

Freie Universität Berlin
Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Arbeitsbereich Ökonomie und Technik der Massenkommunikation
Proseminar Medienökonomie Kurs B
Wintersemester 2002/03
Dozent: Jan Krone

**Umbruch und Umbau.
Der Berliner Pressemarkt nach der Wende.**

vorgelegt von:
Michael Bartnik
Studiengang: Soziologie (Diplom) mit Beifach
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Berlin, 21. März 2003

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorbetrachtungen	2
2.	Die Ausgangssituationen 1989	4
	West-Berlin	4
	Ost-Berlin	5
	Erste Schritte von der Wende bis zur Vereinigung.....	6
3.	Neue Besitzverhältnisse seit der Wende	8
4.	Umbau und Umbruch des Pressemarktes.....	11
	Axel Springer Verlag AG.....	11
	Die Welt	12
	Bild Berlin/Brandenburg.....	12
	B.Z.	12
	Berliner Morgenpost.....	12
	Holtzbrinck-Verlag	13
	Der Tagesspiegel	13
	Gruener und Jahr.....	13
	Berliner Zeitung	13
	Berliner Kurier	14
	Kleinere Verlage.....	14
	Neues Deutschland	14
	Die Tageszeitung.....	15
5.	Auflagenentwicklung und Kampf um jeden Leser	16
6.	Schlussbetrachtung.....	19
7.	Quellenverzeichnis	20

1. Vorbetrachtungen

Berlin ist einer der „härtesten Zeitungsmärkte der Welt“ (Bahrmann 1993) und wird nicht selten mit einem „Haifischbecken“ verglichen (Rediske 1996). Spätestens mit dem Bundestagsbeschluss zum Regierungsumzug nach Berlin „entfachte sich ein publizistischer Wettstreit, wie er in der Bundesrepublik schon lange nicht mehr vorgekommen war“ (Jaecker 2000). Dieser Zeitungsmarkt erwuchs in der Form, wie er sich heute darstellt, aus einer geschichtlichen Entwicklung, die für ganz Deutschland einschneidend war: Der Fall der deutsch-deutschen Grenze mit der Berliner Mauer als Symbol und schließlich der Vereinigung der beiden deutschen Teilstaaten. Dieses Entstehen des Berliner Pressemarktes sei im Folgenden für die Zeit seit der Wende bis zur Mitte der Neunziger Jahre nachvollzogen. Dabei soll angerissen werden, wie sich die Vereinigung für die Zeitungen vollzog und wie sie sich auf die neuen Gegebenheiten einstellten.

Als erstes sei an dieser Stelle der Untersuchungsgegenstand „Berliner Pressemarkt“ eingegrenzt. Dabei ist folgende Kategorisierung von Barbara Held und Thomas Simeon hilfreich: Es wird unterschieden zwischen Tageszeitungen *in*, *aus* und *für* Berlin (Held/Simeon 1994, Seite 13).

Zeitungen *in* Berlin sind alle in Berlin verbreiteten und verkauften Tageszeitungen, unabhängig von der Produktion eines Lokalteils oder des Verlagsortes. Dazu gehören überregionale Zeitungen wie Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung (die längst keinen Lokalteil für Berlin mehr haben), die türkischsprachige Zeitung Hürriyet, aber auch die Brandenburger Tageszeitungen (wie Märkische Allgemeine Zeitung oder Märkische Oderzeitung), die an den Stadträndern angeboten werden. Da letztgenannte Zeitungen aber auf dem Berliner Pressemarkt eher eine untergeordnete Rolle spielen und eine Betrachtung den Rahmen der Arbeit sprengen würde, ist diese Herangehensweise wenig hilfreich.

Zeitungen *aus* Berlin sind alle Tageszeitungen, die ihren Verlagsort in der Bundeshauptstadt haben, unabhängig von der Produktion eines Lokalteils für Berlin/Brandenburg. Zu dieser Kategorie gehören zwar die Bild Berlin/Brandenburg und Die Welt, allerdings nicht mit ihren bundesweit erscheinenden, in Hamburg produzierten Sonntagsausgaben Bild am Sonntag und Welt am Sonntag. Die einzige überregionale Zeitung aus Berlin ohne Lokalteil ist die Junge Welt.

Zeitungen *für* Berlin haben einen eigenen Berliner Lokalteil und bedienen damit nicht nur bundesweite sondern auch stadt spezifische Interessen. Zeitungen dieser Kategorie spielen für die hiesige Presselandschaft die wichtigste Rolle und haben die größten Auflagen. Daher erweist sich diese Kategorie als nützliche Eingrenzung.

Die Zeitungen *für* Berlin lassen sich in drei Gruppen zusammenfassen: Zu den *regionalen Abonnementzeitungen* gehören die Berliner Zeitung (Berliner Verlag), die Berliner Morgenpost (Axel Springer-Verlag) und der Tagesspiegel (Holtzbrinck). Die Tageszeitung (TAZ-Verlagsgenossenschaft), Die Welt (Axel Springer Verlag) und das Neue Deutschland (ND-Verlag) sind *überregionale Abonnementzeitungen*. Als *Kaufzeitungen* erscheinen die B.Z., die Bild Berlin/Brandenburg (beide Axel Springer Verlag) und der Berliner Kurier (Berliner Verlag).

Berlin ist die Stadt mit der größten Pressevielfalt in Deutschland. Obwohl die Anzahl der Titel in der ersten Hälfte der 1990er Jahre um ein Drittel zurück gegangen ist, kann der Stadt noch immer dieses

Zeugnis geben werden. Seit 1994 erscheinen in Berlin zehn Tageszeitungen. Dies sind die oben genannten neun Blätter sowie die Junge Welt. Bis zur Zusammenlegung von Redaktionen der Berliner Morgenpost und der Welt 2001/02 waren es neun publizistische Einheiten gemäß der Kategorisierung Walter J. Schütz. In der Aufzählung fehlt die Bild Berlin/Brandenburg, die mit allen Bild-Ausgaben zu einer publizistischen Einheit aus Hamburg gezählt wird (Schütz 2001, S. 603). In Berlin erscheinen mindestens doppelt so viele Titel wie in anderen deutschen Großstädten und vergleichbar viele Tageszeitungen wie in anderen europäischen Metropolen.

Stadt	Anzahl der Tageszeitungen
London	14 Titel
Paris	14 Titel
Rom	12 Titel
Madrid	6 Titel
Hamburg	5 Titel
Frankfurt am Main	4 Titel
München	5 Titel
Berlin	11 Titel (1994: 10 Titel)

Tabelle 1: Pressezentren in Deutschland und Europa 1993 im Vergleich, Anmerkung: Die Bild-Zeitung wurde mit jeweils einer Ausgabe pro Stadt berechnet (Held/Simeon 1994, S. 79).

2. Die Ausgangssituationen 1989

West-Berlin

Wie die gesamte Lebens- und Wirtschaftssituation im von der Berliner Mauer umzäunten West-Berlin war auch die Presselandschaft einzigartig. Das Verbreitungsgebiet war begrenzt, Auflagensteigerungen durch Ausweitung des Marktes unmöglich und Wachstum nur auf Kosten der Mitbewerber möglich. Von außen war keine Konkurrenz zu befürchten. „Beobachter vermuten einen stillen Burgfrieden der dominierenden Verlagsgruppe mit den verbliebenen unabhängigen Konkurrenten“ (Held/Simeon 1994, S. 87).

Nach dem Zeitungssterben der sechziger und siebziger Jahre, damals verschwanden Der Tag, Der Kurier, Nacht-Depesche, Telegraf und Der Abend vom Markt, erschienen der West-Berliner Pressemarkt seit den achtziger Jahren konsolidiert. Mit sieben Tageszeitungen ist die Exklave die Region mit der höchsten Zeitungsdichte in der alten Bundesrepublik.

