Köln extra" und der "Kölner Morgen" Auflagen von 80.000 bis 120.000 Exemplaren. "20 Minuten Köln" verteilte täglich 130.000 Stück. Die immer noch bestehende Konkurrenz, in der die Blätter weiterhin standen, ließ den Kölner Zeitungskrieg zunächst noch nicht enden. Vorwegnehmend kann jedoch gesagt werden, dass im Juli 2001 mit dem Rückzug Schibsteds vom deutschen Markt und der Einstellung der drei Blätter der Streit beigelegt wurde.⁸³

Im Februar 2000 wurde seit langer Zeit mit Erfolg eine neue Tageszeitung gegründet, die "Financial Times Deutschland". Der Schwerpunkt des von Gruner und Jahr herausgegebenen Blattes liegt zwar bei der Wirtschaft und den Finanzen, doch wird auch über weitere Themenbereiche wie Politik oder Sport berichtet. Als Reaktion auf diese Zeitungsneugründung, weitete auch das "Handelsblatt" sein tägliches Informationsangebot auf eine "universelle(re) Thematik"⁸⁴ aus. Durch diese Maßnahme konnte das "Handelsblatt" nun auch zu den überregionalen Tageszeitungen gezählt werden.⁸⁵

Aufgrund aktueller Ereignisse in Deutschland weiteten einige Zeitungen ihr redaktionelles Angebot aus. Wegen des Umzugs des Bundestages von Bonn nach Berlin verstärkten seit 1998 viele Tageszeitungen ihre Berliner Berichterstattung. So erweiterte die "Frankfurter Rundschau" einmal in der Woche ihre Ausgabe um eine Berlin-Seite. Die "Süddeutsche Zeitung" ging sogar weiter und ließ ihr ebenso wöchentliches Angebot einer Seite rund um die Hauptstadt von da an werktäglich erscheinen. Der Bonner "Generalanzeiger" wollte seine Leserschaft nicht verlieren und gab ab Anfang 1999 eine "Fernaussgabe" seiner Zeitung heraus. Auch die "Frankfurter Allgemeine

⁸² Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 18; Vgl. auch: Röper, Horst (e): Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet?. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2000, H. 7, 297-309, hier S. 299f.

⁸³ Schütz, Walter J. (i): Deutsche Tagespresse 2001. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2001, H. 12, S. 602-632; Vgl. auch: Röper, Horst (f): a.a.O., S. 300f.

⁸⁴ Schütz, Walter J. (i): ebd., S. 605

⁸⁵ Vgl. Schütz, Walter J. (i): ebd., S. 605

Zeitung" veröffentlichte seit September 1999 eine Lokalausgabe mit "Berliner Seiten". Diese Maßnahmen der einzelnen Tageszeitungen sollten aber nicht eine lokale Berichterstattung ersetzen. Denn dafür waren die großen drei Tageszeitungen in Berlin, der "Tagesspiegel", die "Berliner Zeitung" und die "Berliner Morgenpost", zuständig.⁸⁶

Trotz der Zeitungsneugründungen und der Erweiterung des redaktionellen Angebots hielt der Trend des Auflagenrückgangs auch bis zum Jahrtausendwechsel weiter an. Das betraf die Abonnementzeitungen genauso wie die Straßenverkaufszeitungen, wie Tabelle 11 verdeutlicht.

Tabelle 11: Entwicklung der einzelnen Zeitungstypen 1995-1999

	Deutschland, gesamt		
	1995	1997	1999
Abonnementzeitung	128	128	128
Auflage Abonnement (in Mio)	19,07	18,71	18,33
Straßenverkaufszeitung	7	7	7
Auflage Straßenverkauf (in Mio)	5,93	5,87	5,82

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 21

Zwar konnten die überregional verbreiteten Abonnementzeitungen ihre Auflage seit 1995 um rund 30.000 erhöhen, doch lag das nicht unbedingt an einer Steigerung der Verkaufszahlen, sondern vielmehr daran, dass das "Handelsblatt" nun auch zu dieser Kategorie gezählt wurde. Dahingegen büßten die Zeitungen mit regionaler bzw. lokaler Verbreitung an Auflage ein. So kamen sie nur noch zu einem Marktanteil von 95,7 Prozent (-0,3 gegenüber 1995) im Bereich der Abonnementzeitungen.

Auch die Kaufzeitungen hatten mit abnehmenden Verkaufszahlen zu kämpfen. Ihre Auflage ging zwischen 1995 und 1999 um etwa 100.000 zurück. Nachdem die Auflagen beider Zeitungstypen in den zwei Jahren nach der Wende gestiegen waren, setzte in den folgenden Jahren ein abnehmender Trend ein. Seit 1991 verringerte sich die Auflage der Abonnementzeitungen insgesamt um 10,41 Prozent, die der Straßenverkaufszeitungen um 15,5 Prozent.

Die größten Verluste im Bereich der Abonnementzeitungen wurden in den neuen Bundesländern registriert. Ihre Gesamtauflage ging zwischen 1991 und 1999 um 25,8 Prozent von etwa 5,5 Millionen auf 4,1 Millionen zurück.

Besonders hart getroffen hat es die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen. Auch wenn sie im Osten noch immer marktbeherrschend waren, verloren sie in der Zeit von der Wende bis 1999 38,7 Prozent.

⁸⁶ Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 20; Vgl. ders. (i): a.a.O., S. 616

Diese Entwicklung in den neuen Bundesländern schlug sich auch auf die Rangliste der zehn größten Tageszeitungen Deutschlands aus:

Tabelle 12: Die zehn auflagenstärksten Tageszeitungen in Deutschland 1999

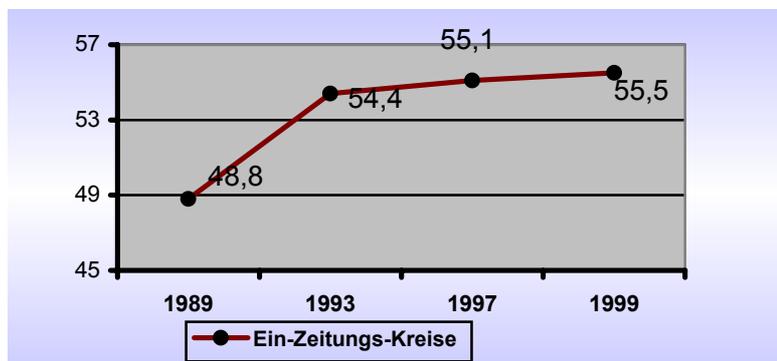
Titel	Auflage in Tausend
Bild	4.445,9
Westdeutsche Allgemeine	588,6
Süddeutsche Zeitung	423,9
Freie Presse (Chemnitz)	419,2
Frankfurter Allgemeine Zeitung	416,5
Sächsische Zeitung (Dresden)	365,4
Mitteldeutsche Zeitung (Halle)	362,8
Rheinische Post	344,9
Hamburger Abendblatt	311,5
Kölner Stadt-Anzeiger	289

Quelle: nach Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 23

Im Vergleich zu der Rangliste von 1991 fällt auf, dass acht Jahre später nur noch drei der ehemals sechs ostdeutschen Tageszeitungen vertreten waren. Die "Volksstimme" aus Magdeburg fand sich 1999 auf Platz 12 wieder, die "Leipziger Volkszeitung" war nur noch auf Rang 15 vertreten. Das Blatt "Super! Zeitung" wurde bereits 1992 eingestellt. Hervorzuheben sei aber auch, dass beispielsweise die "Süddeutsche Zeitung" seit 1991 ihre Auflage um rund 25.000 Exemplare steigern konnte und so nach Platz 7 (1991) nun hinter der "Bild"-Zeitung Platz 2 einnahm.

Aufgrund diesem seit Jahren anhaltenden Rückgang der selbständigen Tageszeitungen und Ausgaben, stieg seit 1991 die Zahl Landkreise und kreisfreien Städte an, in der nur eine Zeitung mit Vollredaktion erschien.

Abbildung 2: Entwicklung der Ein-Zeitungs-Kreise 1989 - 1999 (in Prozent)⁸⁷



Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 24

⁸⁷ Anm.: Für das Jahr 1991 liegen aufgrund der unruhigen Lage auf dem Pressemarkt keine genauen Daten vor. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise aufgrund der kurzzeitig aufgekommenen Vielfalt 1991 gesunken ist.

In Ostdeutschland war die Zahl der sogenannten Ein-Zeitungs-Kreise besonders hoch. Zwischen 72 und 83 Prozent der Bürger hatten in vier der fünf neuen Ländern nur eine eigenständige Tageszeitung zur Auswahl. Ausnahme bildete Thüringen, dort waren es 1999 nur knapp 48 Prozent.⁸⁸ Wie schon mehrmals berichtet, verfügte Thüringen über ein deutlich höheres publizistisches Angebot und lag deshalb als einziges ostdeutsches Bundesland unterhalb des gesamtdeutschen Durchschnitts.

2.5 Eine Krise bahnt sich an - Die Entwicklung der Tagespresse seit 2001

Die Konsolidierungsphase hielt, den pressestatistischen Zahlen nach, weiter an. Der Pressemarkt konnte sich sogar leicht erholen. Sowohl die publizistischen Einheiten als auch die Verlage als Herausgeber konnten gegenüber dem Vorjahr um je eins zulegen. Das erste Mal seit der Wende.

