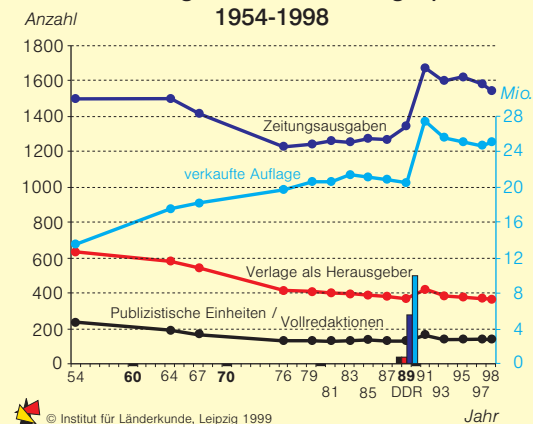


Struktur und Organisation der Tagespresse

Volker Bode

1 Entwicklung der deutschen Tagespresse 1954-1998

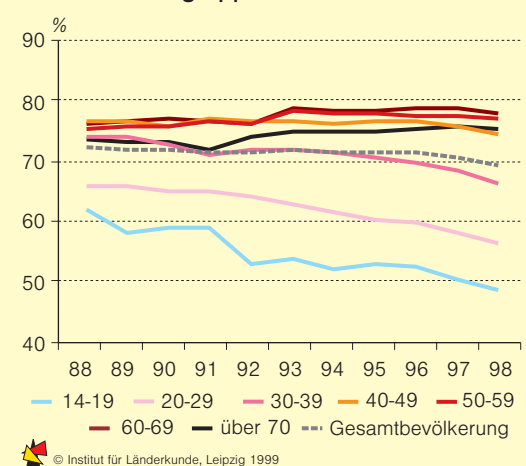


Die deutsche Zeitungslandschaft ist durch eine große Zeitungsvielfalt geprägt. Zeitungen besitzen trotz zunehmender Bedeutung neuer elektronischer Medien und Kommunikationsmittel in der multimedialen Kommunikationsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland nach wie vor eine herausragende Bedeutung als Informations-, Unterhaltungs- und Meinungsbildungsmedien. Tageszeitungen haben als Abonnement- und Straßenverkaufszeitungen den größten Marktanteil (80%), während die Wochen- (6%) und Sonntagszeitungen (14%) mit deutlichem Abstand folgen. 1997 erschienen insgesamt 1582 Tageszeitungsausgaben in 371 Zeitungsverlagen – darunter 355 lokale/regionale Abonnementzeitungen, 6 überregionale Zeitungen und 10 Kaufzeitungen erstellt von 135 Vollredaktionen mit einer Gesamtverkaufsaufage von rd. 25 Mio. Exemplaren (MEDIENBERICHT '98). Damit ist Deutschland das „titelreichste Zeitungsland Europas“ (KRINGE 1996, S. 4).

Nutzung und Leseverhalten

Die deutsche Tagespresse ist zum größten Teil regional bzw. lokal orientiert. Die

2 Nutzung regionaler Abonnementzeitungen nach Altersgruppen in % von 1988-1998



hohe Leser-Blatt-Bindung basiert im Wesentlichen auf dem besonders großen Interesse an lokaler Berichterstattung, und aufgrund ihrer aktuellen und regelmäßigen ortsbezogenen Informationen spielen Zeitungen bei der Entwicklung regionsspezifischer Identifikationsprozesse eine ganz wesentliche Rolle (AMELN 1989). Etwa 70% der Bevölkerung lesen täglich eine Zeitung aus ihrer Region. Ältere Bundesbürger/innen nutzen Tageszeitungen erheblich intensiver als Jugendliche 2. Außerdem werden in peripheren ländlichen Regionen je Haushalt erheblich mehr Tageszeitungen abonniert als in den Metropolregionen Berlin, Hamburg und München 3.