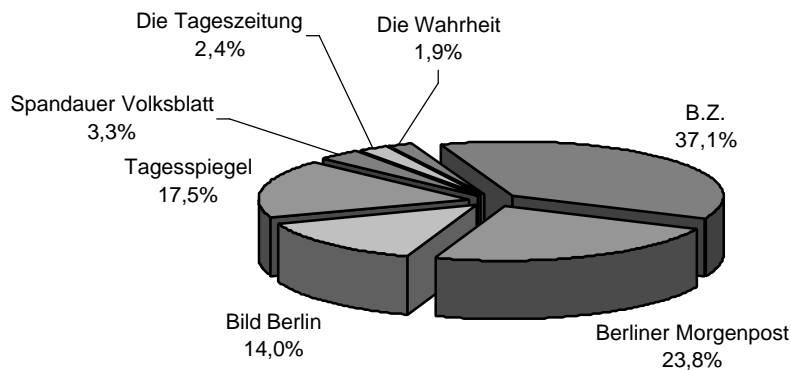


Abbildung 1: Marktanteile der West-Berliner Tageszeitungen 1989 (Held/Simeon 1994, S. 98).

Titel	verkaufte Auflage (gerundet)
B.Z.	270.000 Exemplare
Berliner Morgenpost	180.000 Exemplare
Tagesspiegel	130.000 Exemplare
Bild Berlin	110.000 Exemplare
Spandauer Volksblatt	26.000 Exemplare
Die Tageszeitung	24.000 Exemplare

Tabelle 2: Auflagen der West-Berliner Tageszeitungen im 1. Quartal 1989 (Held/Simeon 1994, S. 106).

Mit seinen Blättern B.Z., Berliner Morgenpost und Bild Berlin dominiert der Axel Springer Verlag drei Viertel Marktes. Der unabhängige Tagesspiegel ist die zweite große Abonnementzeitung. Die Tageszeitung (taz), seit 1982 mit eigener Berlin-Ausgabe, hat einen geringeren Marktanteil als das nur lokal erscheinende Spandauer Volksblatt. Außergewöhnlich gering ist der Marktanteil der Bild Berlin. Sie trifft in Berlin mit der B.Z. auf eine Zeitung von ähnlicher Machart aber wesentlich stärkerer regionaler Verankerung. Praktisch unbedeutend und bereits im Dezember 1989 eingestellt ist das Organ der Sozialistischen Einheitspartei Westberlin (SEW) Die Wahrheit. In West-Berlin ist traditionell der Montag zeitungsfreier Tag, an dem die meisten Titel nicht erscheinen.

Ost-Berlin

Der Zeitungsmarkt der DDR ist ebenso wie das wirtschaftliche und politische System grundlegend anders strukturiert als das der Bundesrepublik: „Die Massenmedien arbeiteten nach den Prinzipien der marxistisch-leninistischen Pressetheorie“ (Wilke 2000, S. 219). In der DDR herrscht Lizenzzwang für Zeitungen und Zeitschriften. Diese Konzessionen wurden an Parteien und Massenorganisationen vergeben, denen die Tageszeitungsverlage gehören (Schneider 1999, S. 603).

Titel	Verbreitungsgebiet	Auflagen	Anteil
1. Zeitungen der SED (Sozialistische Einheitspartei)			
- Neues Deutschland (Zentralorgan)	DDR und Ost-Berlin	1.101.800	
- 14 Bezirkszeitungen	in jedem der 14 Bezirke der DDR	5.139.200	
= 15 Tageszeitungen		gesamt 6.240.000	63,5 %
2. Zeitungen des Berliner Verlages (SED-nahe)			
- Berliner Zeitung	Ost-Berlin und DDR	439.000	
- BZ am Abend	Ost-Berlin und DDR	204.800	
= 2 Tageszeitungen		gesamt 643.800	6,5 %
3. Zeitungen der Blockparteien			
Christlich Demokratische Union			
- Neue Zeit (Zentralorgan der CDU)	DDR und Ost-Berlin	114.000	
- 5 Regionalzeitungen der CDU	in den 14 Bezirken der DDR	154.900	
Liberaldemokratische Partei Deutschlands			
- Der Morgen (Zentralorgan der LPDP)	DDR und Ost-Berlin	63.000	
- 4 Regionalzeitungen der LPDP	in den 14 Bezirken der DDR	212.600	
Nationaldemokratische Partei Deutschlands			
- National-Zeitung (Zentralorgan der NDPD)	DDR und Ost-Berlin	56.600	
- 5 Regionalzeitungen der NDPD	in den 14 Bezirken der DDR	145.300	
Demokratische Bauernpartei Deutschlands			
- Bauern-Echo (Zentralorgan der DBD)	DDR und Ost-Berlin	94.200	
= 18 Tageszeitungen		gesamt 840.600	8,6 %
4. Zeitungen der Massenorganisationen			
Freie Deutsche Jugend			
- Junge Welt (Organ der FDJ)	DDR und Ost-Berlin	1.500.300	
Freier Deutscher Gewerkschaftsbund			
- Tribüne (Organ des FDGB)	DDR und Ost-Berlin	413.000	
Deutscher Turn- und Sportbund			
- Deutsches Sportecho (Organ des DTSB)	DDR und Ost-Berlin	185.100	
= 3 Tageszeitungen		gesamt 2.098.400	21,4 %
5. sonstige Tageszeitungen			
Organ des Bundesvorstandes der Dobowina			
- Nova Doba	Bezirke Dresden und Cottbus	2.400	0,02 %
insgesamt 39 Tageszeitungen		Gesamtauflage 9.826.200	100 %

Tabelle 3: Tageszeitungen in der DDR 1989 (nach Held/Simeon 1994, S. 21 und VDJ 1960, S. 239ff)

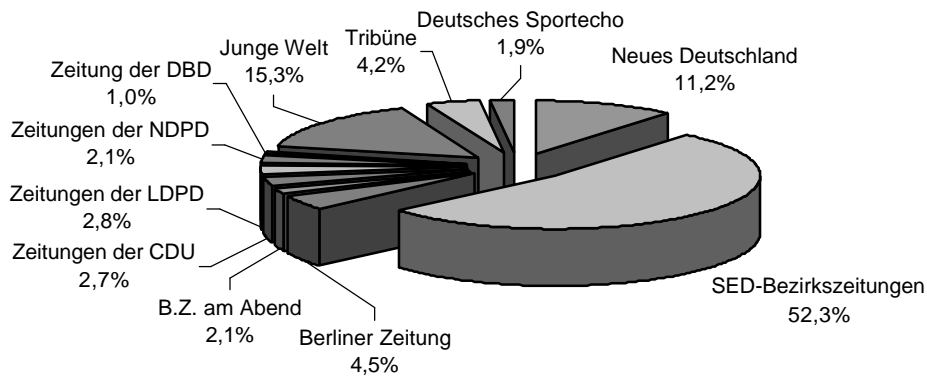


Abbildung 2: Marktanteile der Tageszeitungen in der DDR 1989 (nach Held/Simeon 1994, S. 21).

Mit einer Gesamtauflage von 9,8 Millionen Exemplaren auf 16,6 Millionen DDR-Bürger (Stand 1987) und damit einer Käufer- bzw. Leserdichte von etwa 590 Tageszeitungen pro 1.000 Einwohner erreicht die DDR weltweites Spitzenniveau¹.

Alle überregionalen Zeitungen Berlins erscheinen in der Hauptstadt der DDR, Ost-Berlin. Doch Zeitungen *für* Berlin sind allein die Berliner Zeitung und die B.Z. am Abend, die einzige Kaufzeitung der DDR. Während in der Bundesrepublik dezentrale Strukturen herrschen, ist Ost-Berlin Mittelpunkt der Presselandschaft der DDR. Anders als in den 14 Bezirken haben die Zeitungen der SED und der Blockparteien in Berlin keine eigene Regionalzeitung. Die SED hat aber mit dem Berliner Verlag ein ihr nahe stehendes Verlagshaus zur Seite.

Größte Zeitung ist die Junge Welt, Organ der FDJ, mit einer Auflage von 1,5 Millionen Exemplaren; gefolgt vom Zentralorgan der Regierungspartei, dem Neuen Deutschland, mit einer Auflage von 1,1 Millionen Exemplaren. Mit einem Marktanteil von 70 Prozent dominieren die Zeitungen der SED- und SED-nahen Verlage.

Erste Schritte von der Wende bis zur Vereinigung

Die Maueröffnung am 9. November 1989 kommt für die Bevölkerung und die Politik sowie für die Ost- wie West-Berliner Presse „völlig unerwartet“ (Held/Simeon 1994, S. 23). Die Zeit der Wende war nicht nur aus publizistischer und medienpolitischer Sicht geprägt „von einer euphorischen Aufbruchstimmung, halb-revolutionärem Chaos und basisdemokratischen Bestrebungen“ (Held/Simeon 1994, S. 23). Auf der einen Seite bricht das Netzwerk aus Regulierung und Überwachung zusammen, auf der anderen Seite lösen sich die meisten Zeitungen aus der „Bevormundung und Kontrolle durch die herausgebenden Parteien“ (Schneider 1999, S. 604).

¹ Andere Zahlen sind bei Wilke 2000, S. 225 ausgewiesen. In seiner Auflagenliste beträgt die Gesamtauflage der Zeitungen 1989: 8.969.800 Exemplare. Das ergibt eine Käufer- bzw. Leserdichte von gerade 550 Tageszeitungen pro 1.000 Einwohner. Während bei Wilke keine Quellen angegeben sind (vermutlich Statistisches Jahrbuch der DDR 1990, Hrsg. vom Statistischen Amt der DDR, Berlin) beziehen sich Held/Simeon auf einen Beitrag von Walter J. Schütz in Zeitungen '92.

Mit der Abwahl Erich Honeckers als Vorsitzender des Staatsrates am 18. Oktober 1989 wird Günter Schabowski, der bei der Pressekonferenz 9. November 1989 die Reisefreiheit und auf Journalistenanfrage die Öffnung der Grenze erklärt, Nachfolger Joachims Hermanns als Parteisekretär für Agitation und Propaganda im Zentralkomitee der SED. Anderthalb Monate später, nach dem Rücktritt Egon Krenz' als Staatsoberhaupt, wird Lothar Bisky der neugeschaffenen Kommission Medien und Presse vorangestellt. Er treibt eine neue Mediengesetzgebung voran. Am 5. Februar 1990 verabschiedet die Volkskammer der DDR Erneuerungen im Presserecht. Die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit wird beschlossen, jegliche Zensur untersagt, die Lizenzierung durch eine Registrierungspflicht ersetzt. Doch die Medienpolitik kann den „Entwicklungen nicht Schritt halten“ (Schneider 1999, S. 604). Sowohl der Runde Tisch als auch der konstituierte Medienkontrollrat vermag es nicht, ein neues Mediensystem zu etablieren.

Die Zeitungen tauschen ihre Redaktionsleitungen aus und versuchen, sich von ihren parteilichen Bindungen zu lösen. Die Subventionen der Parteien und Massenorganisationen für ihre Tageszeitungen fallen weg. Viele Zeitungen gingen Kooperationen mit westdeutschen Verlagen ein, die ihnen versprechen, sie bei der Umstellung zur Marktwirtschaft zu unterstützen (Schneider 1999, S. 604). Diese Kooperationen auf technischer, wirtschaftlicher und journalistischer Ebene entstehen meist noch bevor die Erlaubnis zur Einfuhr westdeutscher Zeitungen am 26. Januar 1990 erteilt wird (Wilke 2000, S. 238).

Seit Beginn des Jahres 1990 entstehen, aus der Bürgerbewegung erwachsend, etliche Neugründungen an Tageszeitungen. Doch macht diesen Blättern die unzulängliche Zuteilung von Papier zu schaffen. Am bekanntesten wird Die Andere, deren Herausgeberin Bärbel Bohley war. Sie wird als eine der letzten neuen Zeitungen aus der Wendezeit 1992 eingestellt.

3. Neue Besitzverhältnisse seit der Wende

Mit der Auflösung des Sozialismus und dem Beitritt der DDR zur Bundesrepublik Deutschland müssen auch die Medien in die Strukturen des marktwirtschaftlichen Systems überführt werden.

Die SED-Bezirksblätter lösen sich im Januar 1990 von der Staatspartei, die zum 1. April 1990 ihre Subventionen an die Zeitungen einstellt. Die Blätter gehen in Volkseigentum über. Gemäß Artikel 25 des Einigungsvertrages wird die Treuhandanstalt mit der Privatisierung volkseigener Betriebe und damit auch der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen beauftragt. Mit einer Auflage von mehr als 5,1 Millionen Exemplaren spielt die treuhänderische Privatisierung der den Markt dominierenden SED-Bezirkszeitungen eine wesentliche Rolle bei der Weiterentwicklung des ostdeutschen Pressemarktes. Dieser Prozess, der die „entscheidenden Weichen stellte“, wird noch heute in der Fachwelt kontrovers diskutiert (Schneider 1999, S. 602f.).

Doch für den Ost-Berliner Pressemarkt spielt dies nur am Rande eine Rolle, denn in Berlin gibt es keine Bezirkszeitung und das Neue Deutschland, als Zentralorgan, verbleibt bei der sich wandelnden SED/PDS. Der SED-nahe Berliner Verlag wird bereits vor der Vereinigung veräußert.

Der Verkauf der nicht-SED-gebundenen Titel, in Größenordnungen aber eher zweitrangige Verlage, erfolgt ohne die Einbeziehung der Treuhand. Das Gros der ostdeutschen Titel wird an westdeutsche Verlage veräußert. Die Zeitungen der ehemaligen Blockparteien teilen sich im wesentlichen die drei großen Verlage Heinrich Bauer, Axel Springer und Frankfurter Allgemeine Zeitung. Für die folgenden Jahre setzt ein schleichender Prozess des Zeitungssterbens ein, den beispielsweise von den zehn in Berlin erscheinenden regionalen und überregionalen Tageszeitungen nur vier überstehen.

Titel	Eigentümer 1989	Eigentümer nach der Wende	Einstellung des Blattes
1. Zeitungen der SED/PDS			
- Neues Deutschland	Zentralorgan der SED	PDS	?
2. Zeitungen des Berliner Verlages (SED-nahe)			
- Berliner Zeitung	Berliner Verlag (SED)	Gruner + Jahr (Maxwell)	?
- BZ am Abend	Berliner Verlag (SED)	Gruner + Jahr (Maxwell)	?
3. Zeitungen der Blockparteien			
- Neue Zeit	Zentralorgan der CDU	Frankfurter Allgemeine	Juli 1994
- Der Morgen	Zentralorgan der LDPD	Axel Springer Verlag	zusammen im Juni 1992 eingestellt
- National-Zeitung, später Berliner Allgemeine	Zentralorgan der NDPD	Axel Springer Verlag	
- Bauern-Echo, später Deutsches Landblatt	Zentralorgan der DBD	Frankfurter Allgemeine	
4. Zeitungen der Massenorganisationen			
- Junge Welt	FDJ	Genossenschaft Junge Welt	?
- Tribüne	FDGB	diverse	September 1991
- Deutsches Sportecho	DTSB	Axel Springer Verlag	April 1991

Tabelle 4: Neue Eigentumsverhältnisse nach der Wende der in Ost-Berlin erscheinenden Tageszeitungen (nach Held/Simeon 1994, S. 43ff.)

Der Axel Springer Verlag übernimmt fast alle Organe der Liberaldemokratischen Partei Deutschlands (LDPD), einschließlich des Zentralorgans Der Morgen, der nach der Wende rasch publizistische Anerkennung findet (Schneider 1999, S. 606). Darüber hinaus erwirbt das Verlagshaus die überregionale Zeitung der NDPD, die National-Zeitung (später Berliner Allgemeine), die noch im Sommer 1990 mit dem Morgen fusioniert. Mit dem Deutschen Sportecho des DDR-Sportbundes erhofft der Axel Springer Verlag vergebens eine täglich Sportzeitung für Deutschland aufbauen zu können (Held/Simeon 1994, S. 43).

Der Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung gelingt es, auf dem Tageszeitungsmarkt im Großraum Berlin Fuß zu fassen. Sie erwirbt die SED-Zeitung des Bezirkes Potsdam, Märkische Allgemeine (zuvor Märkische Volksstimme), in unmittelbarer Nähe der Hauptstadt. Fast alle CDU-Organe und das Deutsche Landblatt (zuvor Bauern-Echo) der Demokratischen Bauernpartei Deutschlands (DBD) gehen an die FAZ-Gruppe. Aus dem einstigen Zentralorgan der CDU, der Neuen Zeit, versucht der Verlag eine Art Frankfurter Allgemeine Zeitung für die Neuen Bundesländer zu etablieren.

Der Heinrich Bauer Verlag erwirbt in Berlin keine Tageszeitungen. Wenig Interesse bestand an auflagenstarken Zeitungen der politischen Massenorganisationen Freie Deutsche Jugend (FDJ) und Freier Deutscher Gewerkschaftsbund (FDGB). Sie bleiben zwar unabhängig, doch bedeutet dies für sie das wirtschaftliche Abseits. Bis zur Einstellung Ende September 1991 erscheint die Tribüne unter verschiedenen Eigentümern, denen die Sanierung des Blattes nicht gelingt (Held/Simeon 1994, S. 64). Die Junge Welt ist Ende der achtziger Jahre mit 1,5 Millionen Exemplaren die auflagenstärkste Zeitung der DDR, stürzt aber „nach wechselvollem Schicksal“ auf unter 20.000 Exemplare Ende der neunziger Jahre (Schneider 1999, S. 607).

Am bedeutendsten für den Berliner Pressemarkt ist der Verkauf des Berliner Verlages mit den beiden führenden Titeln Berliner Zeitung und B.Z. am Abend –nach Titelstreitigkeiten mit der B.Z. in Berliner Kurier umbenannt– und vier Wochenzeitungen und Zeitschriften. Während alle unmittelbar zur SED/PDS gehörenden Regionalzeitungen bis April 1991 durch die Treuhand veräußert werden, sucht die Partei für das ihr nahestehende Verlagshaus selbst einen Abnehmer. Im Mai 1990 erwirbt der britische Medienkonzern von Robert Maxwell einen Anteil von 50 Prozent am Berliner Verlag. Mit Maxwells Unterstützung übernimmt im Herbst 1990 Gruner + Jahr die andere Hälfte. Branchengerüchte sprechen von einem Kaufpreis von 300 Millionen DM (Held/Simeon 1994, S. 54). Mit dem Tode Maxwells und dem Niedergang seiner Verlagsgruppe übernimmt der dazu gewonnene Partner des Joint Ventures den Verlag.

Gruner + Jahr gehört mehrheitlich zur Bertelsmann AG, der damit der Einstieg in die regionale Tagespresse gelingt. Langfristige Strategie der Zeitungen- und Zeitschriftensparte Gruner + Jahr im Bertelsmannkonzern ist es, eine Kette regionaler Tageszeitungen aufzubauen. Dazu erwirbt der Verlag neben der Berliner Zeitung von der Treuhand die Sächsische Zeitung, das Bezirksblatt Dresdens. Im Verbund mit Morgenpost Hamburg, Morgenpost Sachsen und Berliner Kurier will man neben der Bild-Zeitung eine weitere, nationale Kaufzeitung schaffen.

Zwar gibt es in Ost-Berlin die einschneidendsten Veränderungen in den Eigentumsverhältnissen der Tageszeitungen, doch auch der West-Berliner Pressemarkt bleibt von Veränderungen nicht verschont.

Titel	Eigentümer 1989	Eigentümer nach der Wende
Der Tagesspiegel	Stiftung Tagesspiegel	Holtzbrinck
Die Tageszeitung	Verlag Die Tageszeitung	TAZ-Verlagsgenossenschaft
Spandauer Volksblatt	Erich-Lezinsky-Verlag	Axel Springer Verlag
Berliner Morgenpost B.Z. Bild Berlin/Brandenburg Die Welt	Axel Springer Verlag	Axel Springer Verlag

Tabelle 5: Neue Eigentumsverhältnisse nach der Wende der in West-Berlin erscheinenden Tageszeitungen (nach Held/Simeon 1994, S. 43ff.)

Wesentlichste Veränderung ist dabei die Übernahme des Tagesspiegels durch die Holtzbrinck-Gruppe. Im ersten Halbjahr 1992 beginnt die in finanzielle Schwierigkeiten geratene Tagesspiegel-Stiftung mit Verhandlungen und Gesprächen mit dem Süddeutschen Verlag, der Verlagsgruppe Holtzbrinck sowie Gruner + Jahr. Ende August 1992 kam es dann zum Vertragsabschluss mit der Holtzbrinck-Gruppe. Ein wesentlich höheres Angebot von Gruner + Jahr wird abgelehnt, da das Kartellamt Einspruch signalisiert und der Tagesspiegel-Verlag die Zusammenlegung oder Einstellung durch den direkten Konkurrenten befürchtet. Mit Beginn des Septembers 1992 gibt die Tagesspiegel-Stiftung 51 Prozent ihrer Geschäftsanteile an die Verlagsgruppe von Georg von Holtzbrinck ab und verliert damit die Mehrheit an ihrem eigenen Blatt. Die von der Stiftung erworbenen Potsdamer Neuesten Nachrichten gehen vollständig an Holtzbrinck.

Die Übergabe des Tagesspiegels an den Holtzbrinck-Konzern gleicht eher einem Verkauf denn einer Beteiligung. So gründet Holtzbrinck im Juli 1992 die Tagesspiegel-Verlagsgesellschaft mbH. Darauf hin ändert der ursprüngliche Verlag Der Tagesspiegel GmbH Namen und Gegenstand und wird zur Tagesspiegel Druck- und Beteiligungsgesellschaft. Diese beteiligt sich dann durch Einlage aller Tagesspiegel-Sachanlagen mit 49 Prozent an der von Holtzbrinck gegründeten Tagesspiegel-Verlagsgesellschaft. Gleichzeitig übernimmt die Tagesspiegel-Verlagsgesellschaft den alten Namen Verlag Der Tagesspiegel GmbH, so dass die Veränderung nach außen hin nicht sichtbar wird. Die neue Tagesspiegel-Verlagsgesellschaft ist durch einen Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag an die Dachgesellschaft des Holtzbrinck-Konzerns (GMZ GmbH & Co.) gebunden (Grätz 1993).

Der Minderheitsgesellschaft, in den Händen der alten Stiftungseigner, bleiben Immobilien und die defizitäre, frühere Tagesspiegel-Druckerei. Doch auch diese muss im April 1994 an die GMZ verkauft werden, welche die Druckerei schließlich an den Axel Springer Verlag weitergibt. Holtzbrinck steigt demnach nicht beim Tagesspiegel ein, sondern der Tagesspiegel wird unter dem Etikett des alten Namens an Holtzbrinck verkauft (Held/Simeon 1994, S. 49ff.).

Trotz gescheiterter Bemühungen des Axel Springer Verlages noch zu Zeiten vor dem Mauerfall vom Erich-Leszinsky-Verlag das Spandauer Volksblatt zu übernehmen, erwirbt der Verlag den Titel schließlich 1992. Noch im März 1992 wird das Blatt mit der geringen Auflage auf ein wöchentliche Erscheinung umgestellt. Versuche, die Zeitung als Volksblatt Berlin in ganz West-Berlin oder in Kooperation mit der Märkischen Allgemeine als Havelland Anzeiger auch im westlichen Berliner Umland zu etablieren, scheitern und können die Auflage langfristig nicht steigern. Im Juli 1994 wird das Spandauer Volksblatt in ein kostenloses Anzeigenblatt umgewandelt und reiht sich ein als regionale Ausgabe der vom Axel Springer Verlag herausgegebenen Berliner Wochenblätter.

4. Umbau und Umbruch des Pressemarktes

Nicht nur die Zeitungen des Ostens, auch die Zeitungen West-Berlins sind gezwungen sich mit einer neuen Marktsituation auseinander zu setzen. War es für die einen die Umstellung auf das marktwirtschaftliche System (Umbruch), müssen die anderen erkennen, dass ihnen nicht einfach nur ein neues, pragmatisch zu bedienendes Vertriebsgebiet zugefallen ist (Held/Simeon 1994, S. 33).

1990 stehen sich 17 regionale und überregionale Tageszeitungen *aus* Berlin auf einem gemeinsamen Markt gegenüber. Hinzu kommen die überregionalen Tageszeitungen Westdeutschlands wie die Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung oder Die Welt. Dass vor allem die Zeitungen der Blockparteien und Massenorganisationen diesem Druck nicht standhalten können, wurde bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt. Doch auch die Zeitungen *für* Berlin, die großen regionalen Tageszeitungen, sind gezwungen, sich strategisch neu zu positionieren und zu handeln.

Zunächst beginnen, kurz nach der Öffnung der Berliner Mauer, die West-Berliner Verlage mit der Ausweitung ihrer publizistischen Leistung. Ihre –für West-Berliner Bedürfnisse zugeschnittenen– Zeitungen vertreiben sie in der ehemaligen DDR. Erst später, als sie feststellen müssen, dass das anfänglich große Interesse an den Titeln wieder nachlässt, wird mit einer systematische Verlagspolitik (Umbau) begonnen (Held/Simeon 1994, S. 33).

Axel Springer Verlag AG

Der Axel Springer Verlag ist die mit deutlichem Abstand führende deutsche Verlagsgruppe. Im West-Berlin der achtziger Jahre hat der Axel Springer Verlag einen Marktanteil von drei Vierteln. In den Jahren nach der Wende ist es in geeinten Berlin immer noch über die Hälfte (mit einem Marktanteil nach verkaufter Auflage im III. Quartal 1993 von 54,0 Prozent gemäß IVW-Daten). Doch der Verlag befindet sich Anfang der neunziger Jahre in einer wirtschaftlich schlechten Lage. Er schreibt zwischenzeitlich rote Zahlen, der Aktienkurs fällt –während der deutsche Aktienindex (DAX) boomt–, Stellen werden eingespart.

Ein Blick auf die Wirtschaftszahlen des Verlages unterstreicht die besondere Situation auf dem Berliner Pressemarkt: Während die „Gruppe Zeitungen Hamburg“ mit Hamburger Abendblatt, Die Welt Hamburg und Bergedorfer Zeitung 1993 geschätzt 40 Millionen DM erwirtschaften, sind es bei der „Gruppe Zeitungen Berlin“ mit Berliner Morgenpost, Bild Berlin/Brandenburg und B.Z. 1993 nur 14 Millionen DM (Held/Simeon 1994, S. 35). Die Hamburger Titel haben zwar eine deutlich geringere Gesamtauflage, aber eine Quasimonopolstellung in der Region. Der Berliner Markt ist mit der großen Pressevielfalt und der höheren Auflage Konkurrenzgebiet.

Nichtsdestotrotz erhöht der Axel Springer Verlag sein publizistisches und wirtschaftliches Engagement in Berlin nach dem Fall der Mauer. Damit soll nicht nur die marktbeherrschende Stellung gehalten oder ausgebaut, sondern auch die politische Unterstützung für die deutsche Hauptstadt unterstrichen werden. Der Standort wird ausgebaut, das Verlagsgebäude erweitert, in Spandau die damals „modernste Druckerei Europas“ (TAZ, 04.11.1993) eingeweiht.

Die Welt

Zu Pfingsten 1993 zieht das publizistische Flaggschiff des Axel Springer Verlags Die Welt nach Berlin. Redaktions- und Verlagsort des überregionalen Blattes war bis dahin Bonn, bis 1975 Hamburg. Auf 40 Millionen DM schätzen Fachleute das jährliche Defizit der Zeitung, auf 10 bis 15 Millionen DM die Umzugskosten (Bahrman 1993). Mit dem Umzug erscheint eine eigene achtseitige Berliner Lokalausgabe. Somit wird Die Welt auch zur Tageszeitung *für* Berlin. Die Sonntagsausgabe der Welt bleibt, gleich der Bild am Sonntag, in Hamburg. In der öffentlichen Wahrnehmung in Berlin spielt das Blatt aber eher eine untergeordnete Rolle (Jaecker 2000).

Bild Berlin/Brandenburg

Die Bild-Zeitung, „Symbol und Ikone der bundesdeutschen Gesellschaft“ (Held/Simeon 1994, S. 39), spiegelt auflagentechnisch und publizistisch den Prozess der deutschen Vereinigung wider. Das publizistische Engagement der Bild-Zeitung zwischen der Wende und der Vereinigung für einen gemeinsamen Staat ist groß, ist es doch seinerzeit einer der fünf Grundsätze des Verlagshauses. Das Interesse an westlichen (besonders Kauf-) Zeitungen ist nach der Wende noch besonders hoch, da die einzigen, konsumierbaren Medien des Westens in der DDR Radio und Fernsehen waren. So steigt die Gesamtauflage der Bild-Ausgaben für Ostdeutschland und Berlin 1989 über die Millionengrenze, so dass zwischenzeitlich Teile der Auflage im Druckhaus Friedrichshain der SED-PDS, hergestellt werden. Bis 1991 halbierte sich aber die Zahl der verkauften Zeitungen. Noch heute erreicht die Bild-Zeitung in den Neuen Bundesländern nicht derartige Spitzenwerte in der Reichweite wie in den Alten Bundesländern. So ist Bild, gesamtdeutsch gesehen, obwohl sie „am vehementesten für die Vereinigen gekämpft hat, aus dem Prozess des Zusammenwachsens als Verlierer“ hervorgegangen (Held/Simeon 1994, S.39f).

1990 kommt zur Bild (West-) Berlin eine eigenen Ostausgabe für Berlin/Brandenburg mit unterschiedlicher Aufmachung und Berichterstattung auf den Markt. Mit der Zeit gehen die publizistischen Ungleichheiten zurück und die beiden Ausgaben werden Mitte der Neunziger zu einer zusammengefasst.

B.Z.

Die B.Z. kann ihre Stellung als meistgekauftete Zeitung trotz sinkender Auflage auch im vereinigten Berlin halten. Um den Sonntagsmarkt, in West-Berlin erscheint unter den Kaufzeitungen nur die Bild am Sonntag, nicht dem Berliner Kurier zu überlassen, wird im Januar 1992 die B.Z. am Sonntag ins Leben gerufen.

Berliner Morgenpost

Bis zur Öffnung der Grenzen ist die Berliner Morgenpost die führende Abonnement-Zeitung in Berlin. Doch auf dem gemeinsamen Markt steht ihr nicht mehr nur Der Tagesspiegel als direkter Konkurrent im gleichen Segment gegenüber sondern auch die Berliner Zeitung. Mit vielfältigen Marketingmaßnahmen, wie speziellen Lokalausgaben für Ost-Berlin und Brandenburg, „Drückerkolonnen“, gespaltenen Abopreisen oder Sonderaktionen, versucht das Blatt, den Ost-Berliner und den Umlandmarkt zu erobern und die Marktführerschaft der gesamten Stadt zu übernehmen. Nach ersten Erfolgen geht aber die Auflage außerhalb West-Berlins wieder zurück. 1992 werden nur ein Viertel der Gesamtauflage in Ost-Berlin und im Brandenburger Umland abgesetzt (Held/Simeon 1994, S. 38).

Wie der Tagesspiegel führt die Morgenpost Ende 1991 die Sieben-Tage-Woche ein und erscheint künftig auch am Montag, an dem unter den großen Abonnementzeitungen nur die Berliner Zeitung bis dato erhältlich ist. Auch wenn die Berliner Zeitung sonntags nicht erscheint, erreicht die Berliner Morgenpost bis heute nicht die Verkaufszahlen ihres Gegenspielers. Allerdings kann sie sich, dank ihres umfangreichen, sonntäglichen Serviceteils „Zeitung mit dem größten Anzeigenteil Berlins“ nennen.

Holtzbrinck-Verlag

Der Tagesspiegel

Maueröffnung und Vereinigung treffen das Blatt „mitten in einer langfristig geplanten Verjüngungsphase“, die dadurch sowohl abgelenkt als auch beschleunigt wird (Held/Simeon 1994, S.45). Ziel ist es, den Tagesspiegel wieder zu einer großen, überregionalen Zeitung werden zu lassen, in der auch qualitative, regionale Berichterstattung ihren festen Platz hat. Mit Inbetriebnahme der neuen Rotation im April 1991 vergrößert sich das Blatt vom rheinischen auf das nordische Format und wird neu gegliedert. Der spätere Andruck erlaubt eine aktuellere Berichterstattung (Grätz 1993). Für wenige Monate gibt es vom Oktober 1993 bis Mai 1994 einmal wöchentlich drei Lokalbeilagen „Kietz“ mit Geschichten aus den entsprechenden Bezirken, in denen sie erscheinen. Die Redaktion des Tagesspiegels wird aufgestockt und renommiertes Personal an die Spree geholt. Stammleser beschwerten sich über die fortschreitende, neue grafische und inhaltliche Umgestaltung und so tauscht die Zeitung von 1989 bis 1992 nach eigenen Angaben ein Drittel seiner Leser aus (Held/Simeon 1994, S. 45ff). Im September 1994 erfolgt das zweite „Redesign“ des Tagesspiegels innerhalb weniger Jahre.

Gruner und Jahr

Berliner Zeitung

Mit dem pensionierten Chefredakteur des Spiegels, Erich Böhme, übernimmt im Oktober 1990 eine bedeutende Persönlichkeit der deutschen Journalistenlandschaft die Funktion des Herausgebers der soeben an Maxwell und Gruner + Jahr verkauften Berliner Zeitung. Erich Böhme will unter den intellektuellen und bürgerlichen Bevölkerungsschichten West-Berlins ein Stammpublikum finden und die „Berliner“ zu einer „deutschen Washington Post“ für den künftigen Regierungssitz machen (Kotte 1991). Ähnlich der Berliner Morgenpost soll das Blatt regional verankert sein und gleichzeitig, ähnlich dem Tagesspiegel, überregionale Ausstrahlung besitzen.

Die Erwartungen Böhmies erfüllen sich nur zum Teil. Zwar ist die Berliner Zeitung eine der meist zitierten Zeitungen Deutschlands, aber zum überregionalen Titel reicht es noch nicht. Auch hat die Berliner Zeitung mehr Leser in West-Berlin als die Berliner Morgenpost in Ost-Berlin, doch ihr Stammpublikum findet sich noch immer zwischen Pankow und Köpenick. Die verkaufte Auflage halbiert sich von 1989 (440.000 Exemplare) bis Mitte der neunziger Jahre (1995: 230.000 Exemplare).

Als einzige unter den großen Berliner Tageszeitungen erscheint das Blatt mit seiner auflagenstarken, samstäglichen Wochenendausgabe nur an sechs Tagen in der Woche.

Berliner Kurier

Um die Titelstreitigkeiten mit dem Axel Springer Verlag zu beenden, benennt sich die einst einzige Kaufzeitung der DDR von B.Z. am Abend Ende 1990 in Berliner Kurier um. Wie alle ostdeutschen Titel kann der Berliner Kurier seine hohen Auflagen der DDR-Zeiten nicht halten. Die Anzahl verkaufter Zeitungen fällt kurzzeitig um 40 Prozent. Doch im Laufe der Jahre kann sich die Auflage stabilisieren.

Den Berliner Kurier, wie die anderen Kaufzeitungen, macht von Mai 1991 bis zum Sommer 1992 die Super-Zeitung in Berlin und den Neuen Bundesländern mit viel Furore Konkurrenz. Als Gegenspieler aus dem News-Burda-Verlag zur Bild-Zeitung versucht das Blatt „Sprachrohr des Ostens“ zu werden. Mit „Schlagzeilen tief unter der Gürtellinie“ (Simeon 1991) hat Super den „deutschen Journalismus endgültig die Talsohle“ erreichen lassen (Markmeyer 1992). Die Startauflage von einer halben Million Exemplare kann allerdings nur wenige Tage gehalten werden und nimmt rasch ab. Zuletzt gibt der News-Burda-Verlag eine Auflage von 375.000 Stück an. Trotz Ausnutzung sämtlicher Marketingmittel (schlagfertige Überschriften, viel Populismus, Niedrigpreise bis 30 Pfennig, Lesertelefon, Serviceseiten) kann das Blatt keinen Fuß auf dem Markt fassen (Markmeyer 1992).

Unter anderem gegen die Super-Zeitung angesetzt, gibt der Berliner Kurier eine selbstständige Morgenausgabe heraus. Nach der Einstellung der Super-Zeitung wird im Juli 1992 auch die Abendausgabe des Berliner Kurier aufgegeben, die zuletzt eine Auflage von gerade 93.000 Exemplaren erreicht. Es handelt sich um eine „gelungene Umstellung vom Abendblatt zur Kaufzeitung am Morgen“ (Held/Simeon 1994, S. 58).

Nicht zuletzt durch diese Maßnahme gelingt es der Redaktion die Marktführerschaft unter den Kaufzeitungen in Ost-Berlin zu halten. Mit seinen anderen Kaufzeitungen macht sich Gruner + Jahr Synergieeffekte zu Nutze. So liefert der Berliner Kurier den Mantel für die Sächsische Morgenpost. Seit dem Frühjahr 1991 erscheint der Berliner Kurier am Sonntag. Das Konzept, eine einheitlichen Sonntagszeitung aus dem Hause Gruner + Jahr unter dem Titel Morgenpost am Sonntag flächendeckend in den neuen Bundesländern einzuführen, scheitert. Die Sonntagsausgaben von Berliner Kurier und Morgenpost Sachsen sind geblieben.

Kleinere Verlage

Neues Deutschland

In seiner Rolle als einstiges Zentralorgan der SED hat sich das Neue Deutschland mit einem extremen Auflagenabsturz nach der Wende auseinander zu setzen. Noch bis zum Juni 1990 verliert das Blatt 70 Prozent seiner DDR-Auflage von 1,1 Millionen Exemplaren. Seit September 1992 ist das „ND“ auf das rheinische Format verkleinert, übersichtlicher gestaltet und täglich 16 Seiten groß. Nur noch für Berlin gibt es eine eigene Regionalausgabe. Mit drei Prozent der Gesamtauflage wird nur ein kleiner Bruchteil der Zeitungen im Westen verkauft. Demgegenüber ist das Neue Deutschland nach Reichweite die größte überregionale Abonnementzeitung in den neuen Bundesländern.

Als eine der kleineren Zeitungen für Berlin hat auch sie mit wenigen Lesern, einer prekären finanziellen Situation und geringem Personalbestand zu kämpfen. Nach einer Räumungsklage muss sie ihr großes Verlagsgebäude am Ostbahnhof aufgeben. Noch immer steht das Blatt der Nachfolgerin (PDS) ihrer einstigen Mutterpartei, der PDS, nahe (Held/Simeon 1994, S. 61ff.)

Die Tageszeitung

Die Tageszeitung (taz), 1979 gegründet, hat seit 1982 eine eigene Berlinausgabe. Sie ist die einzige, große Zeitungsneugründung in West-Berlin. Doch die Auflage des Blattes stieg nie über 25.000 Exemplare an. Es ist stets eine „Existenz am wirtschaftlichen Abgrund mit chaotischem Redaktionsalltag und mehr oder weniger professionellen Ergebnissen“ (Held/Simeon 1994, S. 58). Die „Krisen der taz“ treten nicht erst seit dem Fall der Mauer auf, haben sich aber seitdem verschärft. Gründe sind der Abbau der Berlin-Förderung, die die Gründung 1979 erst ermöglichte, 1988 der Umzug in ein eigenes Haus in der traditionsreichen Kochstraße, dem früheren Zeitungsviertel Berlins, und der verschärfte Wettbewerb auf der Berliner Pressemarkt. Das Verlagsgebäude, dessen Wert gegenüber dem Kaufpreis mit der Vereinigung und der dadurch entstandenen Zentrumsfrage enorm gestiegen ist, sichert als Hypothek für Bankkredite das Überleben des Blattes.

Mit der Erstausgabe im Februar 1990 ist die taz die erste Berliner Tageszeitung mit eigener Ost-Ausgabe. Die Redaktion bezieht ihren Sitz im ehemaligen Gebäude des Zentralkomitees der SED. Trotz guter Auflagenzahlen wird die Ausgabe noch vor der Währungsreform im Juli 1990 wegen Spannungen zwischen beiden Redaktionen eingestellt (Wilke 2000, S. 238).

1990 kann die Gesamtauflage der taz auf 100.000 Exemplare deutschlandweit gesteigert werden. Doch dieser gewinnbringende Erfolg rutscht in den Folgejahren wieder ab. Allein vom II. zum III. Quartal 1991 verliert das Blatt 16.000 Exemplare. Die für die taz als Abonnementzeitung so wichtige Zahl der Abonnenten fällt unter 40.000 Exemplare. Mehrere Etappen der Reorganisation durchläuft die taz. Im Dezember 1991 entscheidet beispielsweise der Verein der Freunde der alternativen Tageszeitung, die Eigentümerin der taz, die Umgestaltung zur Verlagsgenossenschaft. Eine Werbekampagne „Keine taz mehr? Ohne mich!“ hat das Ziel bis Ende 1992 5.000 neue Leser zu gewinnen. Seit Herbst 1993, damals in erneuter finanzieller Krise, gibt es die taz, wie später auch das Neue Deutschland, in gespaltenem Abonnementpreis mit einem „politischen“, „Standard-“ und einem „ermäßigten Preis“. Langfristig können die kurzfristig erfolgreichen Maßnahmen die taz jedoch nicht sanieren (Held/Simeon 1994, S. 58ff).

5. Auflagenentwicklung und Kampf um jeden Leser

Die Phase des Umbruchs und Umbaus hat zu einschneidenden Erneuerungs- und Umstrukturierungsprozessen bei den Berliner Verlagen zu Beginn der neunziger Jahre geführt. Fast alle Titel haben die Sieben-Tage-Woche eingeführt und mindestens einen Relaunch vollzogen. Die Verlage investieren in neue Druckereien und Redaktionssysteme. Die Führungsetagen von Redaktionen und Verlagen werden ausgetauscht. Die Vertriebs- und Marketingbemühungen werden vervielfacht. Mit gesenkten Bezugspreisen oder Anzeigenpreisen, kostenlosen Probeabonnements, teuren Werbegeschenken und Prämien, Gewinnspielen, Plakat- und Radiowerbeaktionen versuchen die großen Zeitungen Leser zu gewinnen (Jaecker 2000). Die Leser-Blatt-Bindung soll mit Reisen und Kultursponsoring gestärkt werden. Straßenhändler verkaufen abends und morgens die Zeitungen der Verlage. Modernste Marketingmaßnahmen kommen zum Einsatz.

Ein Geschäftsführer eines West-Berliner Verlages beschreibt, ein neuer Abonnent in West-Berlin kostete ihn 350 DM, in Ost-Berlin 1000 DM. Erst nach einem bzw. drei Jahren amortisieren sich die Kosten (Held/Simeon 1994, S.146).

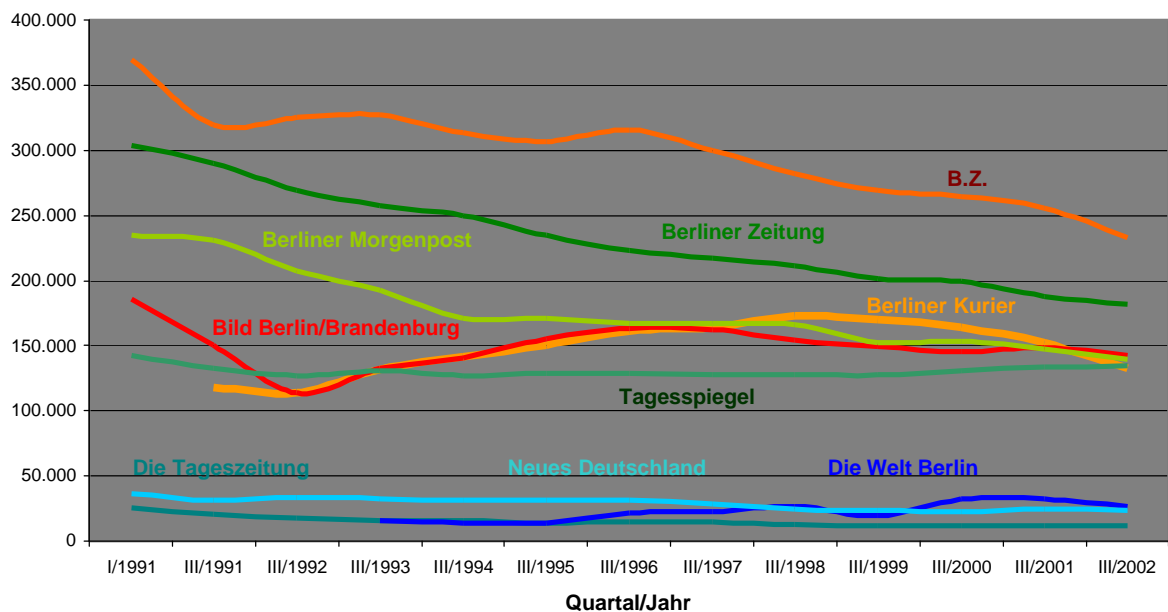


Abbildung 3: Entwicklung der verkauften Auflage der Berliner Tageszeitungen 1990 bis 2002 (IVW-Auflagenlisten, Hartung 2001).

Eine eindeutige Tendenz zeichnet sich aus der Entwicklung der Auflagen ab: Der Berliner Pressemarkt hat mit einem stetigen Käuferschwund zu kämpfen. Lag die Gesamtauflage im III. Quartal 1991 noch bei etwa 1,3 Millionen Zeitungen, werden im III. Quartal 2002 nur noch zirka eine Millionen Zeitungen verkauft, während die Reichweite ungefähr gleich geblieben ist (Hartung 2001).

Die Zahl der verkauften Exemplare geht bei den meisten Zeitungen zurück; dabei bei B.Z., Berliner Zeitung und Berliner Morgenpost kontinuierlich, bei Bild Berlin/Brandenburg, Neues Deutschland und der Tageszeitung mit Schwankungen. Die einzige Zeitung, die die Größe ihrer Kundschaft beibehalten kann ist der Tagesspiegel. Nach der Jahrtausendwende ist der Tagesspiegel auch die einzige

Zeitung, die, wenn auch nur wenige tausend, Käufer hinzugewinnen konnte. Die Welt, erst seit 1993 ein „Player“ auf dem Berliner Markt, schafft es bis 2000 stetig mehr Zeitungen zu verkaufen. Auch dem Berliner Kurier, als solcher erst seit 1991 am Markt (zuvor B.Z. am Abend), gelingt es, den Kundenkreis deutlich zu vergrößern, doch bereits seit Ende 1998 fallen die Absatzzahlen.

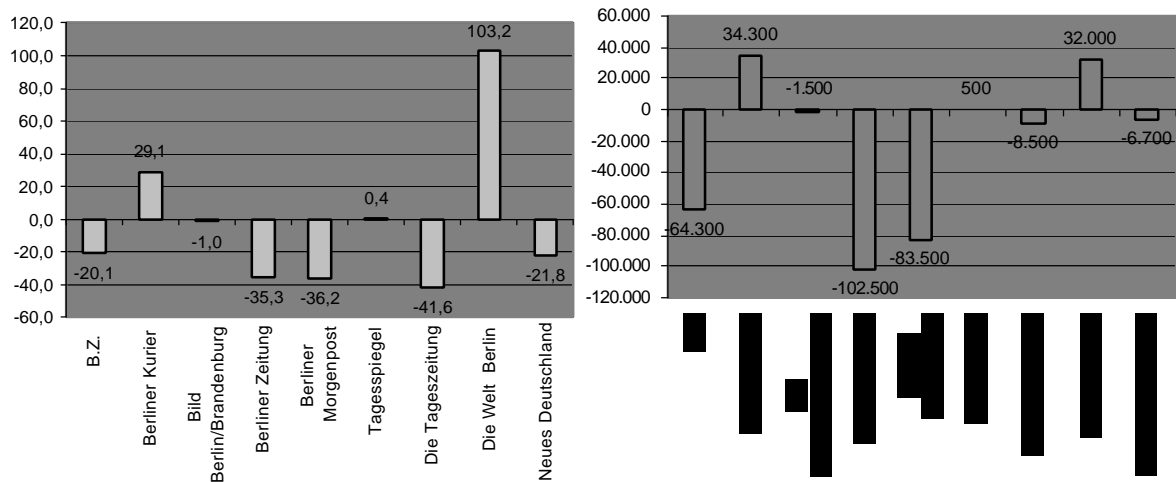


Abbildung 4: Relative und absolute Entwicklung der verkauften Auflagen zwischen 1991 und 2001 (IVW-Auflagenlisten, Held/Simeon 1994, Hartung 2001).

Der Vergleich relativer und absoluter Auflagenentwicklungen bestätigt, dass die meisten Tageszeitungen Leser in der Nachwendezeit verlieren. Größter „Verlierer“ sind dabei die Berliner Zeitung mit 102.500 (35,3 Prozent) weniger Käufern und Die Tageszeitung mit 41,6 Prozent (8.500 Exemplare). Zulegen kann der Berliner Kurier um 34.300 Exemplare (29,1 Prozent). Der Parvenu Die Welt kann sogar seine Berliner Auflage verdoppeln.

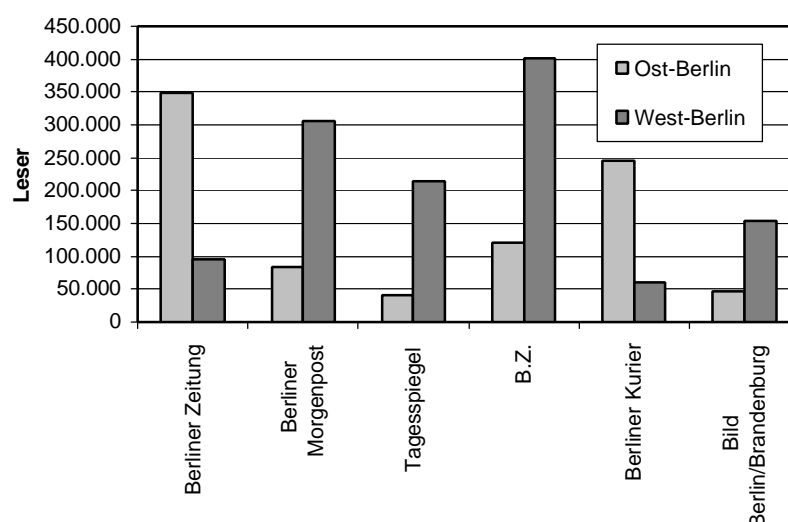


Abbildung 5: Leser (Reichweite) ausgewählter Berliner Tageszeitungen nach Mediaanalyse 2000 (Hartung 2001)

Die Marktanteile separiert, nach Ost- und West-Berlin, belegen, dass sogar zehn Jahre nach der Vereinigung noch einen deutlichen Unterschied gibt. Die Zeitungen haben in der Stadthälfte ihres Verlagsortes die meisten Leser. Keine der Berliner Tageszeitungen erreicht ein ausgewogenes Verhältnis aus Lesern in Ost- und in West-Berlin. Unter den Kaufzeitungen dominiert der Berliner Kurier in Ost-Berlin, unter den Abonnementzeitungen Berliner Zeitung und das Neue Deutschland. In West-Berlin werden von den Kaufzeitungen vor allem B.Z. und Bild Berlin/Brandenburg, von den Abonnementzeitungen Berliner Morgenpost, Tagesspiegel, Die Welt und Die Tageszeitung gelesen.

Auf dem Zeitungsmarkt hat sich die Einigung Berlins noch nicht vollzogen. Die oben genannten Bemühungen haben es nicht vermocht, den Zeitungsmarkt in Bezug auf die „mediale Mauer“ in der Hauptstadt zu durchmischen.

6. Schlussbetrachtung

Der vorangegangene Text stellt die Entwicklung des Berliner Pressemarktes nach der Wende und zu Beginn der neunziger Jahre dar. Damals scheint sich die heutige Situation in Berlin entschieden zu haben.

Mit dem Fall der Berliner Mauer und der alsbald folgenden Vereinigung standen Ost- wie West-Berliner Titel einer neuen Marktsituation gegenüber. Mit großem Einsatz versuchten sie, den neuen Anforderungen gerecht zu werden. Für die Ost-Berliner Titel war es ein völliger Umbruch. Für die West-Berliner Verlage war es eine Phase des Umbaus. Die Zusammenlegung der beiden Teilmärkte mit jeweils großer Titelvielfalt zog einen großen Konkurrenzdruck mit sich, dem unzählige Blätter, gerade Ost-Berlins, erlagen. Seit Mitte der neunziger Jahre erscheint der Berliner Pressemarkt konsolidiert. Mit zehn Titeln ist er, in Deutschland sonst unbekannt, ausgesprochen vielfältig. Doch mit aufwendigen Anstrengungen versuchen die Blätter Leser zu gewinnen und Marktpositionen zu verändern. Aber ein Vergleich der Auflagenzahlen über die Jahre zeigt, dass es zu keinen wesentlichen Richtungsänderungen oder Neuentwicklungen gekommen ist. Die allgemeine Tendenz des Auflagenschwunds bleibt ungebrochen. Auch die Ost-West-Hürde ist nicht überwunden. Es gibt keine Zeitung, die beide Stadthälften in gleichen Maßen bedient.

Der Blick zurück, gut zehn Jahre nach Ende des Zeitungssterbens und damit des Aussonderungsprozess' auf dem Berliner Pressemarkt, verdeutlicht, dass damals die Grundlagen gelegt worden. Entscheidungen und Entwicklungen, die zu Beginn der Neunziger eingeschlagen wurden, haben die Zeitungslandschaft in ihrer heutigen Form hervorgebracht.

Hinter der vermeintlichen Stabilität verbirgt sich ein ruinöser Wettbewerb. Die vorhandene Pressevielfalt und der enorme Konkurrenzdruck bewirken, dass keine der Zeitungen wirkliche Gewinne erwirtschaften kann. Ein Zustand, der für keinen der Verlage am Markt gesund ist.

Im Sommer beschließt der Verlag Gruner + Jahr den Ausstieg aus dem Regionalzeitungsgeschäft und verkauft seinen Berliner Zeitungsverlag an Holtzbrinck. Möglicherweise werden durch das Zusammengehen des in der Leserschaft ostdominierten Berliner Verlages und des westdominierten Tages spiegels die Karten neu gemischt. Es bleibt also spannend im „Haifischbecken“ Pressemarkt Berlin.

7. Quellenverzeichnis

- Hannes BAHRMANN: Hilfe, wir werden „Welt“-Stadt! Erschienen in Die Tageszeitung vom 01. Juni 1993, S. 17.
- Fred GRÄTZ: Was ist los beim „Tagesspiegel“? Erschienen in: Die Tageszeitung vom 18. Mai 1993, S. 17.
- Barbara HELD, Thomas SIMEON: Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen seit der Wende (1989-1994). Berlin 1994.
- Helmut HARTUNG (Hrsg.): Medienmarkt Berlin und Brandenburg 2000/2001. Berlin 2001.
- Gunter HOLZWEISSIG: Massenmedien in der DDR. Erschienen in: Jürgen Wilke (Hrsg.). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1999.
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. Internetdatenbank: <http://www.ivw.de/>.
- Tobias JAECKER: Der Kampf der „Hauptstadt-Zeitungen“. <http://userpage.fu-berlin.de/~jaecker/hauptstadt.htm>
- Hans-Hermann KOTTE: Welche kommt als nächste dran? Erschienen in: Die Tageszeitung vom 01. November 1991, S. 37.
- Bettina MARKMEYER: Super! Superschnell abgewickelt. