

**Gutachterliche Stellungnahme
zu Veröffentlichungen
über die Medienbeteiligungen der ddvg**

FORMATT-Institut

Horst Röper

Dortmund, April 2003

3. Fassung

I. Stellungnahme zu Veröffentlichungen über die Medienbeteiligungen der SPD

Mindestens seit zwei Jahren anhaltend wird die Rolle der SPD eigenen Holding Deutsche Druck und Verlags GmbH & Co KG (ddvg) in Hamburg in der Medienbranche diskutiert. Insbesondere aber nicht ausschließlich haben sich "Focus" und "Welt am Sonntag", später auch die "Frankfurter Allgemeine Zeitung" wiederholt mit dem Beteiligungsbesitz der ddvg beschäftigt. Auch in diesen Berichten tauchten immer wieder Unrichtigkeiten auf. Diese fehlerhaften Darstellungen wurden offensichtlich durch Recherchen im Archiv, also durch Rückgriff auf fehlerhafte Darstellungen, multipliziert.

Spätestens seitdem die ddvg über die Veröffentlichung eines Geschäftsberichts regelmäßig auch ihre Beteiligungen an Medienunternehmen, insbesondere an Zeitungsverlagen offenlegt, wären die Fehler in der journalistischen Berichterstattung leicht zu vermeiden gewesen. Dies ist nicht geschehen.

Insbesondere in der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" und dem Fachdienst "Medien Tenor" sind jeweils summarische Angaben zur Gesamtauflage jener Tageszeitungen gemacht worden, mit denen die ddvg in irgendeiner Weise in Beziehung steht. Die Sachverhalte und Kriterien nach denen diese Beziehungen bewertet und gewichtet wurden, wurden nicht offengelegt. Gesellschaftsrechtliche Beziehungen über Beteiligungsbesitz waren jedenfalls nur ein Kriterium. Ein anderes die pressenspezifische Kooperationsform der Mantelbelieferung, also der Übernahme der überregionalen Berichterstattung in der Regel durch kleinauflagige Zeitungen von Verlagen mit größerer Auflage. Andere Kriterien kamen offensichtlich, aber im Einzelnen nicht genannt hinzu.

Mit dieser nicht akzeptablen Mixtur von Kriterien sind letztlich Summenbildungen vollzogen worden, die wiederum falsche Eindrücke vermitteln. Dies gilt sowohl für Angaben zu den absoluten Auflagenzahlen als auch für Angaben zu Marktanteilen.

So sind beispielsweise zwei Aussagen im "Medien Tenor" Nr. 124 vom 15.09.2002 falsch. Der "Medien Tenor" schreibt:

1. "Rund zwei Millionen davon (von den in Deutschland an Werktagen verkauften Tageszeitungen, H. R.) erscheinen in Verlagen, an denen die SPD über ihre Holding DDVG Anteile hält." (S. 55)

2. Die Überschrift zu einer Grafik auf S. 55: "Zehn Prozent in SPD-Hand. Anteile der Gesamtauflage (in Prozent)".

An der Bündelung von Auflagenzahlen und der Berechnung von Marktanteilen im Markt der Tageszeitungen besteht durchaus ein öffentliches Interesse. In der Kommunikationswissenschaft wird diesem Interesse entsprochen, indem nach Zeitungs- und Verlagsgruppen differenziert das Angebot untersucht wird, wobei in der Regel die verkaufte Auflage als Maßeinheit benutzt wird, nicht etwa die Leserzahl oder der Umsatz der Verlage. Unter dem Terminus Zeitungsgruppe oder auch Publizistische Einheit werden dabei all jene Zeitungen zusammengefasst, deren überregionale Berichterstattung (der sog. Mantel) übereinstimmen, wobei diese Übereinstimmung nicht in allen klassischen Ressorts (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Buntes) gegeben sein muss, sondern z. T. nur bei den Politikseiten existiert. Die so gebildeten Auflagensummen geben einen Überblick über die sog. Publizistische Konzentration.

Im Gegensatz dazu spielen Übereinstimmungen in den Produkten bei der ökonomischen Konzentration zunächst keine Rolle, obwohl im Markt durchaus Überschneidungen gegeben sind. Bei der ökonomischen Konzentration stehen nicht die Produkte, die Zeitungen, im Vordergrund sondern die Verlage und ihre Kapitaleigner. Bei der Gruppenbildung werden jene Verlage zusammengeführt, die untereinander Kapitalverflechtungen aufweisen. Bei diesen grundlegenden methodischen Setzungen besteht in der Literatur Einigkeit. Unterschiedlich gehandhabt werden die Zuordnungen insbesondere von indirekten Beteiligungen und die Nichtberücksichtigung kleinerer Kapitalanteile (Bagatellgrenze). In der Regel wird als Schwellenwert für das Aufgreifkriterium eine Mindestbeteiligungshöhe von 25 Prozent am Kapital angesetzt, wobei dieser Wert auch wegen seiner Übereinstimmung zu den kartellrechtlichen Bestimmungen präferiert wird.

Den oben zitierten Aussagen zum Anteil der ddvg am Zeitungsmarkt scheinen Berechnungen zugrunde zu liegen, die Elemente sowohl aus der Bildung von Zeitungsgruppen als auch jener der Verlagsgruppen kombinieren. Allein diese Kombination ist nicht nur ungebräuchlich sondern auch inakzeptabel, da Sachverhalte vermischt werden, die getrennt Aussagen zu unterschiedlichen Sachverhalten (publizistische Konzentration und ökonomische Konzentration) erlauben. Die Formulierungen beider zitierten Sachverhalte weisen auf Aussagen zur ökonomischen Konzentration hin:

- "... erscheinen in Verlagen, an denen die SPD über ihre Holding Anteile hält";
- "zehn Prozent in SPD-Hand".

Die Ausführungen im Kapitel II folgen entsprechend dieser Vorgabe und dokumentieren die Verlagsgruppe ddvg mit ihren direkten und indirekten Beteiligungen an Zeitungsverlagen. Zudem werden andere Medienbetriebe berücksichtigt. Im Ergebnis zeigt die Dokumentation, dass beide Zitate in Bezug auf die jeweilige Kernaussage falsch sind. Weder erscheinen "rund zwei Millionen (Tageszeitungen) in Verlagen, an denen die SPD über ihre Holding DDVG Anteile hält", noch befindet sich ein Anteil an der Gesamtauflage von "zehn Prozent in SPD-Hand".

Bei der vom "Medien Tenor" unter der Überschrift "Zehn Prozent in SPD-Hand. Anteile der Gesamtauflage (in Prozent)" präsentierten Grafik ist zudem die Vorgehensweise bei der Zusammenstellung der Ausgangswerte inakzeptabel. Der dort genannte Anteil der SPD am Zeitungsmarkt beruht auf eigenen Berechnungen der Autoren, die nach zumindest im Detail intransparenten Kriterien zusammengestellt ist (vgl. dazu oben), während die zum Vergleich angegebenen Werte für die "Axel Springer AG" und die "WAZ-Gruppe" jeweils zitiert werden, noch dazu ohne das Zitat zu benennen, sondern statt dessen die Grafik mit dem Hinweis zu versehen "Quelle Studie". Die Daten sind einem Aufsatz in der wissenschaftlichen Fachzeitschrift "Media Perspektiven" entnommen.¹ Bei der Berechnung diese Daten zu den beiden genannten Verlagsgruppen wurde nach den seit Jahren anerkannten Kriterien verfahren,²

¹ Vgl. Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2002: Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 478 bis 490.

² Die Fachzeitschrift "Media Perspektiven" veröffentlicht diese Darstellungen zu den zehn führenden Verlagsgruppen in Deutschland seit den 70er Jahren. Sie stammen von unterschiedlichen Autoren.

die oben in ihren Grundzügen dargestellt worden sind.³ Das heißt, dass in der Grafik Sachverhalte, hier Marktanteile, in Beziehung gesetzt werden, deren Berechnung auf völlig unterschiedlichen Methoden beruht.

³ Zu der methodischen Vorgehensweise im Detail vgl. Fußnote 1, hier S. 482.

ddvg-Bet.

II. Dokumentation der Medienbeteiligungen der ddivg

1. Niedersachsen

Die gewichtigsten Beteiligungen der ddivg liegen in Niedersachsen. Dort ist die ddivg insbesondere an der größten Verlagsgruppe des Landes beteiligt, an der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover. Über Madsack bestehen Beteiligungen an einer ganzen Reihe anderer Verlage in Niedersachsen, aber auch in Sachsen ("Leipziger Volkszeitung") und in Hessen ("Oberhessische Presse").

Cuxhavener Nachrichten

In Niedersachsen kommt noch ein Anteil von 50 Prozent an der Lokalzeitung "Cuxhavener Nachrichten" hinzu. Die übrigen Anteile an der kleinen Lokalzeitung sind auf mehrere Familien aufgeteilt, so dass die ddivg mit Abstand größter Eigner ist. Da wesentliche Beschlüsse der Gesellschafterversammlung einer Mehrheit von mindestens 80 Prozent bedürfen, ist die ddivg allein nicht handlungsfähig, andererseits können gegen sie aber auch keine Voten gefällt werden. Die Lokalzeitung verkauft knapp 12.000 Exemplare ihrer Auflage von 13.300 Exemplaren in Cuxhaven und hat dort ein Monopol, ist im Landkreis ansonsten aber kaum noch vertreten. In Cuxhaven wird wöchentlich auch das Anzeigenblatt "Cuxhaven Kurier" verteilt (27.900 Exemplare). Der kleine Verlag hat sich zeitweilig auch in der TV-Produktion versucht. Heute besteht noch eine geringe Beteiligung am landesweiten Hörfunkprogramm "radio ffn" (0,7%).

Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover

Viel bedeutsamer ist eine Beteiligung in Höhe von gut 20 Prozent an der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG in Hannover. Madsack zählt mit einer anteiligen Gesamtauflage von rund 600.000 Exemplaren zu den zehn größten Verlagsgruppen in Deutschland, ist vor allem in Niedersachsen und in Sachsen ("Leipziger Volkszeitung") engagiert und kommt bundesweit auf einen Marktanteil von 2,6 Prozent am Zeitungsmarkt. Die Beteiligung der ddivg geht auf eine wirtschaftliche Vereinigung der beiden Verlage in Hannover im Jahr 1975 zurück. Das damalige SPD-Unternehmen übernahm eine Beteiligung an Madsack und brachte die "Neue Hannoversche Presse" ein. Redaktionell wieder eigenständig von einer eigenen Hauptredaktion erstellt,

erscheint die Zeitung seit 1978 als "Neue Presse". Seit dieser Übernahme hat Madsack im Großraum Hannover ein Anbietermonopol mit der "Hannoverschen Allgemeinen Zeitung" (HAZ) und der "Neuen Presse". Beide Zeitungen unterhalten getrennte Hauptredaktionen, sind also publizistisch eigenständig. Im Anzeigenmarkt werden sie allerdings als Belegungseinheit angeboten, womit auch der gegenüber der "HAZ" (ca. 160.000) deutlich kleineren Zeitung "Neue Presse" (ca. 65.000) ein üppiges Volumen zukommt. Beide Zeitungen bilden zudem den Kern eines Anzeigenrings, zu dem insbesondere aber nicht ausschließlich Zeitungen gehören, die den Mantel von der "HAZ" beziehen. Diesen Mantel übernehmen die konzerneigenen Zeitungen "Aller Zeitung", "Wolfsburger Allgemeine"; "Peiner Allgemeine Zeitung", die von Madsack beherrschten Titel "Göttingen Tageblatt" und "Schaumburger Nachrichten", die Beteiligungsverlage "Täglicher Anzeiger", "Alfelder Zeitung", "Die Harke", "Gandersheimer Kreisblatt" und der "Beobachter" sowie ohne Beteiligung von Madsack die "Hildesheimer Allgemeine Zeitung", die "Walsroder Zeitung" und die "Einbecker Morgenpost". Zum Anzeigenring gehören zudem das Beteiligungsblatt "Cellesche Zeitung" sowie die Titel der "Deweze"-Gruppe in Hameln.

Die Verlagsgesellschaft Madsack hat sich zudem bei allen Medientypen engagiert, die eine Bedeutung im lokalen und regionalen Werbemarkt haben. Dazu gehören das Offertenblatt "Der heiße Draht", die Regionalzeitschrift "Schädelspalter" und weitere Magazine aus deren Verlag, Beteiligungen am Privatfunk sowie eigene und gemeinsam mit anderen Verlagen angebotene Internetdienste. Insbesondere haben sich die Hannoveraner bei Anzeigenblättern engagiert. Insgesamt kommt die Verlagsgruppe auf rund 1,5 Mio. Exemplare und kumuliert damit mehr als zweimal so viel Auflage wie die nächst großen Anbieter in Niedersachsen. Wie andere Zeitungsverlag auch konzentriert sich Madsack bei den Anzeigenblättern auf die Verbreitungsgebiete der konzerneigenen Zeitungen. Der Konzern geht allerdings auch über diese Gebiete hinaus. Dies gilt insbesondere für eine Beteiligung am Verlag Blitz Tip, der in Hessen zwei hochauflagige Titel verlegt und damit zu den großen Verlagen der Branche gehört (vgl. Kap. Hessen).

Tageszeitungen in Niedersachsen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Cuxhavener Nachrichten	Cuxhaven	50,0	13,3	6,7
Hannoversche Allgemeine Zeitung *	Hannover	20,4	162,3	33,1
Neue Presse *	Hannover	20,4	65,7	13,4
Aller Ztg. / Wolfsburger Allgemeine	Gifhorn	20,4	35,1	7,2
Peiner Allgemeine Zeitung	Peine	20,4	22,4	4,6
Göttinger Tageblatt	Göttingen	20,2	48,2	9,8
Schaumburger Nachrichten	Stadthagen	16,7	17,0	2,8
Cellesche Zeitung	Celle	10,2	32,8	3,3
Gandersheimer Kreisblatt	Gandersheim	6,4	5,9	0,4
Täglicher Anzeiger	Holzminden	6,1	12,3	0,8
Alfelder Zeitung	Alfeld	5,0	9,8	0,5
Beobachter	Seesen	4,3	6,3	0,3
Die Harke	Nienburg	2,0	23,3	0,5
Schaumburger Zeitung	Rinteln	2,0	9,2	0,2
Dewezet	Hameln	1,1	36,8	0,4
Tageszeitungen mit ddvg-Beteiligung gesamt			500,4	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				84,0
MA der ddvg an Tageszeitungen in Niedersachsen			31,5	5,3
Tageszeitungen in Niedersachsen gesamt	-	-	1.590,7	1.590,7

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002.

*) Auflagen geschätzt auf Basis der summarischen Angaben für beide Titel.

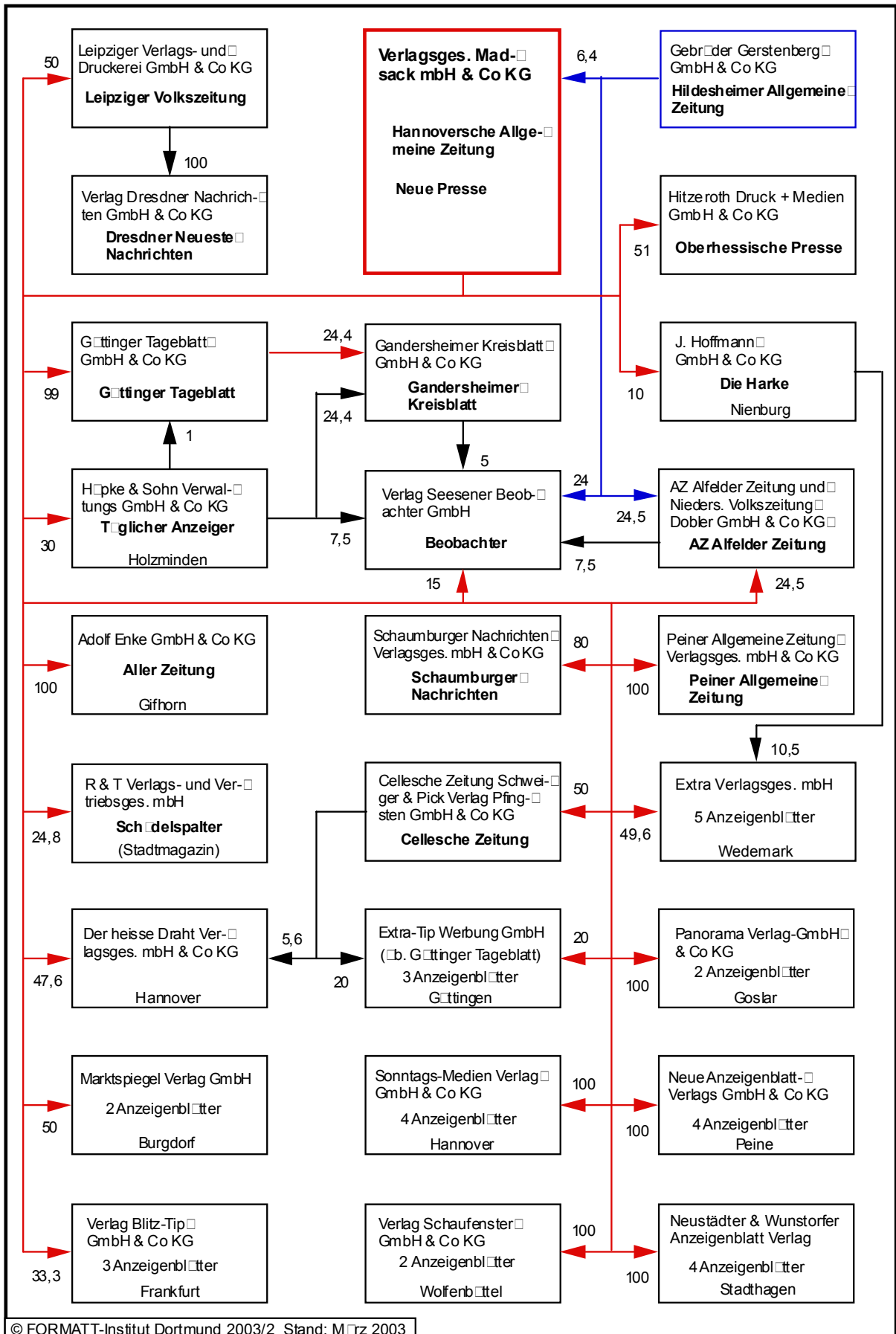
Anzeigenblätter in Niedersachsen

Titel	Verlagsort	Kapitalan- teil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Anzeiger (Gehrden/Ronneberg)	Hannover	20,4	17,7	3,6
Blick	Göttingen	20,4	107,7	22,0
Deister-Woche	Hannover	20,4	22,6	4,6
Gifhorer Rundblick am So.	Peine	20,4	44,6	9,1
hallo Sonntag (Garbsen/Seelze)	Hannover	20,4	45,6	9,3
hallo Sonntag (Gehrden)	Hannover	20,4	17,3	3,5
hallo Sonntag (Hannover)	Hannover	20,4	243,4	49,7
hallo Sonntag im Eichsfeld	Hannover	20,4	64,0	13,1
hallo Sonntag (Laatzen)	Hannover	20,4	36,6	7,5
Hannoversches Wochenblatt	Hannover	20,4	240,6	49,1

Harzer Panorama am Sonntag	Goslar	20,4	70,0	14,3
Harzer Panorama	Goslar	20,4	90,0	18,4
Laatzener Woche	Hannover	20,4	38,5	7,9
Neue Peiner Woche am Sonntag	Peine	20,4	59,3	12,1
Rundblick (Garbsen/Seelze)	Hannover	20,4	48,2	9,8
Salzgitter Woche am Sonntag	Peine	20,4	63,6	13,0
Wolfsburger Rundblick am Sonntag	Peine	20,4	78,6	16,0
Celler Markt	Celle	10,2	53,5	5,5
Bergener Anzeiger	Bergen	9,7	17,0	1,6
Wolfenbütteler Schaufenster	Wolfenbüttel	15,3	54,7	8,3
Hallo Schaumburger Sonntag	Stadthagen	15,3	71,2	10,9
Schaumburger Kurier	Stadthagen	15,3	26,7	4,1
Steinhuder Meerblick	Stadthagen	15,3	14,6	2,2
Wunstorfer Kurier	Stadthagen	15,3	12,4	1,9
Burgwedeler/ Wedemark Nachr.	Burgdorf	10,2	32,9	2,3
Marktspiegel (Burgdorf/Lehrter)	Burgdorf	10,2	50,6	5,4
Extra Schwarmstedt	Wedemark	10,1	4,3	0,4
Langenhagener Echo	Wedemark	10,1	27,1	2,7
Langenhagener Echo Extra	Wedemark	10,1	27,1	2,7
Wedemark Echo/Spiegel/Extra am Mittwoch	Wedemark	10,1	12,6	1,3
Wedemark-Echo Extra	Wedemark	10,1	12,5	1,3
Äpfel, die Zeitung mit Biß	Frankfurt	6,8	597,5	40,6
Blitz-tip	Frankfurt	6,8	803,8	54,6
schaufenster WeserBote	Holzminden	5,1	50,0	2,5
Extra Tip	Göttingen	6,1	90,8	5,5
Cuxhaven Kurier	Cuxhaven	50,0	27,9	14,0
Anzeigenblätter mit ddvg-Beteiligung gesamt		-	3.275,5	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				430,8
MA der ddvg an Anzeigenblättern in Niedersachsen	-	-	38,5	5,1
Anzeigenblätter in Niedersachsen gesamt	-	-	8.500,0	8.500,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

Die Printmedien des Madsack-Konzerns



2. Sachsen

In Sachsen ist die ddvg insbesondere über Beteiligungen an der "Sächsischen Zeitung" in Dresden und deren Schwesterblatt "Morgenpost in Sachsen" mit jeweils 40 Prozent vertreten. Die ddvg erhielt die Beteiligung an der "Sächsischen Zeitung" von der ehemaligen Treuhandanstalt im Zuge der Reorganisation der Verlagslandschaft in den neuen Bundesländern zugesprochen. Die Treuhand hat damit Forderungen auf Restitution von Altbesitz an Verlagen in Ostdeutschland ausgeglichen. Geschäftsführender Partner in beiden Verlagen ist der Großverlag Gruner + Jahr. Nach der Beteiligung an der "Sächsischen Zeitung" hat die ddvg einen gleich hohen Anteil an der "Morgenpost" übernommen, die bis dahin in Alleinbesitz von Gruner + Jahr gewesen war. Gruner + Jahr plant den Verkauf seiner Anteile an den beiden Zeitungen in Dresden. Die ddvg will ihren Anteil unabhängig davon halten.

Sächsische Zeitung und Morgenpost in Sachsen, Dresden

Der Zeitungsmarkt in Sachsen ist im Wesentlichen aufgeteilt auf die drei Titel "Freie Presse", "Sächsische Zeitung" und "Leipziger Volkszeitung". Alle drei Titel weisen kaum Überschneidungen bei ihren Verbreitungsgebieten auf, stehen also nicht im direkten Wettbewerb. Dies gilt im Wesentlichen auch für andere Nachbarzeitungen. Bei der "Sächsischen Zeitung" gibt es allein im nordöstlichen Verbreitungsgebiet kleinere Überschneidungen mit der "Lausitzer Rundschau". Insbesondere in der Stadt Dresden konkurrieren die "Dresdner Neuesten Nachrichten", allerdings nur mit einem randständigen Marktanteil. Ansonsten erscheint die "Sächsische Zeitung" (330.000 Exemplare) als Monopolblatt, ergänzt um die Boulevardzeitung "Morgenpost". Die "Morgenpost" kommt auf eine Auflage von gut 100.000 Exemplare.

Im Markt der Anzeigenblätter musste sich der Verlag mit der Konkurrenz des in dieser Branche starken Weiss-Verlag abfinden. Dessen Tochterunternehmen hat die bis Mitte der 90er Jahre von Gruner + Jahr verlegten Titel übernommen. Ein geplantes Gemeinschaftsunternehmen von Gruner + Jahr und Weiss scheiterte aus kartellrechtlichen Gründen.

Leipziger Volkszeitung

Das zweite wichtige Blatt in Sachsen mit einer ddvg-Beteiligung ist die "Leipziger Volkszeitung" (LVZ, 287.100 Exemplare). Die ddvg ist über die Verlagsgesellschaft Madsack an der LVZ beteiligt. Madsack hält genau wie der Springer-Konzern 50 Prozent der Anteile am Leipziger Verlag und führt dort die Geschäfte. Nach der Wende in Ostdeutschland sind im Verbreitungsgebiet der LVZ mehrere kleine Zeitungen in Konkurrenz zu der hochauflagenen ehemaligen SED-Bezirkszeitung entstanden. Einige haben sich am Markt nicht halten können, mit anderen hat die LVZ Gemeinschaftsunternehmen gegründet, in denen heute eine Zeitung gemeinsam verlegt wird. Als einziger Konkurrent ist der "Döbelner Anzeiger" geblieben. Im restlichen Verbreitungsgebiet hat die LVZ eine Monopolanbieterposition. Zudem hat der Partner Springer die "Dresdner Neuesten Nachrichten" und das "Tageblatt" in Naumburg (Sachsen-Anhalt) in den Leipziger Verlag eingebracht, dessen Beteiligungen im Zeitungsmarkt wegen dieser Entwicklungen zunächst unübersichtlich erscheinen. Die Neugliederung Ostdeutschlands in Bundesländer hat zudem dazu geführt, dass die Ausgabe Altenburg der LVZ heute in Thüringen erscheint (vgl. Kap. Thüringen).

Der Leipziger Verlag ist im gesamten Verbreitungsgebiet der LVZ auch mit Anzeigenblättern vertreten. Zweimal wöchentlich werden den Haushalten über Tochterunternehmen die Blätter zugestellt. Im Kreis Altenburg erscheint der Sonntagstitel in einem Beteiligungsunternehmen (LVZ-Anteil 70 Prozent). Weitere kleine Beteiligungen an Anzeigenblättern werden über einen zugekauften Anteil an einem der kleinen Zeitungsverlage gehalten. Dabei ist freilich zu berücksichtigen, dass die ddvg an diesen Kleinverlagen erst auf der vierten Beteiligungsstufe Anteile hält (ddvg → Madsack → LVZ → Torgauer Verlagsgesellschaft → Anzeigenblattverlag).

Im Verbreitungsgebiet der hochauflagenen "Freien Presse" erscheint die kleine Lokalzeitung "Vogtland-Anzeiger" (11.500 Exemplare; vgl. dazu Kap. Bayern).

Zeitungsmarkt in Sachsen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Sächsische Zeitung	Dresden	40,0	329,7	131,9
Morgenpost für Sachsen	Dresden	40,0	104,9	42,0
Leipziger Volkszeitung ¹	Leipzig	10,2	199,8	20,4
Dresdner Neueste Nachrichten	Dresden	10,2	35,3	3,6
LVZ Muldentalzeitung	Leipzig	10,2	11,8	1,2
Torgauer Zeitung	Torgau	2,5	13,4	0,3
Tageblatt ²	Naumburg	15,3	18,3	2,8
Vogtland-Anzeiger	Plauen	100	11,5	11,5
Tageszeitungen mit ddvg-Beteiligung gesamt			724,7	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				213,7
MA der ddvg am Zeitungsmarkt in Sachsen			63,7	18,8
Zeitungen in Sachsen gesamt *		-	1.138,5	1.138,5

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002

*) ohne Auflagen von Zeitungen mit Sitz außerhalb Sachsens

1) ohne Ausgabe Altenburg, vgl. Thüringen

2) Das „Tageblatt“ (Sachsen-Anhalt) wird aus Gründen der Übersicht Sachsen zugeordnet.

Anzeigenblätter in Sachsen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Rundschau	Leipzig	10,2	485,5	49,5
Sachsen Sonntag	Leipzig	10,2	347,7	35,5
SonntagsWochenBlatt	Torgau	2,6	227,0	5,9
Anzeigenblätter mit ddvg-Beteiligung gesamt	-	-	1060,2	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				90,9
MA der ddvg an Anzeigenblättern in Sachsen	-	-	18,0	1,5
Anzeigenblätter in Sachsen gesamt	-	-	5.900,0	5.900,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

3. Nordrhein-Westfalen

Neue Westfälische, Bielefeld

Der Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen hatte für die ddvg in den letzten Jahren besondere Bedeutung, weil das Unternehmen in Bielefeld über die lange Zeit einzige Mehrheitsbeteiligung an einem Zeitungsverlag verfügte. Am Verlag der "Neuen Westfälischen" (NW) hält die ddvg einen Anteil von 57,5 Prozent. Die NW ist mit einer Auflage von 160.000 Exemplaren die größte Zeitung in Ostwestfalen und hat ihre Marktposition sukzessive gegen den zentralen Konkurrenten, das "Westfalen-Blatt", verbessert. Im Markt der Anzeigenblätter dominiert eindeutig das Unternehmen rund um das "Westfalen-Blatt". Die NW ist in dieser Branche in Ostwestfalen nicht vertreten, nachdem vor einigen Jahren ein verspäteter Marktzugang gescheitert ist.

Beim Lokalfunk verhält es sich umgekehrt. Das "Westfalen-Blatt" hat die zunächst übernommenen Beteiligungen an den Sendern in Ostwestfalen bis auf einen bedeutungslosen Rest aufgegeben. Der Verlag der NW hat die damit verbundene Chance, die eigenen Anteile aufzustocken, genutzt und ist heute bei drei Betriebsgesellschaften dieser Sender Mehrheitseigner, bei drei weiteren Minderheitseigner.

Westfälische Rundschau, Dortmund

Über die Westfälische Verlagsgesellschaft mbH in Dortmund (keine eigenständige Verlagstätigkeit) werden jeweils in Höhe von 13,1 Prozent Anteile gehalten an der:

- Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co KG; Dortmund und
- Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co KG, Hagen.

Partner bei beiden Unternehmen ist der WAZ-Konzern. Der ddvg-Anteil beruht auf dem ehemaligen Besitz der "Westfälischen Rundschau" (WR), die heute im Zeitungsverlag Westfalen erscheint und im Druck- und Verlagszentrum in Hagen produziert wird. Beide Unternehmen gehören seit 1975 mehrheitlich zum WAZ-Konzern. Der Restanteil der Westfälischen Verlagsgesellschaft liegt deutlich unter der Sperrminorität.