Regionale Abonnement-Tageszeitungen

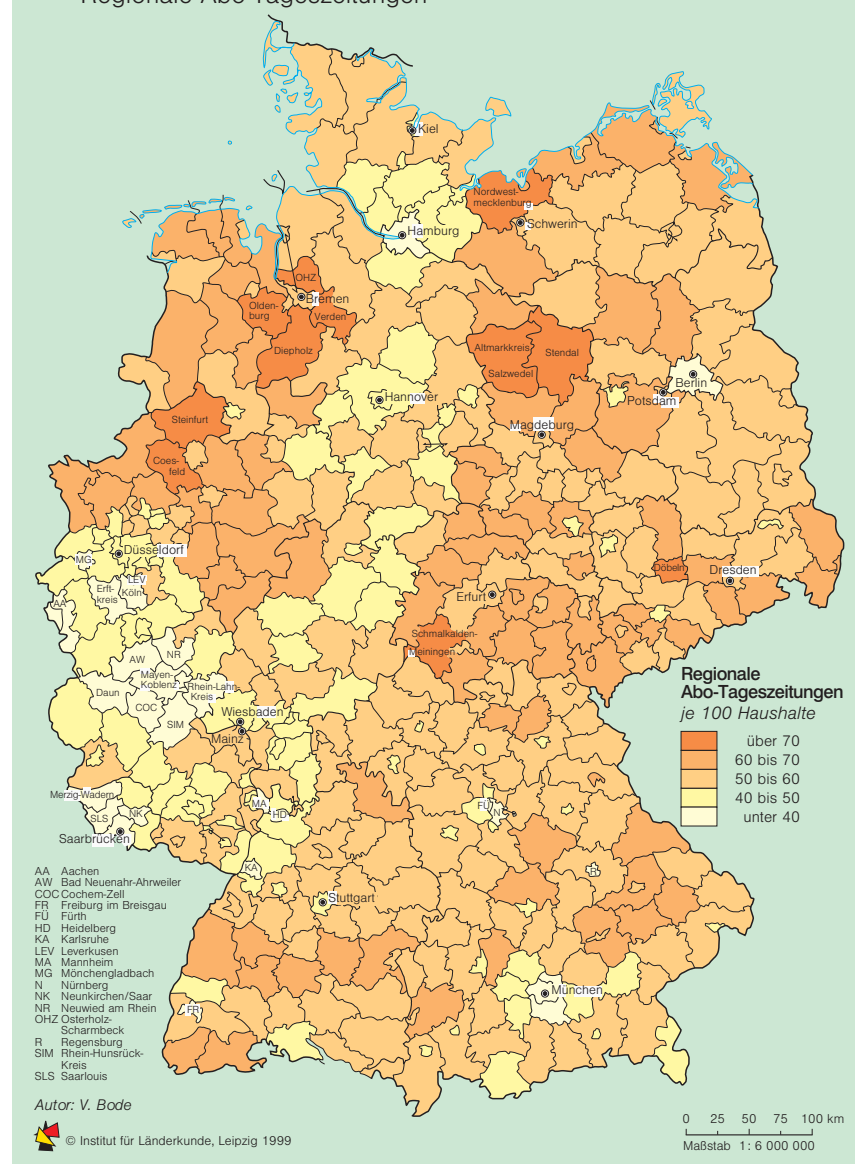
besitzen einen lokalen/regionalen Redaktions- und Anzeigenteil und werden in einem bestimmten Gebiet überwiegend im Abonnement vertrieben. Darunter gibt es Zeitungen mit hohem Prestige und bundesweiter Beachtung (Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung etc.). Daneben existieren 6 überregionale Tageszeitungen, die mehr als die Hälfte ihrer Auflage außerhalb eines bestimmten regional begrenzten Gebietes absetzen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Welt, Deutsche Tagespost, taz, Neues Deutschland und Junge Welt). **Straßenverkaufszeitungen** sind Blätter, die durch Einzelverkauf vertrieben werden, wie z.B. Bild.

Dieses Tageszeitungsangebot lässt sich in drei Kategorien strukturieren (SCHÜTZ 1997; MEDIENBERICHT '98). Die unterste Ebene bilden die **Ausgaben** (einschl. Neben- und Lokalausgaben), die sich durch entsprechende inhaltliche Gestaltung, abgestimmt auf ein bestimmtes Verbreitungsgebiet, auszeichnen. Die zweite Kategorie wird von den **Verlagsbetrieben** getragen. Ihre Anzahl deckt sich weitgehend mit der Zahl der **Hauptausgaben**. Die dritte und übergeordnete Einheit stellen die **Publizistischen Einheiten** dar. Dies betrifft **Vollredaktionen**, die den allgemeinen politischen Teil, den sog. **Zeitungsmantel**, redaktionell selbständig erstellen. Alle Zeitungen, die den Mantel derselben Vollredaktion beziehen, gehören zu einer Publizistischen Einheit.

Räumliche Organisation der regionalen Tagespresse

Der seit Jahrzehnten betriebswirtschaftlich bedingte Konzentrationsprozeß in der Tagespresse hat zu einem stetigen Rückgang der Anzahl an Verlagsbetrieben und Vollredaktionen und damit auch zu einer Reduzierung der Angebotsvielfalt geführt 1. So können rd. 41% der Bevölkerung in 242 von insgesamt 440 Kreisen lediglich eine entsprechende regionale Tageszeitung abonnieren. Besonders ausgeprägt ist die Situation in Ostdeutschland; hier sind 70% der Kreise betroffen.

3 Zeitungsdichte 1998 Regionale Abo-Tageszeitungen



Die Zeitungslandschaft basiert in den alten Ländern im Wesentlichen auf der Lizenzvergabe der Alliierten nach dem Zweiten Weltkrieg (BLOTEVOGEL 1984). Die Vielfalt ist hier insbesondere in den 60er und 70er Jahren drastisch zurückgegangen. Auf dem Gebiet der neuen Länder sind seit 1990 mehr als die Hälfte aller früheren DDR-Zeitungen vom Markt verschwunden. Auch fast alle Neugründungen haben inzwischen ihren Betrieb eingestellt, so dass die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen den ostdeutschen Pressemarkt dominieren. Aufgrund der sehr hohen Barrieren für Neugründungen kann man bundesweit davon ausgehen, dass die Etablierung der Vollredaktionen und die Regionalisierung der Tagespresse mittlerweile relativ stabil sind.

In Deutschland existieren auf dem Zeitungsmarkt der regionalen Abonnement-Tageszeitungen, mit einer Auflage von rd. 17 Mio. Exemplaren, insgesamt 122 Vollredaktionen, die ihren eigenen

Zeitungsmantel erstellen 4. Dazu zählen auch die Redaktionen der beiden Tageszeitungen Flensburg Avis und Serbske Nowiny der autochthonen Minderheiten der Dänen und Sorben. Drei Viertel der Vollredaktionen haben ihren Sitz in Oberzentren. Die in 14 Kreisen Nordrhein-Westfalens dominierende Westdeutsche Allgemeine (WAZ) aus Essen ist mit einer Verkaufsaufage von 605 Tsd. mit Abstand die größte Publizistische Einheit; mit einer Auflage von rd. 450 bzw. 430 Tsd. folgen Freie Presse in Chemnitz, und Hannoversche Allgemeine Zeitung. Weit entfernte Kooperationen gehen die in ihrem jeweiligen Kreis dominanten Zeitungen Döbelner Anzeiger und Oranienburger Generalanzeiger ein, die ihren Mantel vom Hellweger Anzeiger in Unna bzw. von der Kreiszeitung in Syke beziehen.◆

Interpretationsbeispiel

Zeitungsregion, in der der Zeitungsanteil des "Kölner Stadt-Anzeigers" den dominanten Marktanteil besitzt. Die Vollredaktion erstellt den Mantel für eine Hauptausgabe und insgesamt 16 Ausgaben, einschl. Regional-/Lokalausgaben; (Vollredaktionstyp Ib)

Sitz der Vollredaktion "Kölner Stadt-Anzeiger" innerhalb der Zeitungsregion, mit einer Verkaufsaufgabe von 200 bis 300 Tsd.

Sitz der Vollredaktion "Hannoverer Volkszeitung" mit einer Verkaufsaufgabe < 50 Tsd. und ohne Zeitungsregion

Eine Zeitung mit dem Mantel der "Hannoverer Volkszeitung"

Zeitungsregion, bestehend aus zwei Gebieten, in der der Zeitungsanteil der "Kölnischen Rundschau" den dominanten Marktanteil besitzt. Die Vollredaktion erstellt den Mantel für eine Hauptausgabe und insgesamt 17 Ausgaben, einschl. Regional-/Lokalausgaben; (Vollredaktionstyp Ib)

Sitz der Vollredaktion "Kölnische Rundschau" außerhalb der Zeitungsregion, mit einer Verkaufsaufgabe von 100 bis 200 Tsd.

Zeitungsregionen

- Grenze einer Zeitungsregion
- Gebiete mit dominierendem Marktanteil von Abonnement-Tageszeitungen mit dem gleichen Zeitungsanteil, der in der jeweiligen Vollredaktion erstellt wird (Kreisbasis).
- Main-Post Name einer Vollredaktion mit eigener Zeitungsregion
- Zusammengehörigkeit von räumlich getrennten Gebieten einer Zeitungsregion
- Mindener Tageblatt Name einer Vollredaktion ohne eigene Zeitungsregion
- (III/) Anzahl der kooperierenden Zeitungen/Hauptausgaben
- (/15) Anzahl der Zeitungsauflagen

