

**Zeitungsstatistik
von 14 europäischen Ländern im Vergleich**

**Comparative Statistics
on Newspapers in 14 European Countries**

68 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

Kursiv gedruckte Zahlen beziehen sich auf die Auflage in Tausend. <i>Numbers in italic letters refer to circulation figures 1,000s.</i>						
	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
Zeitungen (insgesamt) <i>Newspapers (total)</i>	24 <i>1.493,8</i>	86¹ <i>1.142,9</i>	1.582 <i>24.580,2</i>	27¹ <i>301,8</i>	3 <i>92,3</i>	81 <i>742,5</i>
Zeitungen mit Kernredaktion <i>Newspapers with complete editorial staff (producing a GNUS)</i>	17	68	135	27	3	75
weitere Ausgaben <i>Assorted editions</i>	7	18 ²	1.078	— ²	—	2
insgesamt <i>Total</i>	24 <i>1.493,8</i>	86 <i>1.142,9</i>	1.213 <i>20.902,3</i>	27 <i>301,8</i>	3 <i>92,3</i>	77 <i>707,5</i>
Zeitungen ohne Kernredaktion <i>Newspapers without complete editorial staff (without a GNUS of their own)</i>	—	—	236	—	—	4
Weitere Ausgaben <i>Assorted editions</i>	—	—	133	—	—	—
Insgesamt <i>Total</i>	—	—	369 <i>3.677,9</i>	—	—	4 <i>35,0</i>
Zeitungsunternehmen (insgesamt) <i>Newspaper publishing companies (total)</i>	9 <i>1.493,8</i>	68 <i>1.142,9</i>	365 <i>24.580,2</i>	26 <i>301,8</i>	3 <i>92,3</i>	77 <i>742,5</i>
Zeitungsverlage mit Kernredaktion <i>Companies with complete editorial staff</i>	9 <i>1.493,8</i>	68 <i>1.142,9</i>	129 <i>20912,3</i>	26 <i>301,8</i>	3 <i>92,3</i>	73 <i>707,5</i>
Zeitungsverlage ohne Kernredaktion <i>Companies without complete editorial staff</i>	—	—	236 <i>3667,9</i>	—	—	4 <i>35,0</i>
Zeitungsverlage mit nur einer Zeitung <i>Companies publishing one newspaper</i>	3 <i>86,1</i>	65 <i>349,7</i>	359 <i>17.919,8</i>	25 <i>291,7</i>	3 <i>92,3</i>	74 <i>555,4</i>
Zeitungsverlage mit mehreren Zeitungen <i>Companies publishing several newspapers</i>	6 <i>1.407,7</i>	3 <i>793,2</i>	6 <i>6.660,4</i>	1 <i>10,1</i>	—	3 <i>187,1</i>

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
5 <i>135,0</i>	56 <i>4.476,0</i>	31 <i>2.912,6</i>	204¹ <i>3.922,4²</i>	90 <i>7.842,9</i>	22 (20)² <i>1.000,0 (900,0)</i>	19 <i>980,0</i>	310¹ <i>~3.200,0</i>
4	35	15	45 ³	63	22 (20) ²	19	103
–	21	14 ¹	158 ⁴	11	– 3	–	165
4 <i>125,0</i>	56 <i>4.476,0</i>	29 <i>2.811,9</i>	203 <i>3.906,6</i>	74 <i>7.342,6</i>	22 (20) ² <i>1.000,0 (900,0)</i>	19 <i>980,0</i>	268 <i>.</i>
–	–	2	1	16 ²	– ⁴	–	32
1	–	–	–	–	–	–	10
1 <i>10,0</i>	–	2 <i>30,7</i>	1 <i>15,8</i>	16 <i>500,3</i>	–	–	42 <i>.</i>
5 <i>135,0</i>	12 <i>4.476,0</i>	17² <i>2.912,6</i>	44 <i>3.922,4</i>	84³ <i>7.665,0³</i>	20 (19)² <i>1.000,0 (900,0)</i>	16 <i>980,0</i>	128 <i>~3.200,0</i>
4 <i>125,0</i>	12 <i>4.476,0</i>	15 <i>2.881,9</i>	43 <i>3.906,6</i>	68 ³ <i>7.164,7³</i>	20 (19) ² <i>1.000,0 (900,0)</i>	16 <i>980,0</i>	97 <i>.</i>
1 <i>10,0</i>	–	2 <i>30,7</i>	1 <i>15,8</i>	16 ³ <i>500,3³</i>	–	–	31 <i>.</i>
5 <i>135,0</i>	8 <i>225,0</i>	17 <i>2.912,6</i>	42 <i>3.636,3</i>	50 ³ <i>4.767,4³</i>	19 (18) ² <i>820,0</i>	14 <i>823,0</i>	46 <i>.</i>
–	4	–	2	34 ³	1 ⁵	2	82
–	<i>4.250,0</i>	–	<i>286,1</i>	<i>2.897,6³</i>	<i>180,0</i>	<i>157</i>	<i>.</i>

70 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
Zeitungsverlage, die ausschließlich Zeitungen herausgeben <i>Companies publishing exclusively newspapers</i>	2 150,7	61	2 60,3	53 310,5
Zeitungsverlage, die auch andere Presseerzeugnisse herausgeben <i>Companies publishing newspaper and other print media</i>	7 1.343,1	7	1 32,0	24 432,0
Zeitungsverlage als wirtschaftlich unverbundene Unternehmen <i>Independent companies</i>	8 1.483,7	66 563,9	302 18.283,0	18 195,9	2 84,8	75 727,7
Zeitungsverlage im wirtschaftlichen Verbund mit anderen Presseunternehmen (≥ 50%) <i>Companies as part of another company (≥ 50%)</i>	1 10,1	2 579,0	63 6.297,2	8 105,9	1 7,5	2 14,8
Vertriebsform <i>Type of distribution</i>						
Einzelverkauf (% der Gesamtauflage) <i>Street sales (% of total circulation)</i>	57,7	78,0	23,9	48-50 ³	9,2	.
Abonnement (% der Gesamtauflage) <i>Subscription (% of total circulation)</i>	42,3	22,0	76,1	50-52 ³	90,8	.
Verbreitungsgebiet <i>Distribution area</i>						
überwiegend national <i>Mainly national distribution</i>	11 ¹ 904,8	11 ³ 738,4	76 5.789,4	7 195,7	3 92,3	11 353,4
überwiegend regional <i>Mainly regional distribution</i>	13 589,0 ²	65 398,2	1.223 14.037,0	17 100,0	– –	16 147
überwiegend lokal <i>Mainly local distribution</i>	– –	10 6,3	283 4.753,8	3 6,1	– –	54 242,1

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
3 <i>18,0</i>	– –	12 ³ <i>2.259,6</i>	. .	20 ³ <i>1.541,8³</i>	. .	13 <i>788,0</i>	. .
2 <i>117,0</i>	12 <i>4.476,0</i>	5 ³ <i>653</i>	. .	14 ³ <i>1.355,8³</i>	. .	3 <i>192,0</i>	. .
5 <i>135,0</i>	12 <i>4.476,0</i>	10 ⁴ <i>1.179,4</i>	23 <i>1.960,3</i>	72 ³ <i>7.019,0³</i>	. .	14 <i>735,0</i>	50 .
– –	– –	7 ⁴ <i>1.733,2</i>	21 <i>1.962,1</i>	2 ³ <i>286,0³</i>	. .	2,0 <i>245,0</i>	78 .
15,0	10,0	. ⁵	90,3	ca. 29,0	100,0 ⁶	70,0	82,9 ²
85,0	90,0	.	9,7	ca. 71,0	0,0	30,0	12,6 ²
5 <i>135,0</i>	11 <i>2.071,0</i>	9 ⁶ <i>2.441,5⁶</i>	8 ⁵ <i>1.907,3</i>	13 <i>> 4.000,0</i>	4 <i>400,0</i>	12 <i>842,0</i>	4 ¹ <i>1.148,0</i>
– –	45 <i>2.405,0</i>	8 ⁶ <i>471,1⁶</i>	38 ⁵ <i>2.015,1</i>	31 <i>> 2.000,0</i>	18 <i>600,0</i>	3 <i>96,0</i>	105 ¹ <i>2.042,0</i>
– –	– –	. ¹ .	– –	46 <i>> 1.000,0</i>	– ⁷ –	4 <i>42,0</i>	13 ¹ <i>~10,0</i>

72 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
Auflagengrößenklassen <i>Circulation categories</i>						
Zeitungen mit eigenem Mantel <i>Newspapers with own GNUS</i>						
≤ 5.000	– ³ – ³	38 ⁴ 107,0	2 4,5	11 30,1	– –	40 119,6
5.001 - 10.000	1 ³ 8,5 ³	18 ⁴ 112,8	2 13,7	7 50,2	– –	23 178,2
10.001 - 50.000	4 ³ 134,3 ³	10 ⁴ 344,1	82 681,6	8 166,3	1 7,5	11 193,2
50.001 - 100.000	4 ³ 303,3 ³	– –	209 2.223,2	1 65,2	2 84,8	3 216,5
100.001 - 500.000	3 ³ 366,4 ³	2 ⁴ 579,0	829 12.962,2	– –	– –	– –
500.001 - 1.000.000	– ³ – ³	– –	54 604,9	– –	– –	– –
> 1.000.000	– –	– –	35 4.412,2	– –	– –	– –
Zeitungen ohne eigenen Mantel <i>Newspapers without own GNUS</i>						
≤ 5.000	– –	– –	43 123,0	– –	– –	2 5,0
5.001 - 10.000	– –	– –	81 561,7	– –	– –	1 9,0
10.001 - 50.000	– –	– –	205 2.346,2	– –	– –	1 21,0
50.001 - 100.000	– –	– –	20 383,2	– –	– –	– –
100.001 - 500.000	– –	– –	20 263,8	– –	– –	– –

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
2	–	1 ⁷	–	5	1	–	8 ³
8,0	–	4,7 ⁷	–	27,9	3	–	27,5
–	–	–	–	5	–	3	14 ³
–	–	–	–	68,2	–	26,0	101,2
1	11 ¹	3 ⁷	23 ⁵	36	16	10	38 ³
29,0	604,0	80,6 ⁷	834,1	1.019,1	520	299,0	926,1
1	7 ¹	3 ⁷	11 ⁵	14	2	5	5 ³
88,0	479,0	186,7 ⁷	730,3	769,4	130	425,0	335,6
–	16 ¹	8 ⁷	10 ⁵	11	3	1	8 ³
–	2.610,0	1.551,9 ⁷	1.796,0	3.108,0	350	230,0	1.752,4
–	1 ¹	–	1 ⁵	2	–	–	–
–	782,0	–	546,2	1.950,0	–	–	–
–	–	–	–	1	–	–	–
–	–	–	–	400,0	–	–	–
–	–	–	–	1	–	–	. ³
–	–	–	–	1,3	–	–	.
1	–	–	–	–	–	–	.
10,0	–	–	–	–	–	–	.
–	–	2	1 ⁵	11	–	–	.
–	–	30,7	15,8	355,2	–	–	.
–	–	–	–	3	–	–	.
–	–	–	–	128,8	–	–	.
–	–	–	–	1	–	–	.
–	–	–	–	15,0	–	–	.

74 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
500.001 - 1.000.000	– –	– –	– –	– –	– –	– –
> 1.000.000	– –	– –	– –	– –	– –	– –
Erscheinungshäufigkeit <i>Frequency of appearance</i>						
2x wöchentlich <i>Twice weekly</i>	– –	11 ⁵ .	3 11,2	5 10,5	– –	41 237,7
3x wöchentlich <i>3 times a week</i>	– –	2 ⁵ .	8 26,3	6 22,4	– –	20 154,7
4x wöchentlich <i>4 times a week</i>	– –	– –	1 1,7	5 32,2	– –	1 7,4
5x wöchentlich <i>5 times a week</i>	1 49,7	38 ⁵ .	2 7,7	7 79,9	1 7,5	11 92,5
6x wöchentlich <i>6 times a week</i>	23 1.444,1	13 ⁵ .	1.448 22.787,1	4 156,8	2 84,8	8 250,6
7x wöchentlich <i>7 times a week</i>	– –	4 ⁵ .	120 1.746,2	– –	– –	– –
öfter als 7x wöchentlich <i>More than 7 times a week</i>	– –	– –	– –	– –	– –	– –
Erscheinungsweise <i>Daytime of appearance</i>						
morgens <i>In the morning</i>	24 1.493,8	86 1.142,9	1.575 24.488,9	27 301,8	2 60,3	78 732,5
mittags <i>At noon</i>	– –	– –	7 91,3	– –	1 32,0	– –

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	3	–	–	2
–	–	–	–	29,2	–	–	.
–	–	–	–	19	–	1	–
–	–	–	–	610,8	–	81,0	–
–	–	–	–	8	–	–	–
–	–	–	–	231,3	–	–	–
2	4	2	–	52	–	1	–
8,0	102,0	71,5	–	4.568,5	–	37,0	–
2	52	12	46 ⁵	6	18	17	–
117,0	4.374,0	810,1	3.922,4	1.979,1	800,0	862,0	–
1	–	17	–	2	4	–	308
10,0	–	2.030,8	–	424,0	200,0	–	.
–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	–	–	–	–
5	.	31	44 ⁵	73	22	15	310
135,0	.	2.912,6	3.837,7	6.066,3	1.000,0	938,0	~3.200,0
–	.	–	2 ⁵	1	–	–	–
–	.	–	84,7	4,9	–	–	–

76 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
abends <i>In the evening</i>	– –	– –	– –	– –	– –	3 10,0
mehrmals täglich <i>Several times daily</i>	– –	– –	– –	– –	– –	– –
Format <i>Format</i>						
traditionelles Zeitungsformat <i>Traditional newspaper format</i>	22 ⁴ 1.414,8	. .	1.576 23.824,1	1 47,2	– –	81 742,5
Tabloid-Format <i>Tabloid format</i>	2 ⁴ 79,0	86 1.142,9	6 756,1	26 254,6	3 92,3	– –
Tendenz <i>Tendency/Bias</i>						
richtungsbestimmt <i>Definitive bias in one direction (of political, confessional or other kind)</i>	19 ⁵ 1.138,4	18 ⁶ .	348 2.893,4	1 17,0	– –	4 111,6
ohne erkennbare Richtung <i>No single bias detectable</i>	5 355,5 ⁶	50 .	1.234 21.686,8	26 284,8	3 ¹ 92,3	77 630,9
Wettbewerbssituation <i>Market situation</i>						
Alleinanbieter <i>Newspaper without competition within its geographical market</i>	. ⁷ .	. .	591 ¹ 8.562,2	14 82,3	1 7,5	18 89,7
Erstanbieter <i>Newspaper is market leader within its geographical market</i>	. .	. ⁷ .	697 ¹ 8.477,9	4 93,2	1 52,8	13 252,3
nachrangige Marktposition <i>Newspaper is not market leader within its geographical market</i>	227 ¹ 1.640,0	9 126,3	1 32,0	50 400,5

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
–	.	– ⁸	–	15	–	4	–
–	.	–	–	1.521,7	–	42,0	–
–	.	–	–	1	–	–	–
–	.	–	–	250,0	–	–	–
5	56	14	.	.	18	18	.
135,0	4.476,0	1.036,3	.	.	640,0	750,0	.
–	–	17	.	.	4 ⁸	1	.
–	–	1.876,3	.	.	360,0	230,0	.
4	.	4 ⁹	4 ⁵	23	20	1	12 ⁴
125,0	.	134,5	514,5	3.026,5	900,0	42,0	.
1	.	27	42 ⁵	67 ⁴	2 ⁹	18	91 ⁴
10,0	.	2.777,1	3.407,9	4.816,4	100,0	938,0	.
–	.	– ¹	2 ⁵	.	.	3	16
–	.	–	137,6	.	.	119,0	.
1	.	10 ¹	15 ⁵	.	.	4	.
87,0	.	1.613,5 ¹	1.423,0	.	.	42,0	.
4	.	11 ¹	29 ⁵	.	.	12	.
48,0	.	1.299,1 ¹	2.361,8	.	.	819,0	.

78 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
Sprache in den Zeitungen <i>Languages</i>						
Amts- bzw. Landessprache <i>One of the official languages</i>	24 ⁸ 1.493,8	83 .	1.579 24.569,2	21 268,3	3 92,3	75 691,5
sprachliche Minderheit <i>Non-official language, spoken by part of the native population</i>	– –	3 .	3 11,0	5 20,9	– –	6 51,0
mehrsprachig <i>Multi-language</i>	– –	– –	– –	1 12,6	– –	– –
fremdsprachig <i>Foreign language</i>	– –	– –	– –	– –	– –	– –
Zeitungsdichte in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern <i>Newspaper density in major cities (population > 100.000)</i>						
Großstädte ohne örtliche Zeitung <i>Major cities without a local newspaper</i>	2	–	–	1	–	–
Großstädte mit einer örtlichen Zeitung <i>Major cities with one local newspaper</i>	3	1	30	–	–	1
Großstädte mit zwei örtlichen Zeitungen <i>Major cities with two local newspapers</i>	2	1	43	–	–	4
Großstädte mit drei oder mehr örtlichen Zeitungen <i>Major cities with three or more local newspapers</i>	1	6	11	1	–	–
Zahl der Großstädte <i>Total number of major cities</i>	8	8	84	2 ⁴	0	5
Sitz der Zeitungsverlage <i>Locations of publishing companies</i>						
in Städten bis zu 10.000 Einwohnern <i>In cities up to a population of 10.000</i>	– –	1 1,0	. ² .	13 206,8	– –	52 246,0

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
5 ¹ 135,0	.	31 2.912,6	46 ⁵ 3.922,4	83 7.642,4	18 900,0	18 938,0	107 ¹ ~3.100,0
–	.	–	–	2	4 ¹⁰	1	9 ¹
–	.	–	–	6,2	100,0	42,0	~85,0
–	.	–	–	5	–	–	6 ¹
–	.	–	–	194,3	–	–	.
–	.	–	–	–	–	–	+1
–	.	–	–	–	–	–	+3,5
–	–	–	–	–	3	5	–
–	21	–	2	1	–	–	–
–	3	–	9	8	2	2	2
–	–	5	31	35	1	1	5
0	24	5	42	44	6	8	7
–	–	1	–	4 ³	.	–	.
–	–	72,8	–	25,7 ³	.	–	.

80 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
in Städten von 10.001 bis 1.000.000 Einwohnern <i>In cities with a population between 10.001 and 1.000.000</i>	9 <i>1.493,8</i>	74 <i>403,5</i>	346 ² <i>16.668,8</i>	13 <i>95,0</i>	3 <i>92,3</i>	25 <i>496,5</i>
in Städten mit über 1.000.000 Einwohnern <i>In cities with a population above 1.000.000</i>	– –	11 <i>738,4</i>	19 <i>7.911,4</i>	– –	– –	– –
in der Hauptstadt/Regierungssitz <i>In the national capital/seat of government</i>	5 <i>1.112,9</i>	11 <i>738,4</i>	8 <i>1.607,5</i>	8 <i>198,4</i>	2 <i>84,8</i>	11 <i>288,8</i>
in einer regionalen Hauptstadt <i>In a capital of state, province, department, canton, or similar administrative unit</i>	4 ¹ <i>380,9</i>	6 <i>64,0</i>	29 <i>8.903,9</i>	19 <i>103,4</i>	1 <i>7,5</i>	66 <i>453,7</i>
Nationale Spezifika <i>National characteristics of the newspaper market</i>						
Zeitungen/zeitungsähnliche Periodika, die im Ausland redaktionell gestaltet werden, deren im Inland vertriebener Auflagenanteil aber um entsprechende Seiten oder Beilagen ergänzt wird <i>Newspapers or near-newspaper periodicals, created abroad but augmented by supplements geared towards domestic circulation</i>	–	–	+	–	–	–
Zeitungen/zeitungsähnliche Periodika, die im Ausland verlegt, aber für den inländischen Markt hergestellt werden <i>Newspapers or near-newspaper periodicals, published abroad but produced for the domestic market</i>	–	–	+	–	–	–
flächendeckendes Angebot einer regionalen/lokalen Berichterstattung im Staatsgebiet <i>Complete coverage of local/regional news supplied by a nationwide offering of local or regional editions</i>	+	–	+	+	–	+

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
5 <i>135,0</i>	12 <i>4.476,0</i>	9 <i>791,3</i>	36 <i>2.015,1</i>	42 ³ <i>1.303,5³</i>	.	16 <i>980,0</i>	.
–	–	7 <i>2.048,5</i>	8 <i>1.907,3</i>	38 ³ <i>6.335,7³</i>	.	–	.
–	–				.	–	.
4 <i>106,0</i>	3 <i>2731,0</i>	7 <i>2.048,5</i>	8 <i>1.907,3</i>	14 <i>5.348,8</i>	.	13 <i>878,0</i>	4 <i>1.147,4</i>
1 <i>29,0</i>	3 <i>332,0</i>	9 <i>791,3</i>	33 <i>1.883,3</i>	43 <i>1.720,1</i>	.	3 <i>102,0</i>	7 ⁵ .
				.	.		
				.	.		
				.	.		
+ ²	–	+ ¹⁰	+	–	–	–	+
+ ³	–	+ ¹⁰	.	–	+	–	–
+	+	+	.	+	+ ¹¹	–	+

82 Comparative Statistics on Newspapers in 14 European Countries

	Belgien <i>Belgium</i>	Bulgarien <i>Bulgaria</i>	Deutschland <i>Germany</i>	Estland <i>Estonia</i>	Island <i>Iceland</i>	Litauen <i>Lithuania</i>
kostenlos verteilte Zeitungen <i>Free newspapers (according to the definition of this questionnaire)</i>	–	+ ⁸	–	–	–	–
Rolle großer Zeitungskonzerne/Multimedia-Unternehmen <i>Importance of major newspaper/multi-media companies</i>	++ ⁹	++	+	0	0	+
Rolle ausländischer Medienunternehmen <i>Importance of foreign media companies</i>	–	++	--	0	--	--
zeitungsähnliche Periodika, die einmal wöchentlich oder seltener erscheinen (z.B. Wochenzeitungen) <i>Periodicals published once a week or less, e.g. weekly papers (not magazines)</i>	3 ¹⁰ 247,3	4 146,0	14 1.253,2	8 ca.100,0	3 6,6	84 641,2
zeitungsähnliche Periodika, die die Nachrichtenlücke eines Tages schließen (z.B. Sonntagszeitungen) <i>Periodicals merely closing the "reporting gap" left by other periodicals on certain days (e.g. Sunday papers)</i>	– –	1 ⁹ .	2 2.860,0	1 ca. 50,0	– –	– –
zeitungsähnliche Periodika, die keine fortlaufende Berichterstattung anbieten (z.B. aus Anlass zeitlich begrenzter Ereignisse) <i>Periodicals not offering continuous coverage, e.g. periodicals relating to exhibitions, fairs, sports events</i>	– –	. .	– –	1 1,0
zeitungsähnliche Periodika, die nur örtliche Berichterstattung wahrnehmen (z.B. lokale Anzeiger) <i>Periodicals covering only local issues (lack of national and international reporting)</i>	– –	74 .	84 863,0	. .	9 ² 12,8	48 260,2
zeitungsähnliche Periodika, die primär fachlich orientiert berichten (z.B. Wirtschafts-/Sportblätter) <i>Periodicals covering primarily stories within a limited subject range (lack of universality), e.g. economics or sports papers</i>	2 10,5	160 ¹⁰ .	9 ³ 1.377,4	ca. 5 ⁵ ca. 30,0	2 ³ 12,0	27 ¹ 250,5
zeitungsähnliche Periodika, die kostenlos abgegeben werden <i>Near-newspaper periodicals, distributed for free (e.g. local ad-supported products)</i>	. ¹¹ .	56 .	1.279 80.466,4	ca. 5 ca.250,0	11 ⁴ 41,4	11 224,0

Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Niederlande <i>Netherlands</i>	Österreich <i>Austria</i>	Polen <i>Poland</i>	Russland <i>Russia¹</i>	Serbien und Montenegro <i>Serbia and Montenegro¹</i>	Slowakei <i>Slovakia</i>	Spanien <i>Spain</i>
–	–	– ¹⁰	.	–	–	–	+
++	++	++	++	+	0 ¹²	0 ¹	+
0	--	+	++	–	-- ¹³	++	--
3 <i>10,0</i>		54 ¹⁰ <i>2.604,0</i>	– –	78 <i>8.544,8</i>	27 ¹⁴ <i>130,0</i>	73 <i>ca. 450,0</i>	. .
–	.	– ¹⁰	–	6	–	–	.
–	.	–	–	<i>64,0</i>	–	–	.
–	–	.	–	17	–	.	.
–	–	.	–	.	–	.	.
–	ca. 60 ²	.	4	75	–	31	.
–	<i>400,0</i>	.	<i>117,5</i>	.	–	<i>ca. 180,0</i>	.
7 ⁴	.	11 ^{10,11}	13 ⁶	64 ⁶	–	. ²	.
<i>140,0</i>	.	<i>574,9</i>	<i>481,7</i>	.	–	.	.
6	.	22 ¹⁰	.	.	–	.	.
<i>200,0</i>	.	<i>2.981,3</i>	.	.	–	.	.

Anmerkungen Notes

GNUS = General News Umbrella Section [Mantel]

- + vorhanden *applies*
- nicht vorhanden *does not apply*
- . unbekannt *unknown*

Rolle großer Zeitungskonzerne *Importance of major newspaper companies* / Rolle ausländischer Medienunternehmen *Importance of foreign media companies*:

- ++ erhebliche Bedeutung *very important*
- + eher erhebliche Bedeutung *quite important*
- o einige Bedeutung *rather important*
- geringe Bedeutung *not important*
- keine Bedeutung *not at all important*

Wenn nicht anders angegeben, ist der Autor des entsprechenden Länderbeitrags im 3. Teil des Buches auch für die Daten in der voran stehenden Tabelle verantwortlich. *The author of the country report in part 3 of the book is responsible for the data in the table above; otherwise the author is noted.*

Belgien Belgium*Auflagen*

für 1999 (verkaufte Auflage)

Quellen

Els De Bens. 2000. *De Pers in België*. Tielt: Lannoo.
CIM (Centrum voor informatie over de media)

Anmerkungen

1 Durch die besondere Staatsstruktur Belgiens ist es schwer zu entscheiden, ob eine Zeitung national verbreitet ist oder nicht. Flämische Qualitätszeitungen wie *De Standaard* oder *De Morgen* sind im belgischen Kontext weder lokale noch regionale Zeitungen, aber sie werden in den wallonischen Provinzen kaum oder gar nicht gelesen. In der Tabelle wurden niederländischsprachige Zeitungen, die in allen flämischen und französischsprachigen Provinzen, Zeitungen, die in allen wallonischen Provinzen verbreitet werden, als „national verbreitet“ eingestuft. Zeitungen, die ihr Hauptverbreitungsgebiet in nur einer Provinz haben, wurden als „regional“ betrachtet. Lokale Zeitungen gibt es in Belgien nicht.

2 Die angegebene Gesamtauflage der nationalen Zeitungen muss eigentlich nach unten korrigiert werden, denn hier wurde die Auflage der Regionalzeitung *De Gentenaar* mitgezählt. Die Auflage dieser Zeitung wird nicht einzeln, sondern zusammen mit der national verbreiteten Zeitung *Het Nieuwsblad* ausgewiesen. Entsprechend müsste die Gesamtauflage der regionalen Zeitungen nach oben korrigiert werden. Genaue Zahlen anzugeben, ist hier aber unmöglich.

3 Da nicht von allen 24 Tageszeitungen die Auflage einzeln ausgewiesen wird (siehe auch Anm. 2), ist es unmöglich, hier eine vollständige Übersicht zu geben. Es wurden nur die Zahlen angegeben für Zeitungen, für die die Einzelaufgabe bekannt ist. Zur Verdeutlichung folgt unten eine Übersicht über die vorhandenen Daten.

- Keine Zeitung hat eine verkaufte Auflage unter 5.000 Exemplaren
- 1 Zeitung verkaufte zwischen 5.001 und 10.000 Exemplaren: *Le Matin* (8.500 Exemplare)
- 4 Zeitungen verkauften zwischen 10.001 und 50.000 Exemplaren: *De Morgen* (48.259)

Exemplare), *De Financieel-Economische Tijd* (49.687 Exemplare), *L'Echo* (26.296 Exemplare), *Grenz-Echo* (10.083 Exemplare)

- 4 Zeitungen verkauften zwischen 50.001 und 100.000 Exemplaren: *De Standaard* (78.995 Exemplare), *Het Belang van Limburg* (99.912 Exemplare), *La Libre Belgique* (68.212 Exemplare), *La Dernière Heure* (98.237 Exemplare)
- 3 Zeitungen hatten eine Auflage zwischen 100.001 und 500.000 Exemplaren: *Het Volk* (111.818 Exemplare), *Gazet van Antwerpen* (121.097 Exemplare), *Le Soir* (133.502 Exemplare)
- Der Verlag VUM teilt nur die Gesamtauflage für die beiden Zeitungen *Het Nieuwsblad* und *De Gentenaar* mit 217.960 Exemplaren
- Dasselbe (nur Gesamtauflage) gilt für die zur Persgroep gehörenden Zeitungen *Het Laatste Nieuws* und *De Nieuwe Gazet* (217.221 Exemplare), für die zum Rossel-Konzern gehörende Gruppe Sud Presse (*La Meuse*, *La Lanterne*, *La Nouvelle Gazette*, *La Province*): 145.979 Exemplare, und für die Gruppe Vers l'Avenir (*Vers l'Avenir*, *L'Avenir du Luxembourg*, *Le Jour/Le Courier*, *Le Courier de l'Escaut*): 100.113 Exemplare
- Keine Zeitung hat eine Auflage über 500.000 Exemplaren

Die Zeitungen *La Province* und *L'Avenir du Luxembourg* werden aus mir nicht ersichtlichen Gründen in der Tabelle von De Bens (2000, 72) nicht aufgeführt.

4 Belgien kennt vier Zeitungsformate:

- 385 x 239 mm (Tabloid-Format)
- 420 x 280 mm
- 490 x 336 mm
- 540 x 385 mm.

In der Tabelle wurden nur die Zeitungen im Format 385 x 239 mm (*La Dernière Heure* und *La Meuse*) als Tabloids betrachtet. Die Zeitung *Grenz-Echo* (Format: 420 x 280 mm) und die Zeitungen im Format 490 x 336 mm (*Het Volk*, *Het Laatste Nieuws*, *De Nieuwe Gazet* und *Vers l'Avenir*) wurden als zur Gruppe der Zeitungen mit traditionellem Zeitungsformat gehörig betrachtet. Die bei De Bens (2000, 71f.) gegebenen Typisierungen betreffen nicht das Format, sondern inhaltliche Kriterien (Boulevardzeitungen vs. Qualitätszeitungen).

5 Die von De Bens (2000, 72) als unabhängig bezeichnete Zeitung *Grenz-Echo* wurde von mir als festrichtungsbestimmt eingestuft, da das *Grenz-Echo* sich selbst auf seiner Website (<http://www.grenz-echo.be>) als christliche Tageszeitung bezeichnet.

6 Die hier angegebene Gesamtauflage der ungebundenen Zeitungen ist etwas zu hoch. Zur Gruppe Sud Presse (Rossel-Verlag) gehört auch die liberale Zeitung *La Nouvelle Gazette*. Da innerhalb der Sud Presse keine Einzelaufgaben ausgewiesen werden, ist die genaue Auflage dieser Zeitung unbekannt. Es wurde die Auflage für den gesamten Rossel-Verlag mitgezählt.

7 Zur Wettbewerbssituation liegen keine gesicherten Daten vor.

8 Die in Ostbelgien erscheinende Zeitung *Grenz-Echo* ist eine Zeitung für die deutschsprachige Minderheit, aber gleichzeitig ist Deutsch in Belgien Amtssprache. Das *Grenz-Echo* wurde der ersten Gruppe zugeordnet.

9 Die Einschätzung einer „erheblichen Rolle großer Zeitungskonzerne/Multimedia-Unternehmen“ muss im belgischen Kontext gesehen werden. Die belgische Tageszeitungslandschaft wird von fünf großen (belgischen) Konzernen dominiert. Wie aus der Beantwortung des zweiten Teils der Frage hervorgeht, spielen ausländische Medienunternehmen eine eher unbedeutende Rolle. Nur die französische Hersant-Gruppe hält eine Beteiligung an Rossel (40 %).

10 Als zeitungssähnliche Presseerzeugnisse, die gegen Entgelt vertrieben werden, wurden nur Publikationen berücksichtigt, die auf Zeitungspapier gedruckt werden. Ausgeklammert wurden also Nachrichtenmagazine, Programmzeitschriften, Frauenblätter usw.

In Flandern erscheinen die regionale Wochenzeitung *De Krant van West-Vlaanderen* (Auflage 1999: 126.303 Ex.) und die Sensationsblätter *Blik* (Auflage: 78.852 Ex.) und *Zondagsblad* (Auflage: 42.166 Ex.).

Laut De Bens (2000, 398) gibt die Gruppe Vers l'Avenir zwei Wochenblätter für Kinder heraus, *Le Journal des Enfants* (für 8- bis 13-Jährige) und *Coup d'Oeil* (für 12- bis 18-Jährige), in denen die aktuellen Ereignisse in einer auf Kinder zugeschnittenen Form behandelt werden. Daten zur Auflage dieser Wochenzeitungen konnten nicht ermittelt werden.

11 Verschiedene belgische Verlage geben kostenlose Anzeigenblätter heraus. Die beiden wichtigsten sind Roularta Mediagroep (kein Tageszeitungsverlag, sondern spezialisiert auf regionale Wochenblätter und kostenlose Anzeigenblätter: *De Streekkrant*) und die Gruppe Vers l'Avenir, die über ihre Tochtergesellschaft Plus Belgium in ganz Belgien 67 lokale Anzeigenblätter vertreibt (Gesamtauflage im französischsprachigen Teil Belgiens: 1 Million Exemplare, im niederländischsprachigen Teil 3,2 Millionen).

Die Gesamtzahl und die Gesamtauflage der kostenlosen Anzeigenblätter konnten leider nicht ermittelt werden.

Roularta Mediagroep gibt darüber hinaus seit Februar 1999 die kostenlose Sonntagszeitung *De Zondag* heraus, die hauptsächlich über Bäckereien vertrieben wird.

Bulgarien *Bulgaria*

Auflagen

für 1998 (gedruckte Auflage)

Quellen

Datenbank der Nationalen Bibliothek „St.St.Kyryll und Methodij“, erstellt laut Pflichtexemplarpraxis *Media & Reklama*. 1998, No. 1-12.

Nationales Statistisches Institut, Hg. 1999. *Knigoizdavane i pechat* '98. Sofia.

Beschlüsse der Kommission für Wettbewerbsschutz von 1998. In Ciela: *Law Information System* [CD-ROM und <http://www.ciela.net>].

Anmerkungen

1 Die Zahl ist höher als die in den Daten der amtlichen Statistik, weil hier – in Übereinstimmung mit den Empfehlungen der Kommission für Wettbewerbsschutz – zusätzlich 18 regionale Ausgaben inkludiert sind, die als Einzelprodukte auf den regionalen Märkten vertrieben werden (siehe Anm. 2).

2 Dabei handelt es sich um die in 8 Städten zwei- bis fünfmal wöchentlich erscheinenden Ausgaben der beiden Tageszeitungen *Dneven Trud* und *24 chassa*. Sie haben eine eigene Titelseite, aber die Produktstruktur ist abhängig von den zentralen Ausgaben.

3 Traditionell werden in der Hauptstadt die so genannten zentralen Zeitungen ausgegeben, die in der Regel national verbreitet und einflussreich sind.

4 Die Zahlen beziehen sich auf die Zeitungen mit Kernredaktion *ohne* die in Anm. 2 genannten regionalen Ausgaben, die aber in den Auflagen der beiden betreffenden Tageszeitungen *Dneven Trud* und *24 chassa* inkludiert sind.

5 Die Zahlen beziehen sich auf die Zeitungen mit Kernredaktion *ohne* die in Anm. 2 genannten regionalen Ausgaben, die bis zu fünfmal wöchentlich erscheinen.

6 Als richtungsbestimmt sind jene Zeitungen gezählt, die im Untertitel eine klare Erklärung ihrer politischen Richtung geben oder als politisch gebunden gelten. Die Zahlen inkludieren nicht die erwähnten 18 regionale Ausgaben, die dieselbe politische Orientierung haben wie die zentralen Ausgaben.

7 Auf dem nationalen Markt sind die wirtschaftlich verbundenen Tageszeitungen *Dneven Trud* und *24 chassa* Erstanbieter mit mehr als 70% der gedruckten Auflage der 11 führenden nationalen Zeitungen. Nur in Plovdiv sind die regionalen Ausgaben der beiden Zeitungen nicht regionaler Erstanbieter.

8 $x = 2$ (nach Angaben von M3 Communications, zit. in *World Press Trends 2003*, 68).

9 Gemeint ist die einzige Abendzeitung mit nationaler Verbreitung, die über Geschehnisse in der Nacht berichtet.

10 Die große Zahl von Titeln ist mit dem Boom von 1995 bis 1997 bei der Herausgabe von Kreuzworträtsel-Periodika zu erklären.

Deutschland Germany

Auflagen

für I/1997 (verkaufte Auflage)

Quellen

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger. 1997. *Zeitungen 1997*. Bonn: Verlags Service GmbH. IVW. *Auflagenliste I/97*. Bonn: IVW.

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. 1998. *Medienbericht 1998*. Bonn: Deutscher Bundestag.

Röper, Horst. 1998. Zeitungsmarkt 1997: Leichte Steigerung der Konzentration. *Media Perspektiven*, H. 7: 367-377.

Schütz, Walter J. 1997. Deutsche Tagespresse 1997. *Media Perspektiven*, H. 12: 663-684.

Schütz, Walter J. 1997. Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. *Media Perspektiven*, H. 12: 685-694.

Stamm Presse- und Medienhandbuch 1998. Essen: Stamm Verlags GmbH.

Anmerkungen

1 Die Angaben beziehen sich nur auf regionale und lokale Abonnementzeitungen. Nicht enthalten sind (Zahl der Produkte; Gesamtauflage der Produkte): Straßenverkaufszeitungen (47; 5.868,7), überregionale Abonnementzeitungen (17; 783,4) und Zeitungen nationaler Minderheiten (3; 11,0).

2 Die Angaben beziehen sich auf die Gesamtzahl der Zeitungen in Städten bis zu 10.000 Einwohnern und in Städten von 10.001 bis 1.000.000 Einwohnern.

3 Fachgebiete (Zahl der Produkte; Gesamtauflage der Produkte): Wirtschaft (8; 1.040.000), Sport (1; 337.416).

Estland Estonia

Circulation figures

for 1997 (printed copies)

Sources

Baltic media book 1998-1999. Tallinn, Riga, Vilnius: BMF Gallup Media.

Estonian encyclopedia.

Estonian media study. Autumn 1998 [unpublished report by BMF Gallup Media].

Notes

1 In Estonian statistics we consider papers published once a week to be newspapers. The same applies to semiweeklies and even some monthly newspapers. For dailies we use a definition which says that dailies are the newspapers published at least 4 times per week.

2 There are no publications as defined in the questionnaire as "assorted editions" at all. Further information might be found in:

Svennik Hoyer, Epp Lauk, and Peeter Vihalemm, eds. 1993. *Towards a civic society: The Baltic*

media's long road to freedom. Tartu: Nota Baltica.

Marju Lauristin, Peeter Vihalemm, et al., eds. 1997. *Return to the Western world: Cultural and political perspectives on the Estonian post-communist transition*. Tartu: Tartu University Press (Chapter IV. 11: Estonian media in the process of change).

3 This data applies only for dailies (published at least four times a week).

4 In Estonia there are only two cities with a population of more than 100.000.

5 Frequent subject matters: theatre, sports, education.

Island *Iceland*

Circulation figures

for 1997 (distributed copies)

Sources

Statistics Iceland, ed. 1999. *Media and culture*. Reykjavik: Hagstofa Íslands.

Notes

1 All newspapers have declared them independent of political parties since 1991/1992 even though they can still be claimed in a broad sense as conservative or liberal.

2 Frequency of issue = weekly.

3 Frequency of publication = weekly.

Subject matters (number of products): business & economics (1), fishing & fish industry (1).

4 Frequency of issue = weekly. All papers are regional/local papers.

Litauen *Lithuania*

Auflagen

für I/1998 (verbreitete Auflage)

Quellen

Lithuanian population by age group at the beginning of the year 1998. Statistical abstract.

Population in towns and regions at the beginning of the year 1998. Statistical bulletin.

Demographic situation in Lithuania. 1998.

Anmerkungen

1 Fachgebiete: Wirtschaft, Kultur, Sport, Geschichte, Umwelt.

Luxemburg *Luxembourg*

Autor: Alvin Sold, Herausgeber des Tageblatt, Éditpress Luxembourg

Auflagen

[für 1999]

Quellen

Impressen / Auflagenkontrolle / Verlagsangaben / Schätzungen

Anmerkungen

1 Luxemburg zählt 430.000 Einwohner, davon 150.000 Ausländer (34,9%) aus dem romanischen

Sprachraum. Vier Zeitungen (Auflage 125.000) sind zweisprachig (etwa 30% in Französisch und 70% in Deutsch); eine Zeitung (Auflage 10.000) ist ausschließlich in Französisch.

2 x = 1

3 x = 1

4 Fachgebiete (Zahl der Produkte; Gesamtauflage der Produkte): vor allem Informationsmagazine mit großem TV- und Kinoteil (5; 75.000).

Niederlande *Netherlands*

Circulation figures

for 1999 (sold copies)

Sources

Dagbladen Oplage Specificaties 1999.

Notes

1 Number of newspapers with own GNUS (35); the circulation figures include the copies of the 21 assorted editions.

2 Paid for.

Österreich *Austria*

Auflagen

für 1999 (gedruckte Auflage)

Da für das Jahr 1999 nur zu weniger als einem Drittel des österreichischen Tagespressemarktes auch Angaben zur verkauften Auflage vorliegen, mussten die Angaben zur gedruckten Auflage (im Jahresdurchschnitt 1999) herangezogen werden. Aber auch hier liegen Angaben unterschiedlicher Qualität zugrunde: Nur neun Verlage beteiligten sich 1999 durchgehend an den Erhebungen durch die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK), zwei weitere Verlage beteiligten sich in einzelnen Quartalen. Für alle anderen Zeitungen, darunter die drei Marktführer, musste auf veröffentlichte, aber nicht durch die ÖAK kontrollierte Eigenangaben der Verlage zur gedruckten Auflage zurückgegriffen werden.

Quellen

Pressehandbuch 2000. Wien: Verband Österreichischer Zeitungen.

Raimund Rosenkranz, Hg. 1999f. *Media-Daten: Österreichs Werbeagenda*. Media-Daten Verlagsges.m.b.H.

Große und mittelständische Unternehmen in Österreich. 2001. Wien: Hoppenstedt.

Eigene Recherchen.

Stichtag: erste Dezemberwoche 1999; in Übereinstimmung mit früheren Erhebungen in:

Gabriele Melischek und Josef Seethaler, Hg. 1999. *Die Wiener Tageszeitungen*. Bd. 5: 1945-1955.

Mit einem Überblick über die österreichische Tagespresse der Zweiten Republik. Frankfurt am Main: Lang.

Anmerkungen

1 Nur nationale und regionale Ausgaben. Lokalausgaben sind hier nicht gezählt, da sich ihre Zahl retrospektiv nicht mehr zweifelsfrei ermitteln lässt. Zur aktuellen Zahl der Lokalausgaben österreichischer Tageszeitungen und zur Situation auf den lokalen Zeitungsmärkten vgl. den Beitrag „Zeitungsmarkt aktuell“ in diesem Band.

2 Das im österreichischen Mediengesetz 1981 geschaffene Begriffspaar des „Medieninhabers (Verlegers)“ hat nicht nur in Österreich mitunter zu uneinheitlichen Interpretationen und Zuordnungen geführt, sondern erschwert auch die Beantwortung der Fragen B1-B4. Laut Ernst Swoboda, *Das Recht der Presse* (Wien: Verlag Medien & Recht, 1997), 8f., sieht die bisherige gerichtliche Entscheidungspraxis den „Medieninhaber“ mit der Gestaltung des Inhalts betraut, dessen grundlegende Richtung der „Herausgeber“ bestimmt, während der „Verleger“ für das Herstellen und Inverkehrsetzen des Druckwerks zu sorgen hat. Damit übereinstimmend, fungiert als Medieninhaber des *Kurier* die Kurier-Zeitungsverlag und Druckerei-GmbH und der *Neuen Kronen Zeitung* die Krone-Verlag GmbH & Co. KG, während als Verleger beider Zeitungen die Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG auftritt. Als die im Erhebungsbogen verlangte kleinste rechtlich selbständige, für die Herausgabe der Zeitung verantwortliche Einheit sind also die beiden als Medieninhaber fungierenden Verlage anzusehen, die ebenfalls in der Definition geforderte Verantwortlichkeit für die wirtschaftlichen Grundlagen liegt hingegen bei der Mediaprint.

3 Berücksichtigt man auch Tageszeitungsverlage, die über 100%ige Tochtergesellschaften andere Presseerzeugnisse herausgeben, so sinkt die Zahl der Verlage, die ausschließlich eine oder mehrere Zeitungen herausgeben, auf 10 (Gesamtauflage in Tsd.: 1.851,2), und die Zahl der Verlage, die neben Zeitungen auch andere Presseerzeugnisse herausgeben, steigt auf 7 (Gesamtauflage in Tsd.: 1.061,4). Als „andere Presseerzeugnisse“ werden hier ausschließlich Wochenzeitungen berücksichtigt.

4 Berücksichtigt man auch jene beiden Verlage, an denen andere Verlagshäuser zu 49 bzw. 49,414% beteiligt sind, so sinkt die Zahl der Verlage, die wirtschaftlich unverbundene Unternehmen sind, auf 8 (Gesamtauflage in Tsd.: 755,3) und die Zahl der Verlage, die zu größeren Unternehmensverbänden gehören, steigt auf 9 (Gesamtauflage in Tsd.: 2.157,3). Diese beiden Fälle können als Grenzfälle für die vorgenommene Teilung bei 50% gelten.

5 Für 1998/99 liegen in den oben genannten Quellen nicht zu allen Zeitungen Angaben zu Einzelverkauf und Abonnement vor; 2001 betrug der Einzelverkauf 32% der Gesamtauflage, Abonnement: 68%.

6 Die Zahlen beziehen sich auf die Zahl der Zeitungen mit/ohne Kernredaktion *einschließlich* der dazugehörigen Ausgaben, da die Beantwortung dieser Frage auf Basis der kleinsten Erhebungseinheit (der bundesweit, regional oder lokal erscheinenden Ausgaben) problematisch erscheint. Demnach würde beispielsweise der in einer bundesweit verbreiteten Ausgabe erscheinende *Standard* als national verbreitet gelten, während die in zahlreichen Regionalausgaben erscheinende *Neue Kronen-Zeitung* nur den regionalen Verbreitungsgebieten ihrer Ausgaben zugeordnet werden würde – ohne Rücksicht darauf, dass die regionalen Verbreitungsgebiete ihrer Ausgaben zusammen genommen eine nationale Verbreitung ergeben. Generell zweckmäßiger wäre es daher, zwischen nationalen, regionalen und lokalen Märkten zu differenzieren und die Positionierung einer Zeitung (und damit auch die Wettbewerbssituation) auf *allen* drei relevanten Märkten zu bestimmen. Demgemäß wäre z.B. die *Kronen-Zeitung* sowohl Marktleader auf dem nationalen Markt als auch auf mehreren regionalen Märkten. Vgl. dazu den Österreich-Beitrag in diesem Band.

7 Die Zahlen beziehen sich auf die Zahl der Zeitungen mit/ohne Kernredaktion *einschließlich* der dazugehörigen Ausgaben, da hier eine ähnliche Kritik wie für die Zuordnung zum Verbreitungsgebiet gilt (siehe Anm. 6): So würde bei einer getrennten Zählung der für unterschiedliche Verbreitungsgebiete hergestellten Ausgaben die über die Millionengrenze reichende Gesamtauflage der *Neuen Kronen-Zeitung* – um abermals nur das markanteste Beispiel zu nennen – nicht sichtbar. Vgl. dazu den Österreich-Beitrag in diesem Band.

8 Die von 5 Zeitungen herausbrachten (vordatierten) Vorabendausgaben, die auch von der Österreichischen Auflagen-Kontrolle (ÖAK) nicht extra gezählt werden, sind nicht berücksichtigt.

9 „Festrichtungsbestimmt“ wurde hier im Sinne von Partei- bzw. parteinaher Zeitung verstanden. Die redaktionelle Linie der Zeitungen und ihre Übereinstimmung mit den Programmen politischer Parteien wäre jedoch nur inhaltsanalytisch zu untersuchen.

10 Den hier genannten Zahlen, die sich ausschließlich auf wöchentlich erscheinende Presseerzeugnisse

beziehen, sind die Angaben in den Rubriken „Wochenzeitungen, -magazine“ und „Gratiszeitungen – Anzeigenblätter – Bezirkszeitungen“ in den *Media-Daten 2/1999* sowie in den Rubriken „Wochenzeitungen“ bzw. „Wöchentliche Illustrierte und Magazine“ im *Pressehandbuch 2000* zugrunde gelegt. (Die Zuordnung der Presseerzeugnisse zu diesen Rubriken ist jedoch in beiden Zeitungsverzeichnissen nicht konsistent; eine genaue Erfassung des österreichischen Wochenpressemarktes steht noch aus.) Presseerzeugnisse, die nicht dem Kriterium der Publizität entsprechen, wurden nicht berücksichtigt. Lokale Ausgaben sind – wie bei den Tageszeitungen – nicht gezählt, aber in der Auflage der jeweiligen Zeitung inkludiert. In der Gesamtauflage der Wochenzeitungen im engeren Sinn sind 6 Periodika aufgrund fehlender Angaben nicht enthalten.

11 Häufig vorkommende Fachgebiete: Anzeigenblätter und Sportzeitungen.

Polen Poland

Auflagen
für 1998

Quellen

Katalog Mediów Polskich. Kraków 1998.

Polskie Badania Czytelnictwa: Czytelnictwo w Polsce pa dzielniku '98. *PRESS: media, reklama, public relations* 1998, No. 12: 85.

Polskie Badania Czytelnictwa: Podsumowanie 1998. *PRESS: media, reklama, public relations* 1998, No. 2: 76.

Anmerkungen

- 1 In dieser Zahl sind 158 regionale/lokale Ausgaben enthalten, die in Polen „Mutationen“ genannt werden.
- 2 Die Werktagsauflagen sind in Polen viel kleiner als die Wochenendaufgaben (Freitag). Die Auflagenzahlen beziehen sich auf die Durchschnittsauflage aller Erscheinungstage pro Woche.
- 3 33 Tageszeitungen (mit Kernredaktion) haben regionale/lokale Ausgaben, 12 haben keine.
- 4 5 der 8 landesweiten Tageszeitungen und 29 der 38 regionalen Tageszeitungen haben regionale Ausgaben. Die Zahl der Ausgaben der landesweit erscheinenden Tageszeitungen beträgt 43, die der regionalen Tageszeitungen mit universalem Inhalt 115.
- 5 Diese Angaben beziehen sich auf die Zahl der Tageszeitungen (46) ohne regionale Ausgaben, die in der polnischen Zeitungsstatistik nicht extra geführt werden, da sie als integraler Bestandteil der Zeitung gelten.
- 6 Einige Fachgebiete (Anzahl der Produkte; Gesamtauflage): Sport (4; 238.672), Dorfleben (1; 50.000), Politik (1; 17.000), Recht (1; 15.000), Medizin (1; 27.500).

Russland Russia

Author: Irina Ivanova, Gallup Ltd. St. Petersburg

Circulation figures

for II/1999 (printed copies)

Notes

- 1 All data only for cities with a population of more than 500.000!
- 2 The GNUS section is purchased from (number of products; total circulation of products):
 - another paper/staff within the own editorial publishing company (1; 50.000)

- another publishing company (16; 500.291)
- Who sells the GNUS section (number of products; total circulation of products)?
- The editorial staff of the newspaper sells the GNUS to other newspapers (10; 1.736.743)
 - The editorial staff of the newspaper does not sell the GNUS to other newspapers (1; 14.500)
- 3 Due to the hardly available information about Russian newspaper companies the data are incomplete.
 - 4 Hard to say in the case of 2 papers with a circulation of 156.500.
 - 5 Some characteristics of the Russian newspaper market:
 - High publication and distribution costs of a paper (high prices of typographical services, paper, transport, high post charges, taxes, expensive services of conducting information agencies, etc.)
 - Monopoly of Rospechat
 - The huge market
 - The struggle for advertisers
 - Conservatism of the advertisers
 - Absence of knowledge on marketing
 - Problem of corruption
 - Problems of distribution in regions
 - Shortage of professionalism in local editions
 - Dependences on local authorities
 - Attempts of censorship
 - Out-of-date typographical equipment
 - The potential subscribers are very poor (the number of subscribers has decreased in recent years)
 - Little attention on all-Russian problems
 - 6 Most frequent subject matters: Business (n=15), Sports (n=13), Automobiles (n=7), For women (n=5), Garden (n=5), Advertising (n=4).

Serbien und Montenegro *Serbia and Montenegro*

Circulation figures
for 1998 (printed copies)

Notes

- 1 More reliable data are available for 2002: see the report on Serbia in part 3 of the book.
- 2 The figures for 1998 include two sports papers; therefore the figures *in brackets* refer to the total number of dailies or companies *without sports papers*.
- 3 Syndicated newspapers do not exist.
- 4 Bear in mind that the recent trend goes towards a growing number of honorary cooperators and interns (students in practice). In this sense many newspapers do not have a complete editorial staff.
- 5 The only company publishing several dailies is "Politika": *Politika*, *Politika Express* and *Sportski zurnal*.
- 6 Dailies are not distributed by mail because they would arrive on the next day or later. Only a few copies are sold abroad via subscription.
- 7 In Serbia there are also local newspapers, but they appear only once a week.
- 8 The format depends on printing plant facilities. There are only three plants in Belgrade, one owned by "Politika", offering tabloid format.
- 9 Applies only to sport papers, the others are either pro-governmental or pro-opposition.
- 10 Dailies are in Hungarian and Albanian language only. Note: some Albanian papers are prin-

ted abroad, and some appear not approved by the Ministry of Information.

11 See notes 7 and 14.

12 The reason is a technological time lag. If foreign media owners enter the country (like in other post-communist countries) the situation could change rapidly.

13 Note: Foreign companies are allowed to own 49 % of a newspaper company, but the political sanctions (annulled in 2000) prevented foreign investment.

14 Local newspapers.

Slowakei Slovakia

Auflagen

für 1998 (gedruckte Auflage)

Quellen

Adresar Medii Slovenskej Republiky 1999 [Medienregister 1999]. Bratislava: Narodne centrum medialnej komunikacie / National Centre for Media Communication.

Anmerkungen

1 Zu den Charakteristika des slowakischen Zeitungsmarktes gehört auch eine hohe vertikale Konzentration.

2 Fachgebiete: vor allem Anzeigenblätter und Sportzeitungen.

Spanien Spain

Autor: Carsten Bartelt

Auflagen

für 1999 (verkaufte Auflage)

Quellen

eigene Recherchen

Anmerkungen

1 Um den verfügbaren Angaben über die spanische Presse gerecht zu werden, ist der Autor von den 122 „Zeitungshaupttiteln“ in Spanien ausgegangen. Dabei ist zu bemerken, dass „Zeitungshaupttitel“ oft mehrere Zeitungen umfassen, die je für sich verlegerisch selbstständig sein können. „Zeitungshaupttitel“ sind Markennamen von Zeitungen, mit denen die Ausgaben dieser Zeitungen gekennzeichnet werden. Im Unterschied zur so genannten „Hauptausgabe“ kann den Zeitungshaupttiteln oftmals keine konkrete Ausgabe zugeordnet werden. Die 122 „Zeitungshaupttitel“ können als Markennamen mehrere Zeitungsausgaben umfassen.

2 4,5% der Zeitungen werden kostenlos abgegeben.

3 Da die Mehrzahl der 128 spanischen Zeitungsverlage untereinander verflochten sind, lassen sich die Auflagenzahlen nur auf der Basis der insgesamt 73 „wirtschaftlichen Einheiten“ ohne Trennung nach Zeitungen mit eigenem bzw. ohne eigenen Mantel zusammenfassen.

4 Diese Angaben beziehen sich auf die 103 Kernredaktionen.

5 Barcelona für Katalonien und Bilbao für Baskenland.