Der WAZ-Konzern veröffentlicht keine titelbezogenen Auflagenzahlen. Die Auflage der WR dürfte bei gut 160.000 Exemplaren liegen. Ein Verbreitungsschwerpunkt ist

die Stadt Dortmund und der Nachbarkreis Unna. Die WR erscheint in beiden Gebieten als nachrangiger Wettbewerber. Im Sauerland ist die Wettbewerbsposition deutlich besser, insbesondere weil die dort fast flächendeckend angebotene "Westfalenspost" (WP) ebenfalls zum WAZ-Konzern gehört. Zusammen haben die beiden Titel in den Kreisen Hochsauerland und Olpe und in der Stadt Hagen ein Anbietermonopol. Im Ennepe-Ruhr-Kreis gibt es teilweise Wettbewerber in nachrangiger Position. Im Märkischen Kreis ist die WR überwiegend Zweitanbieter und im Kreis Siegen-Wittgenstein neben der "Siegener Zeitung" und der WP Zweit- bzw. Drittanbieter.

Über den Zeitungsverlag Westfalen bestehen indirekte Beteiligungen an fast allen lokalen Hörfunkstationen im Verbreitungsgebiet der WR. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass der Lokalfunk in NRW nach dem sog. Zwei-Säulen-Modell organisiert ist. Die Betriebsgesellschaften mit den Beteiligungen der Verlage sind für die ökonomischen Fragen, insbesondere die Werbe-Akquisition zuständig, haben aber keinen Einfluß auf das Programm. Gleichfalls über den Verlag der WR besteht ein Anteil an der Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co KG (ORA) in Essen/Dortmund. Die ORA erreicht mit über 1,2 Mio. Exemplaren die zweithöchste Auflage aller Anzeigenblattverlage in NRW. Das Verbreitungsgebiet dieser Blätter ist weitgehend deckungsgleich mit jenem der WR. An der ORA ist neben dem Verlag der WR hälftig der Verlag der "Ruhr Nachrichten" beteiligt, der Marktführer in Dortmund und damit der zentrale Konkurrent der WR ist. Durchgerechnet hält die ddivg an der ORA einen Anteil von 6,55 Prozent.

Zeitungsmarkt in NRW

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Neue Westfälische	Bielefeld	57,5	160,2	92,1
Westfälische Rundschau *	Dortmund	13,1	160,0	20,8
Tageszeitungen mit ddivg-Beteiligung gesamt		-	320,2	
ddivg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				112,9
MA der ddivg am Zeitungsmarkt in NRW			7,8	2,8
Zeitungen in NRW ges.		-	4.104,8	4.104,8

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002

*) Schätzung auf der Basis der ivw-Meldung für alle WAZ-Titel in NRW.

Zusammengenommen kommt die ddivg in NRW auf einen anteiligen Marktanteil von 2,8 Prozent. Zum Vergleich: Der WAZ-Konzern kommt in NRW anteilig auf eine Auflage von 1.056.900 Exemplaren und auf einen Marktanteil von 25,7 Prozent; das Unternehmen DuMont Schauberg auf 646.000 Exemplare und auf einen Marktanteil von 15,7 Prozent; die Verlagsgruppe der „Rheinische Post“ auf 365.900 Exemplare und auf einen Marktanteil von 9,1 Prozent.

Anzeigenblätter in NRW

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Wir in ...	Emsdetten	57,5	162,2	93,3
ORA Ostruhr: 14 Titel	Essen/Dortmund	6,6	1.215,9	80,2
Anzeigenblätter mit ddivg-Beteiligung gesamt	Hamburg	-	1.378,1	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				173,5
MA der ddivg an Anzeigenblättern in NRW			7,5	0,9
Anzeigenblätter in NRW gesamt ¹	-	-	18.400,0	18.400,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

1) Eigene Berechnungen; die Angaben über die Gesamtauflagen von Anzeigenblättern in den anderen Bundesländern beziehen sich auf Angaben des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BDVA) mit dem Stand 01.01.2003.

4. Bayern

In Bayern hält die ddivg Anteile an drei Zeitungsunternehmen: an der "Neuen Presse" (29.800) in Coburg (30%) und an der "Frankenpost" (57.500) in Hof mit jetzt 100 Prozent und eine indirekte Beteiligung am "Nordbayerischen Kurier" in Bayreuth.

Frankenpost, Hof

Die Aufstockung des Anteils in Hof von 30 auf 100 Prozent Anfang dieses Jahres war ein erneuter Anlass von Medien, Parteien und Politik sich mit den Medienbeteiligungen der ddivg zu beschäftigen. Der Anteilszukauf entsprang keinem Expansionsdrang der ddivg, sondern hatte seine Ursache im Kartellrecht. Der Süddeutsche Verlag, bis dahin mit 70 Prozent Mehrheitseigner der "Frankenpost", hatte im Zuge des Einstiegs der Stuttgarter Zeitungsgruppe beim Süddeutschen Verlag Probleme mit dem Bundeskartellamt erwartet. Die in einem Tochterverlag der „Frankenpost“

erscheinende kleine Zeitung "Vogtland-Anzeiger" (11.500 Exemplare) steht in Sachsen im Wettbewerb mit der "Freien Presse", die wiederum mit der Stuttgarter Gruppe verflochten ist. Zudem verlegt die „Freie Presse“ Anzeigenblätter, deren Verbreitungsgebiet bis nach Hof reicht. Die Kartellrichter hatten auf die damit verbundenen Probleme hingewiesen. Eine umfangreiche Untersuchung hätte aber den Einstieg der Stuttgarter Gruppe beim Süddeutschen Verlag verzögert. Um diese Verzögerungen zu vermeiden, hat der Süddeutsche Verlag schließlich seinen Anteil an der „Frankenpost“ und damit auch am "Vogtland-Anzeiger" verkauft. Der kleine Titel kommt selbst am Verlagsort Plauen gegen die "Freie Presse" auf einen Marktanteil von nicht mal 20 Prozent. Im umliegenden Vogtlandkreis ist er zwar besser positioniert, erscheint aber auch dort überall nur als Zweitzeitung. Daher entschloss sich der Süddeutsche Verlag, bei dem im Zuge einer Finanzkrise die Beteiligungen an kleineren Zeitungen ohnehin schon zur Disposition gestanden hatten, den Mehrheitsanteil an der Frankenpost Verlag GmbH zu verkaufen.

Der einst kleine Lokalzeitungsverlag in Hof hat sich in den letzten Jahrzehnten im Grenzland zur Tschechischen Republik gegen mehrere andere Lokalzeitungen durchgesetzt und deren Titel übernommen. Bei der dadurch deutlich erhöhten Auflage ist freilich zu berücksichtigen, dass ein Teil dieser Titel und die mit ihnen verbundene Auflage nur gepachtet ist. Dies gilt beispielsweise am Verlagsort in Hof. Die mit dieser im Zeitungsmarkt nicht ganz ungewöhnlichen Konstruktion dauerhaft verbundenen Kosten belasten den Verlag und seine Ertragslage. Andererseits ist die "Frankenpost" in Alleinanbieterstellung.

Zum Verlag gehört vollständig die Blickpunkt Verlag GmbH in Hof, die im Verbreitungsgebiet der "Frankenpost" das Anzeigenblatt "Blickpunkt" mit einer wöchentlichen Auflage von 125.000 Exemplaren verlegt. Ungewöhnlich für die Größe des Verlages ist ein Tochterunternehmen jenseits der Grenze in Böhmen, das dort Wochenzeitungen (ca. 60.000 Exemplare) verlegt. Weitere Expansionsversuche mit dem "Zwickauer Tageblatt" und der "Thüringenpost" sind in den 90er Jahren gescheitert.

Zum Verlag gehören auch Rundfunkbeteiligungen. Mit 14,6 Prozent gehört die "Frankenpost" zu den Eignern der Grenzlandwelle, die wiederum 75 Prozent der Anteile

am Funkhaus Hof ("Radio Euroherz") besitzt. Zudem bestehen minimale Anteile an Verlegergesellschaften, die weitere Anteile im bayerischen Hörfunkmarkt halten.

Neue Presse, Coburg

Die ddvg ist mit 30 Prozent an der "Neuen Presse" in Coburg beteiligt. 70 Prozent hält der Süddeutsche Verlag. Die Zeitung hat eine Auflage von 29.800 Exemplaren. Sie ist sowohl in der Stadt als auch im Kreis Coburg Marktführer, rangiert aber nur knapp vor dem Konkurrenten "Coburger Tageblatt". Den Versuch, diesen Wettbewerb durch eine Fusion der beiden Verlage zu beenden, hat das Bundeskartellamt untersagt. Beide Verlage sind mit je 25 Prozent am Lokalsender "Radio Eins" beteiligt. Der Verlag der "Neuen Presse" ist im Markt der Anzeigenblätter nicht engagiert.

Nordbayerischer Kurier, Bayreuth

Die ddvg ist mit 47,5 Prozent an der Druckhaus Bayreuth Verlagsgesellschaft mbH beteiligt und diese wiederum hält 63 Prozent am Verlag des "Nordbayerischen Kurier". Die Zeitung mit einer Auflage von 41.700 Exemplaren erstellt den Hauptteil im Verbund mit der "Bayerischen Rundschau"/"Coburger Tageblatt" und dem "Obermain Tageblatt" über den Ring Nordbayerischer Tageszeitungen. Der "Nordbayerische Kurier" ist in der Stadt Bayreuth Alleinanbieter und im Kreis mit großem Abstand führend. Anzeigenblattbeteiligungen sind nicht bekannt. Der Verlag ist mit 43,6 Prozent am Lokalsender "Radio Mainwelle" und – ähnlich wie die "Frankenpost" – mit minimalen Anteilen an Gemeinschaftsunternehmen bayerischer Zeitungsverlage beteiligt.

Zeitungsmarkt in Bayern

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Frankenpost	Hof	100	57,5	57,5
Neue Presse	Coburg	30	29,8	8,9
Nordbayerischer Kurier	Bayreuth	31,5	41,7	13,1
Tageszeitungen mit ddvg-Beteiligung gesamt		-	129,0	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				79,5
MA der ddvg am bayerischen Zeitungsmarkt			4,4	2,7
Zeitungen in Bayern ges. *		-	2.945,8	2.945,8

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002

*) ohne Auflage von Zeitungen mit Sitz außerhalb Bayerns

Die ddivg hält in Bayern einen anteiligen Marktanteil an der Tagespresse von 2,7 Prozent. Zum Vergleich: Die Verlagsgruppe um die „Süddeutsche Zeitung“ kommt anteilig auf 477.400 Exemplare und auf einen Marktanteil von 16,2 Prozent; die Ippen-Gruppe auf 448.400 Exemplare und auf einen Marktanteil von 15,2 Prozent.

Anzeigenblätter in Bayern

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Blickpunkt	Hof	100	125,0	125,0
Anzeigenblätter mit ddivg-Beteiligung gesamt	-	-	125,0	
ddivg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				125,0
MA der ddivg an Anzeigenblättern in Bayern			1,0	1,0
Anzeigenblätter in Bayern gesamt	-	-	12.200,0	12.200,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

5. Thüringen

Freies Wort, Suhl

In Thüringen hält die ddivg einen Anteil von 30 Prozent am "Freien Wort" in Suhl. Dieser Verlag ist wiederum mit 50 Prozent am "Meininger Tageblatt" beteiligt. Neben der Zeitung verlegt der kleine Verlag eine Ausgabe des Anzeigenblatts "Wochen-Spiegel". Weitere Ausgaben werden von einem Tochterverlag des "Freien Wort" mit Sitz in Suhl verlegt. Dominanter Anbieter von Zeitungen und Anzeigenblättern in Thüringen ist der WAZ-Konzern mit seinen Verlagen. Das "Freie Wort" erscheint im Süden Thüringens allerdings weit überwiegend in Alleinanbieterposition. Nur im Ilmkreis steht das "Freie Wort" im Wettbewerb. Im Markt der Anzeigenblätter ist die ddivg an einzelnen Ausgaben ("Osterländer Rundschau", "Osterland Sonntag") beteiligt, die im Zusammenhang mit der "Leipziger Volkszeitung" stehen (vgl. Kap. Sachsen).

Zeitungsmarkt in Thüringen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Freies Wort	Suhl	30,0	93,2	28,0
Meininger Tageblatt	Meiningen	15,0	16,6	2,5
LVZ Ausgabe Altenburg	Leipzig	10,2	20,3	2,1
Tageszeitungen mit ddvg-Beteiligung gesamt		-	130,1	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				32,6
MA der ddvg am thüringischen Zeitungsmarkt		-	22,3	5,6
Zeitungen in Thüringen ges. *		-	583,0	583,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002

*) ohne Auflage von Zeitungen mit Sitz außerhalb Thüringen

Der anteilige Marktanteil der ddvg in Thüringen beträgt 5,6 Prozent. Zum Vergleich: Der WAZ-Konzern kommt in Thüringen auf eine Auflage von 325.800 Exemplare und auf einen Marktanteil von 55,9 Prozent.

Anzeigenblätter in Thüringen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Osterländer Rundschau	Leipzig	10,2	40,7	4,2
Osterland Sonntag	Altenburg	7,1	41,0	2,9
Wochenspiegel	Suhl	30	214,9	64,5
Wochenspiegel	Meiningen	15	26,1	3,9
Anzeigenblätter mit ddvg-Beteiligung gesamt ¹			322,7	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				75,5
MA der ddvg an Anzeigenblättern in Thüringen			14,8	3,5
Anzeigenblätter in Thüringen gesamt	-	-	2.176,4	2.176,4

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

1) ohne Teilaufgabe von hallo Sonntag im Eichsfeld, siehe unter Niedersachsen.

Die ddvg hat bei den Anzeigenblättern in Thüringen einen Marktanteil von 3,5 Prozent: Zum Vergleich: Der WAZ-Konzern kommt in Thüringen auf eine anteilige Auflage von 1.736.000 Exemplare und auf einen Marktanteil von 79,8 Prozent.

6. Hessen

Oberhessische Presse, Marburg

Die ddivg war in der hessischen Zeitungsbranche bis Anfang 2003 weder direkt noch indirekt vertreten. Seit der Übernahme von 51 Prozent der Anteile an der "Oberhessischen Presse" in Marburg durch die Verlagsgesellschaft Madsack Anfang dieses Jahres besteht eine indirekte Beteiligung. Die "Oberhessische Presse" hat eine Auflage von 31.600 Exemplaren. Seit einigen Jahren hat sie am Verlagsort Konkurrenz von einem nachrangigen Wettbewerber. Der Verlag der "Oberhessischen Presse" gibt im Verbreitungsgebiet der Zeitung drei Anzeigenblätter heraus mit einer wöchentlichen Gesamtauflage von knapp 120.000 Exemplaren. Zudem besteht eine Beteiligung in Höhe von 12 Prozent an einem Anzeigenblattverlag mit kanpp 600.000 Exemplaren. Weitere Beteiligungen an Anzeigenblättern (insbesondere in Thüringen) wurden aufgegeben. Unabhängig vom Verlag in Marburg ist Madsack schon seit Jahren beim Verlag Blitz-Tip in der Nähe von Frankfurt engagiert (Anteil 33,3 Prozent). Der Verlag gibt die beiden hochauflagigen Titel "Blitz-Tip" und "Äppler" heraus.

Der Verlag der „Oberhessischen Presse“ zählte wie viele andere Verlage in Hessen zu den Eignern der Radio/Tele FFH GmbH & Co Betriebs KG, Hessens größtem Privatradiobetreiber. Der Anteil war mit einem Prozent gering. Die hessische Privatfunkaufsicht hat den Marburger Verlag inzwischen aufgefordert, diesen Anteil abzugeben, da in Hessen Beteiligungen von Parteien am Privatfunk untersagt sind. Über die indirekte Beteiligung der ddivg, werde – so die Aufsicht – gegen diese Bestimmung verstoßen.

Zeitungsmarkt in Hessen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Oberhessische Presse	Marburg	10,4	31,6	3,3
Tageszeitungen mit ddivg-Beteiligung gesamt		-	31,6	
ddivg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				3,3
MA der ddivg am Zeitungsmarkt in Hessen			2,1	0,2
Zeitungen in Hessen ges. *		-	1.524,9	1.524,9

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002

*) ohne Auflage von Zeitungen mit Sitz außerhalb Hessens

Die ddvg hält am hessischen Zeitungsmarkt einen Anteil von 0,2 Prozent. Zum Vergleich: Die FAZ-Gruppe kommt in Hessen anteilig auf eine Auflage von 489.000 Exemplaren und auf einen Marktanteil von 32,1 Prozent; die Ippen-Gruppe kommt anteilig auf 181.100 Exemplare und auf einen Marktanteil von 11,9 Prozent.

Anzeigenblätter in Hessen

Titel	Verlagsort	Kapitalanteil in %	Auflage in 1.000	Ant. Auflage in 1.000
Extra	Marburg	10,4	118,2	12,3
Sonntag-Morgenmagazin	Gießen	1,2	356,3	4,3
Sonntag-Morgenmagazin	Darmstadt	1,2	235,5	2,8
Blitz Tip	Egelsbach	6,8	803,8	54,7
Äppler	Egelsbach	6,8	597,5	40,6
Kreisanzeiger am Sonntag	Bad Hersfeld	8,5	65,3	5,6
Kreisanzeiger zum Mittwoch	Bad Hersfeld	8,5	65,3	5,6
Anzeigenblätter mit ddvg-Beteiligung gesamt	Hamburg	-	2.241,9	
ddvg Auflagenanteil in Höhe des Kapitalanteils				125,9
MA der ddvg an Anzeigenblättern in Hessen			33,0	1,9
Anzeigenblätter in Hessen gesamt	-	-	6.800,0	6.800,0

Stand: Auflagenangaben für I. Quartal 2002 bzw. nach jeweils jüngsten Verlagsangaben

7. Hörfunk

Die Zeitungsunternehmen spielen in fast allen Bundesländern eine erhebliche Rolle bei den privaten Hörfunksendern. Über ihre Beteiligungen an Verlagen ist auch die ddvg indirekt mit einzelnen Anbietern verbunden. Dies gilt - wie in den vorangegangenen Kapiteln ausgeführt - für einzelne Lokalfunkstationen in Bayern und in NRW. Bedeutsamer sind die Beteiligungen an Regionalsendern, die insgesamt in der Hörfunkbranche das höchste Gewicht haben, da zum einen die wenigen bundesweiten Programme nur begrenzte Akzeptanzen erzielen und zum anderen nur in wenigen Ländern Lokalfunk angeboten wird.

Die ddvg ist insbesondere über ihre Beteiligung an dem Hannoveraner Madsack-Konzern indirekt an einzelnen Sendern beteiligt. Die Anzahl der Beteiligungen an landesweiten Sendern ist mit sechs für die private Hörfunkbranche recht stattlich, verglichen mit der Stellung führender Unternehmen der Branche aber gering. So hält beispielsweise der mutmaßliche Marktführer, die RTL Group, an 18 bundes- und landesweiten Anbietern Beteiligungen. Zwei dieser Sender besitzt die RTL Group vollständig, bei sechs weiteren bestehen qualifizierte Beteiligungen. Die ddvg hingegen besitzt zusammen mit Vereinen und Gruppen der Region nur eine direkte Beteiligung an dem Veranstalter Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co KG (RPR) in Höhe von 9,2 Prozent. Ansonsten bestehen nur indirekte Beteiligungen, die durchgerechnet zwischen 0,2 und 4,1 Prozent und damit auf einem sehr niedrigen Niveau liegen. Da es sich um indirekte Beteiligungen handelt, ist der Einfluß der ddvg im privaten Hörfunk marginal.

Der Madsack-Konzern hat sich schon früh im privaten Hörfunk engagiert. Für diese Branche gilt – ähnlich wie bei den Anzeigenblättern: im Mittelpunkt der Aktivitäten steht das Stammland Niedersachsen, kleine Beteiligungen werden aber auch außerhalb gehalten. Einen erheblichen Einfluss hat Madsack bei „radio ffn“. Neben der direkten Beteiligung in Höhe von 11,8 Prozent ist Madsack mehrfach indirekt an der Verlegergesellschaft beteiligt.

Beim zweiten niedersächsischen Veranstalter, beim „Hit-Radio Antenne Niedersachsen“, hält Madsack über ein Tochterunternehmen einen Anteil von 11 Prozent. Hinzu kommt eine weitere Beteiligung über das Tochterunternehmen teleconsult Planungs- und Beratungs GmbH. Die teleconsult besitzt die Hälfte der Anteile der RB Rundfunk Beteiligungs GmbH, die mit 18 Prozent an Antenne Niedersachsen beteiligt ist. Durchgerechnet hält Madsack einen Anteil von 20 Prozent an dem Sender. Am dritten landesweiten Programm, „Radio21“, sind die beiden anderen Landessender mit jeweils 20 Prozent beteiligt.

Gewichtig ist auch Madsacks Anteil an „Hit-Radio Brocken“ in Sachsen-Anhalt. Über ein zwischengeschaltetes Tochterunternehmen hält Madsack 4 Prozent. Die Tochter teleconsult ist mit 65 Prozent größter Eigner der Freundeskreis Radio Brocken Beteiligungs-GmbH, die mit 23 Prozent zweitgrößter Eigner von "Hit-Radio Brocken" ist.

Für Madsack ergibt sich damit durchgerechnet ein Anteil von 19 Prozent an dem Sender.

Die übrigen Beteiligungen im Hörfunk sind deutlich geringer. An „Antenne Thüringen“ ist Madsack über die teleconsult mit 10 Prozent beteiligt, an der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co KG („RPR Eins“, „RPR Zwei“) mit 8,7 Prozent. Letztlich besteht über den Verlag Blitz Tip eine Beteiligung in Höhe von 30 Prozent an der RTL Hessen TV GmbH, die ein regionales TV-Programm für Hessen veranstaltet. Madsack hält außerdem eine Beteiligung von 24,8 Prozent an der Center TV Produktion GmbH in Hannover, die als sog. Drittanbieter in eigener Verantwortung einzelne Sendeplätze im Programm von „RTL“ bestückt. Hinzu kommen Mehrheitsbeteiligungen an zwei TV-Produktionsunternehmen und Produktionsstudios in Hannover.

Die Rundfunkbeteiligungen der ddvg über den Madsack-Konzern im Überblick

Programm	durchgerechneter Anteil	
	Madsack in %	ddvg in %
radio ffn (Niedersachsen)	11,8	2,4
Hit-Radio Antenne Niedersachsen	20,0	4,1
Radio21 (Niedersachsen)	6,0	1,2
Hit-Radio Brocken (Sachsen-Anhalt)	19,0	3,9
Antenne Thüringen	10,0	2,0
RPR Eins; RPR Zwei (Rheinland-Pfalz)*	8,7	1,8

* Hinzu kommt eine direkte Beteiligung der ddvg.

8. Fazit

Die zusammenfassende Tabelle über die anteiligen Gesamtauflagen der ddvg im Bundesgebiet zeigt, dass der Einfluß des Unternehmens sowohl im Zeitungs- als auch im Anzeigenblattmarkt begrenzt ist. Im Zeitungsmarkt kommt das Unternehmen unter Einbeziehung sämtlicher Beteiligungen, also auch jener die beispielsweise deutlich unter dem kartellrechtlichen Schwellenwert von 25 Prozent liegen, auf einen Marktanteil von 2,4 Prozent. Blieben die Beteiligungen unterhalb dieser Schwelle unberücksichtigt, läge der Marktanteil bei nur 1,9 Prozent.⁴ Die Springer Verlag AG, der Marktführer im Zeitungsmarkt, kam im Jahr 2002 auf einen Marktanteil von 23,4 Prozent.⁵

In den sechs Bundesländern, in denen die ddvg im Zeitungsmarkt Beteiligungen hält, differiert der Marktanteil stark. In Hessen ist der Anteil mit gerade mal 0,2 Prozent zu vernachlässigen. In Sachsen ist er mit 19,4 Prozent stattlich. In Niedersachsen und Thüringen ist der Anteil annähernd gleich (5,3 bzw. 5,6%). In Nordrhein-Westfalen und Bayern ist er mit 2,8 bzw. 2,7 Prozent bescheiden.

Bei den Anzeigenblättern erreicht die ddvg bei einer anteiligen Gesamtauflage von knapp über einer Mio. Exemplaren bundesweit einen Marktanteil von 1,2 Prozent. Wie begrenzt die Auflage ist, zeigt sich im Vergleich beispielsweise mit der Auflage, die die Verlagsgesellschaft Madsack allein in Niedersachsen erreicht: rund 1,5 Mio. Exemplare⁶ oder etwa jener des WAZ-Konzerns allein in Nordrhein-Westfalen: 4,25 Mio. Exemplare (anteilig).⁷ Eine umfassende Darstellung zur Anbieterstruktur im bundesweiten Markt der Anzeigenblätter ist zwar nicht bekannt, einzelne Regionalstudien belegen aber, dass eine Vielzahl von Verlagen bzw. unter Berücksichtigung von Kapitalverflechtungen gebildete Verlagsgruppen wesentlich höhere Gesamtauflagen

⁴ Vgl. ddvg: Geschäftsbericht 2001, S. 27.

⁵ Vgl. Fußnote 1, hier S. 484.

⁶ Vgl. dazu die näheren Angaben in: Formatt-Institut: Medienatlas Niedersachsen-Bremen 2000. Hannover 2000, hier S. 67.

⁷ Vgl. Formatt-Institut: Medienstrukturen auf lokaler Ebene (im Druck); hrsg. von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).

erzielen als die ddvg.⁸ Allein in Nordrhein-Westfalen gilt dies beispielsweise für drei Verlagsgruppen.⁹

Die Marktanteile in den einzelnen Bundesländern liegen zwischen 0,9 (NRW) und 5,1 Prozent (Niedersachsen). In Thüringen sind es 3,5 Prozent, in Hessen 1,9, in Sachsen 1,5 und in Bayern 1,0 Prozent.

Übersicht über die Marktanteile der ddvg im Zeitungs- und Anzeigenblattmarkt nach Bundesländern

Bundesland	Zeitungen der ddvg-Beteiligungsunternehmen				Anzeigenblätter der ddvg-Beteiligungsunternehmen			
	Auflage in 1.000	MA- Anteil in %	Anteili- ge Aufl. in 1.000	MA- Anteil in %	Auflage in 1.000	MA- Anteil in %	Anteili- ge Aufl. in 1.000	MA- Anteil in %
Niedersachsen	500,4	31,5	84,0	5,3	3.275,5	38,5	430,8	5,1
Sachsen	724,7	63,7	213,7	18,8	1.060,2	18,0	90,9	1,5
Nordrhein-Westf.	320,2	7,8	112,9	2,8	1.378,1	7,5	173,5	0,9
Bayern	129,0	4,4	79,5	2,7	125,0	1,0	125,0	1,0
Thüringen	130,1	22,3	32,6	5,6	322,7	14,8	75,5	3,5
Hessen	31,6	2,1	3,3	0,2	2.241,9	33,0	125,9	1,9
BRD ¹	1.836	7,9	526,0	2,3	8.403,4	9,3	1.021,6	1,2

Gesamtauflagen bundesweit von Tageszeitungen: 23,2 Mio. Exemplare und Anzeigenblättern: 86,8 Mio. Exemplare.

In der abschließenden Tabelle wird die ddvg in die Verlagsgruppen mit den höchsten anteiligen Gesamtauflagen in Deutschland eingereiht. Der Tageszeitungsmarkt in der Bundesrepublik ist im wesentlichen ein regionaler Markt. Nur wenige Titel werden bundesweit verbreitet. Abgesehen von dem Boulevardblatt „Bild“ erreichen diese Titel zudem nur begrenzte Auflagen. Prägend für den Gesamtmarkt sind Lokal- und Regionalzeitungen in den einzelnen Ländern. Der herausragenden Auflage von „Bild“ entspricht die Führungsrolle des Springer-Konzerns in Deutschland – und zwar mit erheblichem Abstand zu allen anderen Gruppen. Springer kommt fast auf den vierfachen Marktanteil wie der WAZ-Konzern auf Rang zwei. Während die zehn größten Gruppen mindestens einen Marktanteil von mehr als zwei Prozent erreichen, bleibt die ddvg mit 1,9 Prozent und Rang elf knapp darunter.

⁸ Vgl. dazu die Fußnoten 6 und 7.

⁹ Vgl. Fußnote 7.

Bei der Differenz zwischen dem oben für die ddvg ausgewiesenen Wert in Höhe von 2,3 Prozent und dem in der folgenden Tabelle genannten Wert von 1,9 Prozent sind Methoden- und Aktualitätsunterschiede zu beachten. Bei der vorliegenden Darstellung sind sämtliche Beteiligungen an Zeitungsverlagen unabhängig von der Beteiligungshöhe berücksichtigt worden. Bei der Untersuchung zu den auflagenstärksten Verlagsgruppen bundesweit wurden nur Beteiligungen mit einer Mindesthöhe von gerundet 25 Prozent eingerechnet (wegen der Bedeutung eingeschlossen auch die 20 Prozent-Beteiligung bei Madsack). Hinzu kommt, dass bei dieser älteren Berechnung die „Frankenpost“ und ihr Ableger „Vogtland-Anzeiger“ nur anteilig entsprechend dem damaligen Teilbesitz in Höhe von 30 Prozent der ddvg zugerechnet worden sind, während bei der vorliegenden Darstellung der Zukauf der übrigen Anteile berücksichtigt ist und die Auflagen der beiden Titel auch anteilig entsprechend vollständig der ddvg zugerechnet worden sind.

Führende Verlagsgruppen im Zeitungsmarkt nach Gesamtauflagen

	Verlagsgruppe	anteilige Auflage in 1.000	Marktanteil in %
1.	Axel Springer-Verlag AG	5.425.497	23,4
2.	Verlagsgruppe WAZ, Essen	1.404.902	6,1
3.	Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	1.146.645	4,9
4.	Verlagsgruppe DuMont-Schauberg, Köln	965.857	4,2
5.	Verlagsgruppe Ippen	877.120	3,8
	Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen		42,3
6.	Verlagsgruppe Holtzbrinck, Stuttgart	780.989	3,4
7.	Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung	682.500	2,9
8.	Verlagsgruppe Gruner + Jahr, Hamburg	644.660	2,8
9.	Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung, München	596.845	2,6
10.	Verlagsgruppe Madsack, Hannover	517.451	2,2
	Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen		56,3
11.	Verlagsgruppe ddvg	434.974	1,9
12.	Verlagsgruppe Rheinische Post, Düsseldorf	365.900	1,6
13.	Verlagsgruppe Augsburgener Allgemeine	332.300	1,4
14.	Verlagsgruppe Bauer/ Volksstimme, Magdeburg	256.500	1,1
15.	Verlagsgruppe Ruhr Nachrichten, Dortmund	252.800	1,1

Stand: Auflagenangaben für das I. Quartal 2002.