Tabelle 13: Entwicklung der Tagespresse 1999 bis 2001 im Überblick

	1999	2001	2002*
Publizistische Einheiten	135	136	135
Ausgaben	1581	1584	1567
Verlage als Herausgeber	355	356	
Gesamtauflage (in Mio)	24,1	23,7	23,2

Quelle: Vgl. Schütz, Walter J. (i): a.a.O., S. 603; * Die Daten für das Jahr 2002 stammen von: Schütz/BDZV: Zeitungen '02, www.bdzv.de (Zugriff am 30.09.2002)

Trotzdem sich die Zahl der Verlage als Herausgeber erhöht hatte, wirkte sich dies nicht sehr auf die publizistische Vielfalt aus. Häufig quartierten Presseunternehmen ihre lokalen Ausgaben aus und ließen sie vor Ort in neu gegründeten Verlagen erstellen. So handelte beispielsweise die Madsack-Verlagsgruppe, die zwei ihrer Ausgaben nun nicht mehr selbst produziert, sondern sie durch zwei neue Verlage erscheinen lässt. Auch die "Schwäbische Zeitung" in Leutkirch lässt 17 ihrer 25 Lokalausgaben vor Ort in Verlagen erstellen. Nur noch acht Ausgaben werden direkt in Leutkirch produziert. Auch in diesem Jahr sank die Gesamtauflage weiter. Vor allem im östlichen Bundesgebiet gingen die Verkaufszahlen zurück. Gegenüber 1999 ist die Auflage der Abonnementzeitungen um 7,7 Prozent gesunken. Auch im Westen wurden 2001 rund 230.000 Exemplare täglich weniger verkauft als noch zwei Jahre zuvor. Die Auflage ging auf 13,3 Millionen zurück.⁸⁹

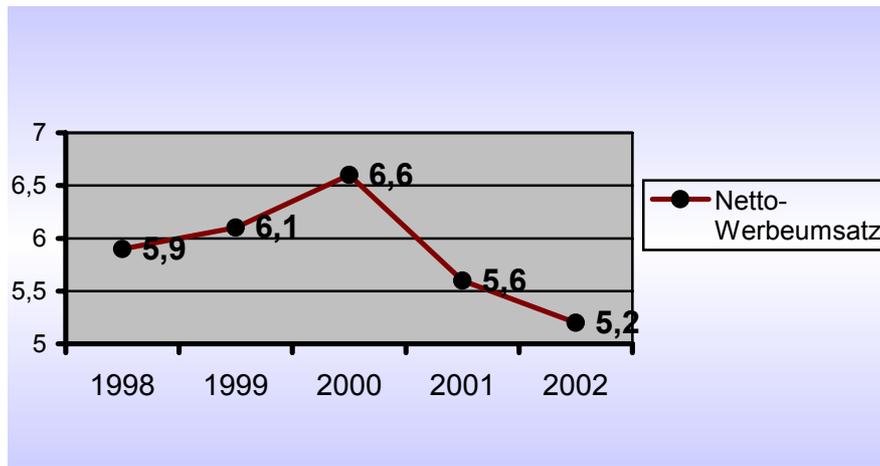
⁸⁸ Vgl. Schütz, Walter J. (h): a.a.O., S. 621

⁸⁹ Vgl. Schütz, Walter J. (i): a.a.O., S. 615f.

Anfang des Jahres versuchten einige überregionale Zeitungen ihr Erscheinungsgebiet auszuweiten. Nachdem 1999 mit dem Umzug des Bundestages von Bonn nach Berlin, viele Zeitungen ihre Berichterstattung dort verstärkten, war nun Bayern in das Visier der überregional verbreitenden Verlage gerückt. Mitte Februar 2001 begann die "Welt" einen täglichen Bayern-Teil zu produzieren. Damit verstieß der Springer-Verlag gegen ein "ungeschriebenes Gesetz". Überregionale Zeitungen dringen nicht in die Heimatregion eines Konkurrenten ein. Schon im Vorjahr erschien in der "Welt" zweimal wöchentlich eine verstärkte Berichterstattung über Bayern. Auch der Verlag der "Frankfurter Allgemeine Zeitung"(FAZ) steuerte den bayrischen Pressemarkt an. Er baute in der Nähe von München einen eigenen Druckbetrieb. Dadurch konnte die FAZ für Süddeutschland aktueller gedruckt werden. Über die neue Konkurrenz nicht sehr erfreut und doch angesteckt von dieser Art des "Wilderns", startete die "Süddeutsche Zeitung" im Herbst 2001 eine regionale Ausgabe für Nordrhein-Westfalen.⁹⁰

Im Bereich der Tagespresse gab es zwar auf den ersten Blick nur wenig Veränderungen, dafür brach der Werbemarkt, und damit die Haupteinnahmequelle der Zeitungen, zusammen.

Abbildung 3: Netto-Werbeumsätze bei den Tageszeitungen 1998 – 2002 (in Milliarden Euro)



Quelle: Vgl. Gefken, Michael: Schlichtweg verschlafen. In: Wirtschaftswoche. Ausgabe Nr. 28 vom 04.07.2002, S. 72;

Datum von 2002 wurde errechnet aus den Angaben der Quelle: Nöcker, Rolf: Tiefe Einschnitte in der Zeitungsbranche. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. Ausgabe Nr. 146 vom 27. Juni 2002, S. 26

Nach Jahren des Booms zwischen 1998 und 2000, in denen die gesamten Werbeumsätze um 700 Millionen Euro wuchsen, folgte das Krisenjahr 2001. Die Nettowerbeerlöse sanken um 914 Millionen auf 5,6 Milliarden Euro.⁹¹ Die deutschen Presseunternehmen hatten 2000 noch einen Gesamtumsatz von

⁹⁰ Vgl. Gangloff, Tilmann P.: Revier-Kämpfe. Die überregionalen Tageszeitungen wollen wildern. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 53 vom 07.07.2001, S. 3

⁹¹ Vgl. Gefken, Michael: Schlichtweg verschlafen. In: Wirtschaftswoche. Ausgabe Nr. 28 vom 04.07.2002, S. 72

21,1 Milliarden Mark erwirtschaftet, gegenüber dem Vorjahr hieß das eine Steigerung von 6,7 Prozent. Im Westen der Bundesrepublik stammten zu diesem Zeitpunkt 64,5 Prozent der Einnahmen aus den Werbeerlösen der Anzeigen, nur 35,5 Prozent aus dem Vertrieb der Zeitungen. Im Osten war das Verhältnis eher ausgeglichen. Rund 51 Prozent des Gewinns kamen aus den Umsätzen des Anzeigengeschäftes. Allein im ersten Quartal 2001 sind die Anzeigen in den Tageszeitungen im Schnitt um 8,6 Prozent zurückgegangen. Insbesondere im Osten Deutschlands mussten 13 Prozent weniger Anzeigen verzeichnet werden. Die "schwierige wirtschaftliche Lage" wurde dafür verantwortlich gemacht.⁹²

Bis Mitte des Jahres 2001 verschlechterte sich die Lage weiter. In Ostdeutschland verringerten sich die Anzeigen um knapp 18 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2000. Von den Anzeigenrückgängen waren vor allem Zeitungen mit hoher Auflage betroffen. Blätter mit Auflagen bis 200.000 hatten 13,3 Prozent Verluste zu verzeichnen.⁹³ Die Situation verschlimmerte sich im ersten Halbjahr 2002 weiter. Die Werbeeinnahmen sanken im Vergleich zum Vorjahr nochmals um 6,7 Prozent auf etwa 5,2 Milliarden Euro. Dramatische Einbrüche mussten auch im Bereich der Stellenanzeigen registriert werden. Gegenüber dem Vorjahr verringerten sie sich durchschnittlich um 45 Prozent.⁹⁴ Von diesen Verlusten war der gesamte Anzeigenmarkt betroffen. Insgesamt wurden in den ersten fünf Monaten 2002 14,4 Prozent weniger Anzeigen geschaltet. Vor allem die überregional verbreiteten Tageszeitungen bekamen das zu spüren. Um 19 Prozent sanken die Anzeigen bei der "Welt". Die "Süddeutsche Zeitung" verlor 22 Prozent ihrer Anzeigen. Die "Frankfurter Allgemeine Zeitung" (FAZ) traf es noch schlimmer, sie büßten 38 Prozent ihres Anzeigengeschäftes ein. Auch auf dem Gebiet der Stellenanzeigen war die FAZ stark betroffen. Sie musste mit Verlusten von 52 Prozent gegenüber dem Vorjahr kämpfen. Schon 2001 erzielten sie bei den Stellenanzeigen 50 Prozent weniger als im Jahr 2000. Die Reaktionen der Presseunternehmen auf diese Krise waren meistens sehr heftig. Massenentlassungen, Redaktionszusammenlegungen, Einstellungen von Zeitungsteilen. Der Süddeutsche Verlag baut 10 Prozent seiner Stellen in allen Bereichen ab. Allein 40 bis 50 Redakteurstellen werden wegfallen. Um Kündigungen zu vermeiden, setzt man hier auf Altersteilzeit oder Vorruhestand. Das Jugendmagazin "jetzt" der "Süddeutschen Zeitung" (SZ) wurde trotz großem Erfolg eingestellt. Doch hält der Verlag weiter an der NRW-Ausgabe der SZ fest, man hoffe auf neue Anzeigenkunden aus Nordrhein-Westfalen. Auch im Berliner Verlag wurden bzw. werden noch 10 Prozent der Stellen gestrichen, das entspricht etwa 500 Arbeitsplätzen. Die Verlagsgruppe Handelsblatt Düsseldorf reduziert seine Mitarbeiterschaft um weitere 175 Stellen. 20 Prozent seiner Kosten möchte der Verlag der "Frankfurter Rundschau" senken. Außerdem wurde die samstägliche Berlin-Seite

⁹² Vgl. o.V.: Verleger: Anzeigenrückgang bedeutet "Normalisierung". Größte Einbrüche mit 40 Prozent bei überregionalen Zeitungen. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 49 vom 23.06.2002, S. 21

⁹³ Vgl. o.V.: Ostzeitungen erleiden hohe Anzeigenverluste. Fast 18 Prozent Minus – BDZV sieht schwache Konjunktur als Grund. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 63 vom 11.08.2002, S. 13

⁹⁴ Vgl. Nöcker, Rolf: a.a.O., S. 26

eingestellt.⁹⁵ Die FAZ hatte im Jahr 2001 mit einem Minus von 27 Millionen Euro zu kämpfen. Auch hier ist die erste Konsequenz Entlassungen. 140 bis 150 Mitarbeiter müssen bis Ende 2003 gehen. Zusätzlich wurden die überaus erfolgreichen Berliner-Seiten Ende Juni 2002 eingestellt. Auch den Axel-Springer-Verlag traf es hart. Allein die "Welt" macht jährlich 50 Millionen Euro Verluste. Als Folge dessen wurden die Redaktionen der "Welt" und der "Berliner Morgenpost" zusammengelegt. 250 Mitarbeiter sollen hier entlassen werden. Im gesamten Springer-Verlag ist der Abbau von 1400 Stellen geplant.⁹⁶ Doch nicht nur die überregional verbreiteten Tageszeitungen sind von dieser Krise betroffen, auch die "kleinen" Zeitungen haben mit den aktuellen Entwicklungen zu kämpfen. Die "Honnefer Volkszeitung" beispielsweise musste ihr Erscheinen komplett einstellen. Die "Hessisch Niedersächsische Allgemeine" wurde von der Verlagsgruppe Ippen aufgekauft.⁹⁷

Diese von einigen Journalisten betitelt "größte Krise des Pressemarktes seit dem Zweiten Weltkrieg" kommt nicht überraschend. Seit 1992 hatte die deutsche Tagespresse mit Auflagenverlusten zu kämpfen. Zu diesem Zeitpunkt wurde noch eine Gesamtauflage von 26 Millionen erzielt. Im Jahr 2000 waren es nur noch 23,9 Millionen. Doch über dieses Problem wurde angesichts der hohen Werbeeinnahmen, die 2000 erzielt wurden, leichtfertig hinweggesehen.⁹⁸ Durch diese starken finanziellen Gewinne wurden die Presseunternehmen zu hohen Investitionen verleitet. Es "wurden Online-Portale eröffnet (Infoseek bei Springer, ...), Anlegermagazine auf den Markt geworfen (Telebörse beim Handelsblatt), ambitionierte Regionalteile entwickelt (die Welt in Bayern, die Süddeutsche in Nordrhein-Westfalen)."⁹⁹ Dabei haben es die Presseverlage versäumt in dem überaus erfolgreichen Jahr 2000 für Rücklagen zu sorgen. Als dann 2001 die Werbemärkte zusammenbrachen, war niemand darauf vorbereitet. Warum die Anzeigen so drastisch zurückgegangen sind, wird von den Journalisten unterschiedlich begründet. Für die meisten ist die schwache Konjunktur die Hauptursache.¹⁰⁰ Manche nennen diese Entwicklung aber auch nur die Normalisierung des Werbemarktes nach dem Boom im Jahr 2000.¹⁰¹ Ein schnelles Ende der Krise ist wohl nicht zu erwarten. Nach Expertenmeinung sei mit einem Aufschwung erst Mitte 2003 zu rechnen.¹⁰²

Von der Krise unbeeindruckt kaufte die Verlagsgruppe Holtzbrinck zum 1. Juli 2002 von Gruner und Jahr den Berliner Verlag. Zu ihm gehört unter anderem die "Berliner Zeitung". Holtzbrinck, dem schon der "Tagesspiegel" gehört, konnte so seine Position im hartumkämpften Berliner Zeitungsmarkt ausbauen.

⁹⁵ Vgl. Rennefan, Sabine: Münchener Gewitter. Zeitungen in der Krise. In: Berliner Zeitung. Ausgabe vom 11.07.2002, S. 15

⁹⁶ Vgl. Gregor, Andrea: Wann hat das Bibbern ein Ende. Vom schlechten Anzeigengeschäft sind die überregionalen Tageszeitungen besonders betroffen. In: Stuttgarter Zeitung. Ausgabe Nr. 142 vom 22.06.2002, S. 15

⁹⁷ Vgl. Gefken, Michael: a.a.O., S. 72

⁹⁸ Vgl. Gefken, Michael: ebd., S. 72

⁹⁹ Vgl. Gregor, Andrea: a.a.O., S. 15

¹⁰⁰ Vgl. Morhart, Claus: Abenteuerlich. Presse-Krise, Kirch-Pleite: Ein epd-Interview mit dem Medienforscher Horst Röper. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 55 vom 17.07.2002, S. 3; vgl. auch: Gefken, Michael: a.a.O., S. 72

¹⁰¹ Vgl. Gregor, Andrea: a.a.O., S. 15; Vgl. auch: o.V.: Verleger: Anzeigenrückgang bedeutet "Normalisierung", a.a.O., S. 21

¹⁰² Vgl. Nöcker, Ralf: a.a.O., S. 26

Trotz der Krise verspricht der Vize-Vorsitzende der Holtzbrinck-Geschäftsführung Michael Grabner die beiden Redaktionen des "Tagesspiegels" und der "Berliner Zeitung" nicht zusammenzulegen: "Der Tagesspiegel... (hat) seine Wurzeln ... im Westteil der Stadt. Die "Berliner Zeitung" im Ostteil Berlins. ... Für beide Qualitätszeitungen ist ausreichend Platz in Berlin."¹⁰³ Für Gruner und Jahr gibt es, neben der Krise der Tagespresse noch einen weiteren Grund für den Verkauf. Der Pressekonzern möchte sich aus dem Tageszeitungsgeschäft zurückziehen und sich wieder voll auf den Zeitschriftenmarkt konzentrieren. Auch von den Beteiligungen an ostdeutschen Zeitungen (der Verlag ist unter anderem an der "Sächsischen Zeitung" und der "Sächsischen Morgenpost" beteiligt) möchte sich Gruner und Jahr trennen. Allein an der "Financial Times Deutschland" wird das Unternehmen noch festhalten.¹⁰⁴ Im Gegensatz dazu möchte sich Holtzbrinck aus dem Rundfunkgeschäft zurückziehen und sich wieder verstärkt auf dem Pressemarkt engagieren. Das Medienunternehmen ist an dem Nachrichtensender n-tv beteiligt, möchte aber verkaufen. Stefan von Holtzbrinck, Geschäftsführer der Georg von Holtzbrinck Verlagsgruppe, begründet diesen Schritt des Unternehmens damit, dass dieser Geschäftsbereich im Vergleich zu den anderen nur einen geringen Anteil am Gesamtumsatz des Konzerns bringt.¹⁰⁵

Zu welchen weiteren Konsequenzen die aktuelle Krise im Anzeigengeschäft noch führt, bleibt abzuwarten. Feststeht nur, dass vor allem das redaktionelle Angebot darunter leidet und leiden wird. Außerdem ist zu bezweifeln, ob diese Entwicklung den anhaltenden Abwärtstrend der Gesamtauflage durchbrechen wird.

Der wirtschaftliche Zusammenhang zwischen Anzeigen und Auflage wird in Kapitel 2.7 näher erläutert. Im folgenden Kapitel soll auf die Gründe des Auflagenrückgangs eingegangen werden.

2.6 Mediennutzung im Bereich der Tagespresse seit 1989

2.6.1 Reichweite und Nutzungstrends der Tageszeitungen

Das Medium Zeitung ist ein fester Bestandteil des täglichen Lebens. In der ersten Jahreshälfte 2002¹⁰⁶ griffen nahezu vier von fünf Bürgern in der Bundesrepublik jeden Tag zu einer Zeitung. Eine große Bedeutung kommt dabei der lokalen und regionalen Abonnementpresse zu Gute. Zwei Drittel der Leser (66,3 Prozent) bevorzugen diesen Zeitungstypus. Diese Zahl spiegelt sich auch im Leseverhalten der meisten Nutzer wieder. Demnach waren im

¹⁰³ Simon, Ulrike: 1+1=2. Die Verlagsgruppe Holtzbrinck kauft den Verlag der "Berliner Zeitung". In: Der Tagesspiegel. Ausgabe vom 27.06.2002, S. 35

¹⁰⁴ Vgl. Simon, Ulrike: ebd., S. 35

¹⁰⁵ Vgl. Ziesemer, Bernd: "Kreativ, flexibel und solide". Stefan von Holtzbrinck über den Verkauf von n-tv, den Kauf des Berliner Verlags und die Lage des Unternehmens. In: Der Tagesspiegel Ausgabe vom 01.07.2002, S. 31

¹⁰⁶ Anm.: Die Daten für das Jahr 2002 stammen aus einer Veröffentlichung des BDZV über die Media-Analyse 2002: MA 2002: Stabile Reichweiten / Jugend liest wieder mehr Zeitung. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

Jahr 1999 85 Prozent der Befragten vor allem an der lokalen Berichterstattung über Ereignisse in ihrem Wohnort bzw. in ihrer Heimatregion interessiert. Überregionale Sachthemen, beispielsweise über die Bundes- oder Außenpolitik, landeten mit Abstand auf den nachfolgenden Plätzen.¹⁰⁷ Somit erreichen die überregional verbreiteten Blätter im Jahr 2002 auch nur 5,5 Prozent der Bevölkerung.

Bei der Betrachtung dieser Reichweitenentwicklung der Tagespresse in den letzten Jahren, lassen sich einige Trends erkennen:

Tabelle 14: Entwicklung der Reichweite in Deutschland nach Altersgruppen geteilt

Daten in Prozentangaben	14-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	ab 70 Jahre	Gesamt
MA '88	72,2	77,2	85,2	87,6	88,2	87,2	83,4	83,2
MA '89	68,6	76,4	84,7	87,6	87,5	86,1	82,1	82,4
MA '92	62,3	74,8	82,0	85,8	87,7	87,3	84,2	81,7
MA '95	60,6	71,7	80,7	86,0	87,8	87,4	83,5	81,0

Quelle: Vgl. AG.MA Berichtsbestände 1985-1995. Erstellt nach: Bauer, Inez: Jugend und Tageszeitung. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1996, H. 1, S. 8-17, hier S. 8

Auch wenn die Tabelle im Jahr 1995 endet, halten diese sich abzeichnenden Tendenzen bis heute an: Die Zeitungsläser nehmen mit steigendem Alter zu. Die intensivsten Nutzer von Tageszeitungen sind die 50- bis 59-Jährigen. Für sie stellt die Zeitung, nach dem Fernsehen, die zweitwichtigste Informationsquelle dar.¹⁰⁸ Hingegen greifen Jugendliche und junge Erwachsene immer seltener regelmäßig zu einer Tageszeitung. Bei den 14- bis 19-Jährigen tun dies nur noch rund 55 Prozent und bei den 20- bis 29-Jährigen knapp zwei Drittel der Befragten. Der Abstand gegenüber den anderen Altersgruppe ist im Laufe der Jahre deutlich angestiegen. Gegenüber 1988 hat die Reichweite bis zum Jahr 2002 bei den Jugendlichen um über 17 Prozent und bei den jungen Erwachsenen um fast zwölf Prozent abgenommen. Im Bundesdurchschnitt dagegen fiel die Reichweite nur um fünf Prozentpunkte.

Die Gründe für diesen Leserrückgang unter den jungen Zeitungsnutzern sind vielfältig. Eine Rolle spielt beispielsweise die zunehmende Veränderung des Lebensstils. Das Abonnieren einer Zeitung steht in großer Verbindung mit der Gründung eines Haushalts oder einer Familie. Durch längere Ausbildungszeiten und somit späteren Berufseinstieg, rückt der Zeitpunkt für junge Leute sich eine eigene Existenz aufzubauen immer weiter nach hinten. Folge dieser Entwicklung ist, dass viele erst relativ spät ihr Elternhaus verlassen und dann

¹⁰⁷ Vgl.: Institut für Demoskopie, Allensbach, IfD Archiv 6075. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

¹⁰⁸ Vgl.: Grajczyk, Andreas; Klingler, Walter: Mediennutzung der ab 50-Jährigen. In: Media Perspektiven. Frankfurt a. M.: 04/1999, S. 202-216, hier S. 207

erst allein leben. Damit sinkt die Bereitschaft eine Tageszeitung zu abonnieren. Der Trend zum urbanen Leben und die steigende Mobilität spielen ebenfalls eine Rolle. Das Lesen einer Lokalzeitung ist verknüpft mit einem persönlichen Bezug zu seinem Wohnort. Für viele bedeutet der derzeitige Wohnort nur eine Durchgangsstation. Und die in der Stadt vermehrt herrschende Anonymität trägt auch nicht zu einer engeren Verbindung bei. Dadurch fehlt das Interesse an lokalen Informationen und an den Geschehnissen seiner Umgebung. Und so fehlt oft der Anreiz eine örtlich erscheinende Zeitung zu lesen. Häufig greifen diese Personen dann zu anderen Medien. Bei der lokalen Berichterstattung gibt es für viele andere Informationsquellen, beispielsweise im Bereich des Hörfunks und Lokalfernsehens. Nicht zu vergessen die große Verbreitung des Internets und Ausweitung der Online-Angebote.¹⁰⁹ Vor allem für die Jugendlichen stellen diese Medien echte Alternativen zur üblichen Tageszeitung dar. Sie wachsen mit Fernseher und Computer auf und sind mehr an dieser Art der Unterhaltung interessiert.¹¹⁰ Für die Tatsache des steigenden Leser-Alters spielt auch die demographische Entwicklung eine große Rolle. Aufgrund der Verschiebung der Altersstruktur in der Bevölkerung verringert sich der Lesernachwuchs.¹¹¹ Auch die Reichweite nimmt weiter ab. Zwischen 1995 und 2002 ist sie um weitere etwa vier Punkte auf 77,3 Prozent gesunken.

Diese Zahlen lassen sich auch im seit über zehn Jahre anhaltenden abnehmenden Trend der Gesamtauflage wiedererkennen. Das immer weiter wachsende Angebot der elektronischen Medien trägt mit dazu bei. Die Ausweitung des Rundfunkprogramms und die verbreitete Nutzung des Internets werden als Informationsquellen häufiger genutzt. Radio und Fernsehen beispielsweise können "nebenher" genutzt werden, wohingegen die Lektüre einer Tageszeitung die volle Aufmerksamkeit erfordert.¹¹² Neben den Änderungen im Leseverhalten ist auch die Abnahme des publizistischen Angebots ein Grund für die abnehmende Auflage in Deutschland. Vor allem im Osten der Republik sind die größten Auflagenverluste zu verzeichnen. Dort ist in den vergangenen Jahren auch die Reichweite zurückgegangen. Welche speziellen Faktoren dort eine Rolle spielen und gespielt haben, wird im Folgenden näher erläutert.

2.6.2 Zeitungsnutzung in den neuen Bundesländern

Das Leseverhalten und die Nutzungsdaten unterschieden sich in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung gewaltig von denen im Westen. Im Jahre 1990 erreichten die Tageszeitungen in den neuen Bundesländern 78 Prozent der Bevölkerung, in den alten Ländern hingegen nur 71 Prozent. Die Leser im Osten beschäftigen sich auch länger und intensiver mit diesem

¹⁰⁹ Meyen, Michael: a.a.O., S. 157; Vgl. auch: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 239ff.

¹¹⁰ Schulze, Volker: Die Zeitung. Ein medienkundlicher Leitfaden. Überarb. Neuauflage, Aachen-Hahn: 2001 Hahner Verl.-Ges. mbH, S. 81

¹¹¹ Meyen, Michael: ebd., S. 157

¹¹² Vgl. Berg, Klaus/Kiefer, Marie Luise (Hrsg.): Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964.1990 (Schriftenreihe Media Perspektiven Bd. 12). Baden-Baden: Nomos 1992, S.99-117; Vgl. Stiftung Lesen (Hrsg.): Lesen. Zahlen, Daten, Fakten über Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und ihre Leser (Materialien der Stiftung Lesen zur Leseförderung und Leseforschung Bd.3). Mainz: Stiftung Lesen 1991, S.8f. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 240f.

Medium. Durchschnittlich 33 Minuten widmeten sie täglich der Zeitungslektüre. Die Nutzer im Westen kamen nur auf 28 Minuten pro Tag.¹¹³ Zu erklären ist dieser Unterschied mit der außergewöhnlichen Situation, in der sich die Bürger der ehemaligen DDR nach der Wiedervereinigung befanden. Sie brauchten in dieser Zeit eine Orientierungshilfe. Ihr politisches, wirtschaftliches und gesellschaftliches System hatte sich völlig verändert. Sie mussten sich in der neuen Sozialordnung zurechtfinden, mit neuen Problemen umgehen, wie beispielsweise der Arbeitslosigkeit sowie neue Gesetze und Rechte kennen lernen. Die Auseinandersetzung mit all diesen Themen führte zu einem speziellen Anspruch den Medien gegenüber. Die Presse, insbesondere die regionale und lokale Presse nahm sich zu dieser Zeit am deutlichsten der Problematik an. Die Zeitungen der ehemaligen DDR wussten zu dieser Zeit genau, was die Leser von ihnen erwarteten. So kam es zu einem gespaltenen Pressemarkt. Bürger aus dem Osten lasen fast ausschließlich Blätter aus dem Osten. Bürger aus dem Westen hielten sich an Zeitungen aus dem Westen.¹¹⁴ Heute haben sich die Verhältnisse und das Leseverhalten in den beiden Landesteilen weitestgehend angepasst. Im Laufe der Jahre hat auch in Ostdeutschland die Reichweite der Zeitungen abgenommen und ist sogar unter den Wert, der im Westen der Republik erreicht wurde, gefallen. 2001 betrug die Reichweite in den alten Ländern 73 Prozent und in den neuen 71,1 Prozent.¹¹⁵ Auch hier hatte die sinkende Reichweite Auflagenrückgänge zur Folge. Neben den Gründen, die im Kapitel vorher bereits genannt wurden, sind hier noch weitere Faktoren ausschlaggebend für die großen Auflagenverluste. Viele Bürger konnten sich aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Situation das Abonnement für eine Tageszeitung nicht mehr leisten. Durch die hohe Arbeitslosigkeit und die, gegenüber den Preisen in der ehemaligen DDR, erheblichen Bezugskosten, informierten sich viele Bürger in Ostdeutschland eher über die billigeren Medien – Fernsehen und Radio. Auch das große Zeitungssterben in den Jahren nach der Wiedervereinigung trug zum Auflagenrückgang bei. Ein weiterer Grund für die Verringerung der Reichweite könnte in einem veränderten Leserverhalten liegen. 1990 war der Großteil der ostdeutschen Nutzer am stärksten an den politischen Nachrichten interessiert. Den westdeutschen Lesern hingegen war, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, der Lokalteil am wichtigsten.¹¹⁶ Diese Verhaltensweise der ostdeutschen Bürger entspricht ihrem Informationsbedarf, den sie zu dieser Zeit hatten. Im Jahre 1999 hat sich auch diese Differenz angeglichen. Jeweils 85 Prozent der Leser in beiden Landesteilen interessieren sich am stärksten für die

¹¹³ Vgl. Kiefer, Marie-Luise: Massenkommunikation 1990. In: Media Perspektiven. Frankfurt a. M., 1990, H. 4, S. 244-261, hier S. 251

¹¹⁴ Stiehler, Hans-Jörg; Karig, Ute: Fernschnutzerprofile wie im Westen. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1993, H. 3, S. 127-133, hier S. 127; Schneider, Beate (d): Die ostdeutsche Tagespresse – eine (traurige) Bilanz. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1992, H.7, S. 428-441, hier S. 438f.; Vgl. auch: Wilke, Jürgen (b): Der Pressevertrieb in den neuen Bundesländern. In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1992, S. 51-59, hier S. 57

¹¹⁵ Anm.: Die Daten für das Jahr 2001 stammen aus einer Veröffentlichung des BDZV über die Allensbacher Werbeanalyse (AWA) 2001: Reichweiten in den alten Ländern leicht gestiegen. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

¹¹⁶ Vgl. Kiefer, Marie Luise: a.a.O., S. 251-261. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 474

Lokalnachrichten.¹¹⁷ Mehr als zehn Jahre nach der Wiedervereinigung ist dieser spezielle Informationsbedarf, den die ostdeutschen Bürger zu dieser Zeit gehabt hatten, gestillt.

Nichtsdestotrotz ist auch heute noch der Markt der Tageszeitungen gespalten. Die Zeitungen der beiden Landesteile werden auch heute noch vermehrt im jeweils "eigenen" Teil gelesen.¹¹⁸ Auch nach der Wiedervereinigung hielt die schon bestehende Leser-Blatt-Bindung im Osten der Republik an. In den letzten Jahren hat sich daran, sofern die Zeitung ihr Erscheinen nicht eingestellt hat, nichts verändert.

2.7 Überblick über die wirtschaftlichen Merkmale der Tagespresse

Die Presselandschaft in der Bundesrepublik ist geprägt und bestimmt von Konzentrationsprozessen und ihren Folgen. Dafür kennzeichnend sind die Entwicklung in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung und die derzeitige Situation, verursacht durch die Flaute auf dem Anzeigenmarkt.

Die Ursachen für diese Entwicklungen sind vielfältig. Da der Pressemarkt in Deutschland privatwirtschaftlich organisiert ist, unterliegen die Verlage dem Wettbewerb des Marktes. Aufgrund der bereits im vorherigen Kapitel angesprochenen Anzeigenabhängigkeit der Zeitungen, gibt es neben dem Markt der Leser auch den Markt der Anzeigenkunden.

Die Leser, auf der einen Seite, erwarten von den Tageszeitungen Information, Kommentierung, Bildung und Unterhaltung. Den Anzeigenkunden auf der anderen muss hingegen das "Medium Zeitung" als Werbemittel attraktiv gemacht werden. Beide Seiten sind durch die sogenannte "Anzeigen – Auflagen Spirale" voneinander abhängig und miteinander verflochten. Je mehr Leser eine Zeitung hat, je höher also ihre Auflage ist, um so interessanter wird sie für die Anzeigenkunden. Diese möchten mit ihren Inseraten möglichst viele Leser erreichen. Deshalb sind sie auch bereit für Anzeigen in auflagestarken Zeitungen höhere Preise zu bezahlen. Denn in Zeitungen mit hoher Auflage ist der Tausenderpreis niedriger. Der Tausenderpreis berechnet sich, indem man den Preis für eine Anzeige durch den tausendsten Teil der Auflage teilt. Je größer also die Auflage, um so kleiner der Tausenderpreis. Für den Verlag bedeuten die höheren Anzeigenpreise wiederum mehr Erlöse. Dadurch können die Zeitungen zu niedrigen Bezugspreisen angeboten und ihre redaktionelle Arbeit verbessert werden. Das bringt der Zeitung wieder neue Leser.¹¹⁹ Aus dieser Folge heraus – höhere Auflage, niedriger Tausenderpreis, mehr Anzeigen – entsteht ein Kreislauf der sich, wie eine Spirale, immer weiter hinaufschraubt. Dabei sind die großen Zeitungsverlage im Wettbewerb gegenüber den kleineren begünstigt. Diese müssen vor allem um die großen

¹¹⁷ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach, IfD Archiv 6075. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

¹¹⁸ Vgl. Gierth, Matthias: Jubeln mit der Politgarde. In: Rheinischer Merkur. Ausgabe vom 21.09.2000, S. 29

¹¹⁹ Vgl. Schütz, Walter J. (k): Pressewirtschaft. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 452-475, hier S. 452

Anzeigenkunden kämpfen. National verbreitete Unternehmen schalten ihre Inserate bevorzugt in auflagenstarken und überregionalen Zeitungen. Und so dreht sich für die kleineren Pressehäuser die Auflagen-Anzeigen Spirale in die entgegengesetzte Richtung. Denn je weniger Anzeigen geschaltet werden, desto niedriger sind die Erlöse für den Verlag. Das heißt, auf Investitionen und Produktverbesserungen muss verzichtet werden. Wenn daraufhin die Auflage sinkt, nehmen die Anzeigen noch weiter ab. Häufig hat das die Einstellung der auflagenschwächeren Zeitung zur Folge.¹²⁰

Um dennoch überleben zu können, gehen viele kleinere Zeitungen Kooperationen mit anderen Blättern ein. So können durch gemeinsame Druckmaschinen und Vertriebsorganisation Kosten gespart werden. Und wegen der zusammengefassten Auflagen steigt die Chance auf neue Anzeigenkunden. Häufig werden Zeitungen nicht völlig zusammengelegt, sondern kooperieren nur auf wirtschaftlicher Basis miteinander. In sogenannten Anzeigengemeinschaften oder Anzeigenringen werden überregionale Anzeigenaufträge gemeinsam abgewickelt.¹²¹

Nach der Wiedervereinigung waren andere Gründe für den einsetzenden Konzentrationsprozess ausschlaggebend. Alle Verlage wollten ihre Position auf dem Markt behaupten und sich gegen neue auf den Markt drängende Verlage verteidigen. So kauften die größeren Presseunternehmen die kleineren auf. Andere, vor allem kleinere Verlagshäuser, mussten sich zusammenschließen, um überhaupt überleben zu können. Die Folge aller Maßnahmen ist die Entstehung von Pressekonzernen. Meyn¹²² fasst die Gründe dafür folgendermaßen zusammen:

Verleger bilden Pressekonzerne, um:

- die Herstellungskosten zu senken (die unabhängig von der Auflage fixen Kosten für die Redaktion und große Teile der technischen Herstellung und des Vertriebs verteilen sich bei großer Verbreitung auf mehr Exemplare);
- Anzeigen billiger anbieten zu können
- Verwaltungskosten einzusparen und Anzeigen gemeinsam zu akquirieren,
- das Risiko zu verteilen.

Konzentrationsprozesse haben nicht nur im Pressewesen, sondern in jedem Wirtschaftsbereich die Folge, dass es immer größer werdende Konzerne gibt, die den Markt beherrschen. Die Schere zwischen großen und kleinen Unternehmen geht entsprechend auseinander. Für die kleineren Firmen wird es so schwerer ihre Existenz zu sichern. Welche Auswirkungen und Konsequenzen diese Entwicklung speziell im Bereich der Tagespresse hat, wird im folgenden Kapitel näher erläutert.

¹²⁰ Vgl. Schütz, Walter J. (k): a.a.O., S. 464ff.

¹²¹ Vgl. Schütz, Walter J. (k): ebd., S. 473

¹²² Meyn, Hermann: a.a.O., S. 137

3. Folgen der Entwicklung auf dem Pressemarkt

3.1 Die Gefahren der Konzentration

Die Medien in Deutschland nehmen als vierte Gewalt im Staate eine besondere Rolle ein. Sie sollen als Gegengewicht zu den drei anderen Gewalten (Exekutive, Legislative und Judikative) diese kontrollieren und kritisieren. Im Zuge dessen sollen sie möglichst vollständig, sachlich und verständlich über Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur informieren, "damit die Staatsbürger in der Lage sind, mit kritischem Bewusstsein das öffentliche Geschehen zu verfolgen."¹²³ Zu einer vollständigen Berichterstattung gehört ein Medienangebot, das eine Vielfältigkeit aufweist, in der sich Bürger aus allen gesellschaftlichen Schichten und Gruppierungen angesprochen und vertreten fühlen. Daneben soll es alle Bereiche des öffentlichen Lebens abdecken. Durch ihre Unabhängigkeit von "staatlichen Einflüssen" können in den Medien Problemstellungen von öffentlichem Interesse frei diskutiert werden. Somit haben die Medien Einfluss auf die Meinungsbildung der Bürger¹²⁴. Hierbei nimmt die Presse eine äußerst wichtige Rolle ein, weil in diesem Medium die Möglichkeit zu einer tiefgreifenden "Hintergrund-Berichterstattung" gegeben ist. Da Zeitungen nicht nur über tagesaktuelle Ereignisse berichten, sondern diese auch kommentieren und kritisieren, steuern sie einen wichtigen Teil zur Meinungsbildung der Leser bei.¹²⁵

Um all diese Aufgaben in ihrer Gesamtheit erfüllen zu können, stehen der Presse, und auch den anderen Medien, bestimmte Rechte zu. Das wichtigste und wohl auch grundlegendste ist das Recht auf Pressefreiheit. Sie wird in den ersten beiden Absätzen des Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert:¹²⁶

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Neben der Pressefreiheit werden in dem ersten Abschnitt zwar auch die Meinungs- und Informationsfreiheit rechtlich garantiert. Voraussetzungen für ihre Gewährleistung ist jedoch eine Medienlandschaft, " 'in der alle gesellschaftlichen Gruppen und geistigen Richtungen' auch tatsächlich zu Wort

¹²³ Meyn, Hermann: Massenmedien in Deutschland. Neuauflage. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2001, S. 34

¹²⁴ Vgl. Meyn, Hermann: ebd, S. 34f.

¹²⁵ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Presse. 2. überarb. Aufl. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 1996 (Bd. 1), S. 311

¹²⁶ Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1994, S.16

kommen, dass also ein 'Meinungsmarkt' besteht, auf dem die *Vielfalt* der in der Gesellschaft vertretenen Auffassungen *unverkürzt* zum Ausdruck gelangt".¹²⁷ Aufgrund des hohen Konzentrationsniveaus, das den Markt der bundesdeutschen Tagespresse prägt, geht das publizistische Angebot aber kontinuierlich zurück. Insbesondere die in den neuen Ländern für kurze Zeit herrschende Vielfalt an Presseerzeugnissen, ist heute praktisch verschwunden. In den meisten Regionen Ostdeutschlands ist das publizistische Angebot heute sogar geringer als noch vor der Wende. So werfen die Entwicklungen der letzten zwölf Jahre in der Bundesrepublik die Frage auf, ob unter diesen Bedingungen noch ein publizistisches Angebot bzw. eine Vielfalt gegeben ist, mit der die Presse die Erfüllung der ihr zugeteilten Aufgaben gewährleisten kann. Um eine Antwort auf diese Frage zu erhalten, muss noch ein anderer Aspekt berücksichtigt werden. Die Konzentrationsprozesse, die nach der Wiedervereinigung den Markt in Ostdeutschland ergriffen hatten, gaben kleineren Verlagen keine Chance zu überleben. So verschwanden sie langsam aber sicher vom Markt und ihren Platz füllten mehr und mehr große Medienkonzerne aus. Die Folge ist, dass im Bereich der lokalen und regionalen Abonnementpresse 52 Prozent der Gesamtauflage von nur fünf Großverlagen herausgebracht wird. Im Westen sind es dagegen nur 24,4 Prozent.¹²⁸ Aufgrund dieses Zustands ist die Gefahr groß, dass den Lesern nur noch ein "Einheitsbrei" vorgesetzt wird. Fast jede Tageszeitung ist irgendwie über Verlagskooperationen bzw. -beteiligungen mit den anderen Blättern vernetzt. Ein Blick auf die Anzahl der Ein-Zeitungs-Kreise in den neuen Bundesländern verstärkt diesen Eindruck weiter. Und nicht nur die Abnahme der publizistischen Vielfalt ist Folge dieser Situation. Durch den fehlenden Wettbewerb geht auch die inhaltliche Qualität der Tageszeitungen verloren. Die Redakteure können sich nicht mehr an Konkurrenzprodukten messen. Und wenn man die einzige Zeitung vor Ort ist, besteht auch nicht mehr die Notwendigkeit durch gut geschriebene Artikel Leser zu überzeugen, das Blatt zu kaufen. So ist man geneigt, die Frage, ob die vollständige Informationsversorgung für die Bürger durch die Tagespresse noch gewährleistet ist/werden kann, mit Nein zu beantworten. Insbesondere die Situation in den neuen Bundesländern lässt diesen Schluss zu.

Im Westen der Bundesrepublik sieht das etwas anders aus. Hier zählen durchschnittlich "nur" 45 Prozent¹²⁹ der Landkreise bzw. kreisfreie Städte zu den Ein-Zeitungs-Kreisen. Auch besteht dieser Zustand der hohen Konzentration auf dem Tagespressemarkt schon seit Mitte der 80er Jahre und konnte durch andere Medien ausgeglichen werden.

Neben der Verringerung des publizistischen Angebots und dem daraus folgenden Problem der Informationsversorgung für den Bürger, bringt die Entwicklung in der Presselandschaft noch eine weitere Schwierigkeit mit sich.

¹²⁷ Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, Opladen: Westdeutscher Verlag 1992. S. 21 (Hervorhebungen im Original). Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 268

¹²⁸ Stürzebecher, Dieter; Möhring, Wiebke: Geringe Auswahl. In: Journalist, 1997, H. 9, S. 28-30, hier S. 29

¹²⁹ Daten errechnet aus der Quelle: Schütz, Walter J. (i): Deutsche Tagespresse 2001. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2001, H. 12, S. 602-632, S. 623f.

Wie in der jüngsten Vergangenheit, birgt auch die Tatsache der Anzeigenabhängigkeit der Tageszeitungen Gefahren in sich. Zu rund zwei Dritteln wird die Tagespresse durch Werbeeinnahmen finanziert. Wenn diese Anzeigenumsätze ausbleiben bzw. sich stark verringern, wie es seit rund eineinhalb Jahren der Fall ist, kommen die Presseunternehmen in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Neue Konzentrationsvorgänge sind die Folge. Seit dem Rückgang der Anzeigen Mitte 2001 mussten zahlreiche kleine Verlage schließen. Auch die großen Pressekonzerne haben mit der aktuellen Entwicklung zu kämpfen. Redakteure wurden entlassen, zahlreiche lokale Ausgaben eingestellt. Die Folge: wieder geht publizistische Vielfalt verloren.

Daneben drängt sich aber bei dem Thema der Anzeigenabhängigkeit der Zeitungen auch ein weiterer Aspekt in den Vordergrund: In wie weit haben Inserenten, und insbesondere Großinserenten, Einfluss auf den Inhalt der Blätter? Grundsätzlich kann diese Frage wohl mit Nein beantwortet werden. Denn zwischen Verlag und Inserent herrscht eine doppelseitige Abhängigkeit, sowohl auf lokaler als auch auf überregionaler Ebene. Dazu trägt die hohe Konzentration auf dem Markt sogar positiv bei. In vielen Landkreisen und Städten ist keine Auswahlmöglichkeit an Tageszeitungen gegeben. Deshalb kann es sich ein Händler, der seine Waren anbieten möchte, nicht leisten, auf die eine Zeitung zu verzichten, die noch vor Ort ansässig ist. Die überregionalen bzw. die auflagenstarken Blätter haben nicht nur einen Großinserenten, sondern mehrere. Wenn also ein Konzern Druck auf den Verlag ausüben würde, könnte dieser ohne große finanzielle Folgen auf die Anzeigen verzichten.¹³⁰

Darüber hinaus ist dieses Eingreifen von Wirtschaftsunternehmen auf die Verlage nach einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts von 1969 ohnehin verboten. Im sogenannten "Blinkfuer"-Urteil heißt es:

"(...) Zum Schutz (...) der freien Presse muss aber die Unabhängigkeit von Presseorganen gegenüber Eingriffen wirtschaftlicher Machtgruppen mit unangemessenen Mitteln auf Gestaltung und Verbreitung von Presseerzeugnissen gesichert werden (...) Die Ausübung wirtschaftlichen Drucks, der (...) das Ziel verfolgt, die verfassungsrechtlich gewährleistete Verbreitung von Meinungen und Nachrichten zu verhindern, verletzt die Gleichheit der Chancen beim Prozess der Meinungsbildung."¹³¹

Zur Vollständigkeit sei noch erwähnt, dass neben Artikel 5 des Grundgesetzes die weiteren Rechte und Pflichten der Presse in den Landespressegesetze der Bundesländer beschrieben werden. Aufgrund der föderalen Struktur der Bundesrepublik liegt die Weisungsbefugnis direkt bei den Ländern. Jedes Bundesland hat sein eigenes Pressegesetz erlassen. Dort sind unter anderem noch einmal die Aufgaben der Presse festgelegt.

¹³⁰ Chill, Hanni; Meyn, Hermann: Vielfalt und Aufgaben der Printmedien. Massenmedien. In: Information zur politischen Bildung. Ausgabe Nr. 260 vom Oktober 1998, S. 14-26, hier S. 23

¹³¹ Meyn, Hermann: a.a.O., S.51

3.2 Kontrollmöglichkeiten

Die Konsequenzen, die der Konzentrationsprozess mit sich bringt, sind nicht zu unterschätzen. Bereits Mitte der fünfziger Jahre als die erste Konzentrationswelle den Markt der Tagespresse erfasste, begannen sich Medienexperten Gedanken über die Auswirkungen dieser Entwicklung zu machen. Im Mai 1967 wurde schließlich eine Kommission einberufen, die eine Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz von Presseunternehmen und der Folgen der Konzentration für die Meinungsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland untersuchen sollte. Sie bestand aus Vertretern der Verlage, der Journalisten, des Pressevertriebs, der Rundfunkanstalten und des öffentlichen Lebens. Nach ihrem Vorsitzenden Dr. Eberhard Günther, damals Präsident des Bundeskartellamts, wurde sie kurz "**Günther-Kommission**" genannt. Die Untersuchungen kamen zu dem Ergebnis, dass die Pressekonzentration die Pressefreiheit in Deutschland noch nicht beeinträchtigen würde. Um jedoch eine weitere Erhöhung des Konzentrationsgrads zu verhindern, riet die Kommission zu Maßnahmen, um der Entwicklung gegenzusteuern. Unter anderem schlug sie vor, eine gesetzliche Begrenzung von Marktanteilen einzuführen. Denn wenn ein Presseverlag mit oder ohne Mehrheitsbeteiligungen über 20 Prozent des Markts beherrschen würde, wäre, nach Meinung der Kommission, die Pressefreiheit bereits gefährdet. Daneben sollten kleinere Verlage durch Kredite zur "kooperativen Selbsthilfe", vom Staat finanziell unterstützt werden. Auch Zeitungen mit einer Auflage unter 100.000 Exemplaren sollten eine staatliche Förderung bekommen. Des Weiteren forderte die Günther-Kommission jährliche Medienberichte der Bundesregierung um die Entwicklung des deutschen Pressemarkts weiter zu verfolgen.¹³² Einige dieser Forderungen wurde in Form von Gesetzen durch die Bundesregierung verwirklicht, allerdings erst Jahre später.

Mit dem **Pressestatistik-Gesetz**, das 1975 beschlossen wurde, sollte jährlich eine Pressestatistik erarbeitet werden. Verleger sollten hier genaue Auskunft über ihre Zeitungen, die Struktur und Organisation ihres Unternehmens darlegen. Auf diese Weise sollten Tendenzen und Konzentrationsvorgänge frühzeitig erkannt werden. Daneben sollten Einsichten erlangt werden, wie die Vielfalt des Informationsangebots durch wirtschaftliche Maßnahmen gesichert werden könnte.¹³³

Um den anhaltenden Konzentrationsprozess zu verlangsamen, wurde 1976 eine **Pressefusions-Kontrolle** eingeführt. Von nun an musste das Bundeskartellamt Zusammenschlüsse von Presseunternehmen, die zusammen jährlich mehr als 25 Millionen Mark erwirtschaften überprüfen. Es hat drei Entscheidungsalternativen:¹³⁴

- Die Zustimmung kann verweigert werden, wenn durch die Fusion der beiden Verlage eine marktbeherrschende Stellung entsteht oder verstärkt wird.
- Eine Genehmigung kann erteilt werden, wenn die beteiligten Unternehmen aufzeigen können, dass sich die entstehende

¹³² Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S. 136

¹³³ Vgl. Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: ebd., S. 139

¹³⁴ Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O., S.147

Marktbeherrschung positiv auf die Wettbewerbsbedingungen auswirken wird.

- Als dritte Möglichkeit kann das Bundeskartellamt seine Zustimmung mit Bedingungen verknüpfen. Beispielsweise kann es von den beiden beteiligten Firmen verlangen, dass bei einem Zusammenschluss zwei selbständige Lokalredaktionen erhalten bleiben.

Ziel der Pressefusions-Kontrolle war, die Zeitungsvielfalt auf lokaler Ebene zu erhalten. Doch war sie nicht überall wirksam. Ein jährlicher Gesamtumsatz von 25 Millionen Mark entspricht etwa einer Auflage von 80.000 Exemplaren. Das bedeutet, dass Zusammenschlüsse von Presseunternehmen unterhalb dieser Marke vom Bundeskartellamt nicht berücksichtigt werden.

Nichtsdestotrotz zeigte diese Kontrolle Wirkung. 1976 begann eine Phase der Konsolidierung und der Konzentrationsprozess verlangsamte sich. Ob das an der "natürlichen" Beruhigung des Pressemarkts lag oder die Fusionskontrolle die Ursache war, ist unklar.

Als weitere Institution beschäftigte sich auch der **Deutsche Presserat** mit dem Thema der Pressekonzentration. Er richtete, bereits 1965, eine "Kommission für Fragen der Konzentration im deutschen Pressewesen" ein. Sie erarbeitete zunächst eine Bestandsaufnahme, die Auskunft über die Struktur des Pressewesens in Deutschland geben sollte. Zu diesem Zweck wurden in den einzelnen Bundesländern Länderberichte zusammengestellt. Diese zeigten die Besitzverhältnisse in der deutschen Tagespresse auf, die Zusammenarbeit der Verlage untereinander, sowie die Wettbewerbsverhältnisse.¹³⁵

Die weiteren Aufgaben des Deutschen Presserats beziehen sich größtenteils auf die inhaltliche Seite der Zeitungen. Er sorgt für die Einhaltung der in Artikel 5 des Grundgesetzes garantierten Rechte, also für die Gewährleistung der Pressefreiheit oder den freien Zugang zu Nachrichtenquellen. Der Presserat kontrolliert nach seinen im sogenannten Pressekodex festgehaltenen Richtlinien den Inhalt der Zeitungen. Auch werden Beschwerden und Anmahnungen von Bürgern bearbeitet, dafür ist der sogenannte Beschwerdeausschuss zuständig. Bei Nichteinhaltung dieser Grundsätze, kann er Rügen erteilen. Daneben gehört es auch zu seinen Aufgaben auf Missstände und Strukturveränderungen im Pressewesen hinzuweisen und so Entwicklungen entgegenzutreten, die eine freie Informations- und Meinungsbildung des Bürgers gefährden könnte.

Doch der Presserat kann nur auf Missstände aufmerksam machen und hoffen, dass von staatlicher Seite darauf reagiert wird. Seine Beschlüsse sind nicht rechtlich verpflichtend einzuhalten, sondern setzen auf freiwillige Zustimmung.¹³⁶

Bei der Betrachtung der Kontrollmittel muss angemerkt werden, dass die vielen Kommissionen und Gesetze alle zu einer Zeit eingeführt wurden als die erste Konzentrationswelle den deutschen Pressemarkt erfasst hatte. Im Laufe der darauffolgenden Konsolidierungsphase wurden den Kontrollmöglichkeiten nicht

¹³⁵ Vgl.: Kieslich, Günter: Wettbewerb der Massenmedien und Konzentration im Pressewesen. In: Publizistik, 13.Jg. 1968, Hf. 2-4, S. 187f. Zit. n.: Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: a.a.O., S.

138

¹³⁶ Vgl. Meyn, Hermann: a.a.O., S. 70f.

mehr so viel Aufmerksamkeit geschenkt. Das Hauptaugenmerk des Presserats beispielsweise ist heute auf die inhaltliche Kontrolle der Zeitungen gerichtet. Das Pressestatistik-Gesetz wurde im Jahre 1996 unter der Regierung von Helmut Kohl wieder abgeschafft.

In der aktuellen Krise des Tageszeitungsgeschäfts, werden die Rufe von Verlegerseite immer lauter, die Bedingungen der Pressefusionskontrolle zu lockern. Die Verleger beklagen, dass die Regelung so wie sie bis jetzt besteht, das Wachstum der Verlage behindern würden. Noch sieht aber das Bundeskartellamt keinen Anlass, die Fusionskontrolle zu ändern. Sie möchte verhindern, dass das Konzentrationsniveau noch weiter ansteigt und die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise noch höher wird.¹³⁷

¹³⁷ Vgl. Herkel, Günter: Pressefusionskontrolle ade? Kartellwächter: Kein Anlass für eine Korrektur. In: Menschen machen Medien. Ausgabe Nr. 12 vom 01.12.2001, S. 16f.

Fazit

In der Arbeit sollten die Ereignisse der Tagespresse seit der Wende beschrieben werden. Dabei wollte ich die Frage beantworten, ob, und wenn ja, warum sich die Entwicklung auf den Pressemärkten der beiden Landesteile unterschiedlich abspielte. Daneben wollte ich auf die Folgen der Konzentrationsprozesse aufmerksam machen und Kontrollmöglichkeiten darstellen.

Abschließend kann festgehalten werden, dass das Pressewesen in West- und Ostdeutschland eine unterschiedliche Entwicklung durchlaufen hat. Der westdeutsche Pressemarkt befand sich zur Zeit der Wende in einer anhaltenden Konsolidierungsphase. Das Konzentrationsmaß befand sich auf einem Niveau, das zu diesem Zeitpunkt keine weiteren tiefgreifenden Veränderungen zuließ. Erst mit dem Zusammenbruch des Anzeigenmarktes im vorherigen Jahr, bahnte sich eine neue Konzentrationswelle an. Diese spielt sich jedoch derzeit nur innerhalb der Verlage ab. Beispielsweise durch die Zusammenlegungen von Redaktionen (siehe Welt und Berliner Morgenpost) oder dem Einstellen von Lokalausgaben (Berliner Seiten der FAZ). Aufgrund der noch immer geltenden Pressefusionskontrolle werden weitergehende Konzentrationsvorgänge verhindert.

Im Osten dagegen bedeutete die Wende den Umbruch in allen Bereichen des wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Lebens. Auch die Tagespresse wurde von den Ereignissen dieser Zeit mitgerissen. Neue Blätter formierten sich, insbesondere Bürgerbewegungen sahen eine Chance, nun ihre regimekritischen Äußerungen gefahrlos zu veröffentlichen. Der Pressemarkt öffnete seine Türen für westliche Medienprodukte. Diese wurden auch recht bald nach der Öffnung der Grenzen auf den Pressemarkt der damaligen DDR geworfen. Mit der Loslösung der SED-Presse von der Partei und dem folgenden Verkauf durch die Treuhandanstalt sollte ein Neubeginn in der ostdeutschen Presselandschaft getan werden. Doch durch die Art und Weise wie die Treuhand die Tageszeitungen verkaufte, wurde diese Chance auf einen Neubeginn verpasst. Die Strukturen, wie sie zu DDR-Zeiten schon bestanden, bestehen heute noch immer. Die ehemaligen SED-Titel konnten ihre Übermacht und ihre Monopolstellungen in einigen Gebieten sogar ausbauen. Die publizistische Vielfaltigkeit ist heute niedriger als noch vor der Wende. So kann man zu dem Schluss kommen, dass die Pressemärkte in beiden Landesteilen auch nach zwölf Jahren noch immer nicht zusammengewachsen sind. Sie unterscheiden sich sowohl in ihrer Struktur als auch in ihrer Zeitungswahl. Blätter aus Ostdeutschland finden ihre Verbreitung in Ostdeutschland und Zeitungen aus dem Westen, werden überwiegend nur dort gelesen. Ausnahme bildet nach wie vor die "Bild"-Zeitung. Lediglich im Leseverhalten ist es zu einer Vereinheitlichung gekommen. Nachdem im Jahr 1991 noch Unterschiede zu erkennen waren, lesen heute sowohl ostdeutsche als auch westdeutsche Bürger am liebsten Lokalnachrichten, gefolgt von überregionalen und politischen Informationen.

Neben dem Vergleich zwischen den neuen und alten Bundesländern befasste sich der letzte Teil der Arbeit mit den Konsequenzen und Kontrollmöglichkeiten dieser Entwicklung.

Die Auswirkungen der Konzentrationsprozesse sind vielfältig. Die Verminderung des publizistischen Angebots oder der Verlust an Qualität sind nur zwei der Folgen. Mit ihnen ist jedoch die Frage verbunden, ob eine vollständige Informationsversorgung für den Bürger durch die Tagespresse noch gewährleistet werden kann.

Daneben haben die Ereignisse auf dem Pressemarkt noch viel weiterreichende Konsequenzen. Bei der Betrachtung der letzten Jahre treten noch andere Aspekte auf. In wie weit hat beispielsweise die Wirtschaft durch die Anzeigenabhängigkeit der Verlage Einfluss auf den Inhalt der Zeitungen. Im Zuge dieser Arbeit, wurde diese Frage zwar mit "nein" beantwortet, doch wie lange gilt das noch? Nie war die Presse mehr auf den Aufschwung des Werbemarkts und auf seine Umsätze angewiesen.

Die Krise des Pressewesens hat zur Folge, dass von Seiten der Verlage häufig mit Massenentlassungen reagiert wird. In einem Land mit Massenarbeitslosigkeit verschlimmert das die Lage nur noch mehr.

Als das Problem der Pressekonzentration Mitte der 60er Jahre zum ersten Mal aufkam, wurde verschiedene Kommissionen ins Leben gerufen. Sie sollten sich mit den Ursachen und Auswirkungen des Problems auseinandersetzen. Es wurden Gesetze erlassen, Beschlüsse gefasst und Kontrolldienste eingeführt. Das Pressestatistikgesetz wurde in der Zwischenzeit wieder abgeschafft und der Deutsche Presserat, als Beispiel für eine Institution, die Veränderungen in der Struktur des Pressewesens beobachten und kontrollieren soll, befasst sich heute mehr mit anderen Aufgaben. Einzig die Pressefusionskontrolle besteht weiterhin. Noch. In der jüngsten Vergangenheit wurden die Stimmen immer lauter, diese Kontrolle zu lockern oder völlig abzuschaffen. Die Folgen dieses Schritts wären vermutlich beträchtlich: Fusionen von Großkonzernen, Zusammenlegungen von Redaktionen, noch mehr Entlassungen und ein Zeitungssterben insbesondere der kleinen Zeitungen. Wie sehr das publizistische Angebot und die redaktionelle Qualität darunter leiden würde, ist nur abzuschätzen. Es bleibt abzuwarten, wie diese Diskussion weiter gehen wird.

Quellenverzeichnis

Bauer, Inez: Jugend und Tageszeitung. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1996, H. 1, S. 8-17, hier S. 8

BDZV/Schütz: Daten und Fakten zum Zeitungsmarkt 1999/2000. Dokumentation. In: iw-Medienspiegel Beilage, 30.04.2001, S. 1-7

Berg, Klaus/Kiefer, Marie Luise (Hrsg.): Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964.1990. Baden-Baden: Nomos 1992; Schriftenreihe Media Perspektiven Bd. 12

Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, Opladen: Westdeutscher Verlag 1992

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '90. BDZV-Jahrbuch. Red: Hans-Joachim Fuhrmann (verantwort.). Bonn: BDZV 1990

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '91. BDZV-Jahrbuch. Red: Hans-Joachim Fuhrmann (verantwort.). Bonn: BDZV 1991

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '92. BDZV-Jahrbuch. Red: Hans-Joachim Fuhrmann (verantwort.). Bonn: BDZV 1992

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen '95. BDZV-Jahrbuch. Red: Hans-Joachim Fuhrmann (verantwort.). Bonn: BDZV 1995

Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1994

Chill, Hanni; Meyn, Hermann: Vielfalt und Aufgaben der Printmedien. In: Information zur politischen Bildung. Ausgabe Nr. 260 "Massenmedien" vom Oktober 1998, S. 14-26

Dohmen, Florian: Medien & Macht. Ökonomische, politische und kulturelle Dimensionen multimedialer Entwicklung. Hamburg: VSA-Verlag 1998

Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 382-417

Gangloff, Tilmann P.: Revier-Kämpfe. Die überregionalen Tageszeitungen wollen wildern. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 53 vom 07.07 2001, S. 3

Gefken, Michael: Schlichtweg verschlafen. In: Wirtschaftswoche. Ausgabe Nr. 28 vom 04.07.2002, S. 72

Gierth, Matthias: Jubeln mit der Politgarde. In: Rheinischer Merkur. Ausgabe vom 21.09.2000, S. 29

Grajczyk, Andreas; Klingler, Walter: Mediennutzung der ab 50-Jährigen. In: Media Perspektiven. Frankfurt/Main: 04/1999, S. 202-216

Gregor, Andrea: Wann hat das Bibbern ein Ende. Vom schlechten Anzeigengeschäft sind die überregionalen Tageszeitungen besonders betroffen. In: Stuttgarter Zeitung. Ausgabe Nr. 142 vom 22.06.2002, S. 15

Grubitzsch, Jürgen: Presselandschaft der DDR im Umbruch. In: Media Perspektiven. Frankfurt a. M., 1990, H. 3, S. 140-155

Held, Barbara; Simeon, Thomas: Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994). Berlin: Spiess 1994

Herkel, Günter: Pressefusionskontrolle ade? Kartellwächter: Kein Anlass für eine Korrektur. In: Menschen machen Medien. Ausgabe Nr. 12 vom 01.12.2001, S. 16-17

Holzweißig, Gunter: Massenmedien in der DDR. 2. Aufl. Berlin: Verlag Gebr. Holzapfel 1989

Keller, Dieter: Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Zeitungen '95. BDZV-Jahrbuch. Bonn: BDZV 1995, S. 36-75

Kiefer, Marie-Luise: Massenkommunikation 1990. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1990, H. 4, S. 244-261

Kieslich, Günter: Wettbewerb der Massenmedien und Konzentration im Pressewesen. In: Publizistik, 13.Jg. 1968, Hf. 2-4, S. 187f.

Koszyk, Kurt: Die deutsche Presse 1945-1949. In: Wagner, Hans (Hrsg.): Idee und Wirklichkeit des Journalismus. Festschrift für Heinz Starkulla. München: Olzog 1988, S. 61-74

Linksdörfer, Michael: Tauziehen geht weiter. In: Journalist, 1990, H. 3, S. 49f.

Mahle, Walter A. (Hrsg.): Medien im vereinten Deutschland. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1991. (AKM-Studien; Bd. 37)

Mahle, Walter A. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1992. (AKM-Studien; Bd. 38)

Meyn, Hermann: Massenmedien in Deutschland. Neuauflage. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2001

Morhart, Claus: Abenteuerlich. Presse-Krise, Kirch-Pleite: Ein epd-Interview mit dem Medienforscher Horst Röper. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 55 vom 17.07.2002, S. 3

Müllerleile, Christoph; Schulze, Volker: Zur Presseentwicklung in der DDR. In: Zeitungen '90. BDZV-Jahrbuch, Bonn: BDZV 1990, S. 16-26

Nöcker, Rolf: Tiefe Einschnitte in der Zeitungsbranche. Dramatische Einbrüche im Anzeigengeschäft / Aufschwung frühestens Mitte 2003. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. Ausgabe Nr. 146 vom 27.Juni 2002, S. 26

Noelle-Neumann, Elisabeth: Pressekonzentration und Meinungsbildung. In: Publizistik, 13. Jg. 1958, Hf. 2-4, S. 107-136

o.V.: Ostzeitungen erleiden hohe Anzeigenverluste. Fast 18 Prozent Minus – BDZV sieht schwache Konjunktur als Grund. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 63 vom 11.08.2002, S. 13

o.V.: Verleger: Anzeigenrückgang bedeutet "Normalisierung". Größte Einbrüche mit 40 Prozent bei überregionalen Zeitungen. In: EPD Medien. Ausgabe Nr. 49 vom 23.06.2002, S. 21

Pürer, Heinz; Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Presse. 2. überarb. Aufl. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 1996 (Bd.1)

Rennefanz, Sabine: Münchener Gewitter. Zeitungen in der Krise. In: Berliner Zeitung. Ausgabe vom 11.07.2002, S. 15

Röper, Horst (a): Formationen deutscher Medienmultis 1991. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1992, H. 1, S. 2-23.

Röper, Horst (b): Die Entwicklung des Tageszeitungsmarktes in Deutschland nach der Wende in der ehemaligen DDR. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1991, H. 7, S. 421-430

Röper, Horst (c): Die Multis sind da. In: Journalist, 1990, H. 10, S. 18-22.

Röper, Horst (d): Zeitungsmarkt: Konzentrationswerte auf hohem Niveau stabil. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1995, H. 9, S. 428-435

Röper, Horst (e): Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet? In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2000, H. 7, 297-309

Schneider, Beate (a): Strukturen, Anpassungsprobleme und Entwicklungschancen der Presse auf dem Gebiet der neuen Bundesländer (einschließlich des Gebiets des früheren Berlin-Ost). Unter der Mitarbeit von Jürgen Grubitzsch, Marianne Kramp und Dieter Stürzebecher. Forschungsbericht für den Bundesminister des Inneren, Bd. 1. (verw. Msk.), Hanover/Leipzig 1992, S.154-166

Schneider, Beate (b): Pressemarkt Ost: Ein Refugium des "demokratischen Zentralismus". In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Medien im vereinten Deutschland. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1991, S. 71-80

Schneider, Beate (c): Als wären es Seifenblasen. In zehn Jahren verkaufte die Treuhand einstige SED-Zeitungen an westdeutsche Verlage. In: Berliner Zeitung. Ausgabe vom 12.04.2001, S. 16

Schneider, Beate; Stürzebecher, Dieter: Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Ländern. 1.Aufl. Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 1998

Schulze, Volker: Die Zeitung. Ein medienkundlicher Leitfaden. Überarb. Neuauflage, Aachen-Hahn: Hahner Verl.-Ges. mbH 2001

Schütz, Walter J. (a): Deutsche Tagespresse 1991. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1992, H. 2, S.74-107

Schütz, Walter J. (b): Die deutsche Tagespresse 1989. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1989, H. 12, S. 749-775

Schütz, Walter J. (c): Zur Entwicklung des Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989-1992. In: Zeitungen '92. BDZV-Jahrbuch. Bonn: BDZV 1992, S. 270-296

Schütz, Walter J. (d): Der Zeitungsmarkt in den neuen Ländern. In: Zeitungen '91. BDZV-Jahrbuch. Bonn: BDZV 1991, S. 106-118

Schütz, Walter J. (e): Deutsche Tagespresse 1993. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1993, H. 4, S. 168-198

Schütz, Walter J. (f): Deutsche Tagespresse 1995. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1996, H. 6, S. 324-336

Schütz, Walter J. (g): Deutsche Tagespresse 1997. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1997, H. 12, S. 663-684

Schütz, Walter J. (h): Deutsche Tagespresse 1999. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2000, H. 1, S. 8-29

Schütz, Walter J. (i): Deutsche Tagespresse 2001. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 2001, H. 12, S. 602-632

Schütz, Walter J. (k): Pressewirtschaft. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 452-475

Simon, Ulrike: 1+1=2. Die Verlagsgruppe Holtzbrinck kauft den Verlag der "Berliner Zeitung". In: Der Tagesspiegel. Ausgabe vom 27.06.2002, S. 35
Stiehler, Hans-Jörg; Karig, Ute: Fernschnutzerprofile wie im Westen. In: Media Perspektiven, Frankfurt a. M., 1993, H. 3, S. 127-133

Stiftung Lesen (Hrsg.): Lesen. Zahlen, Daten, Fakten über Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und ihre Leser. Materialien der Stiftung Lesen zur Leseförderung und Leseforschung Bd.3. Mainz: Stiftung Lesen 1991

Stürzebecher, Dieter; Möhring, Wiebke: Geringe Auswahl. In: Journalist, 1997, H. 9, S. 28-30

Treuhandanstalt (Hrsg.): Dokumentation 1990-1994 , 6. Bd. Berlin: Treuhandanstalt 1994

Wagner, Hans (Hrsg.): Idee und Wirklichkeit des Journalismus. Festschrift für Heinz Starkulla. München: Olzog 1988

Wilke, Jürgen (a): Presse. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 382-417

Wilke, Jürgen (b): Medien DDR. In: Fischerlexikon Publizistik – Massenkommunikation. Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.), 5. aktualisierte Aufl. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag 1999, S. 219-244

Wilke, Jürgen (c): Der Pressevertrieb in den neuen Bundesländern. In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. Nationale und internationale Perspektiven. München: Ölschläger 1992, S. 51-59

Ziesemer, Bernd: "Kreativ, flexibel und solide". Stefan von Holtzbrinck über den Verkauf von n-tv, den Kauf des Berliner Verlags und die Lage des Unternehmens. In: Der Tagesspiegel Ausgabe vom 01.07.2002, S. 31

Internetquellen

BDZV: MA 2002: Stabile Reichweiten / Jugend liest wieder mehr Zeitung. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

BDZV über die Allensbacher Werbeanalyse (AWA) 2001: Reichweiten in den alten Ländern leicht gestiegen. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

Institut für Demoskopie, Allensbach, IfD Archiv 6075. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 28.09.2002)

Schütz/BDZV: Zeitungen '02. Quelle: www.bdzv.de (Zugriff am 30.09.2002)

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

Stuttgart, den 15.10.2002
Ort, Datum

B. Schwartzkopff
Unterschrift

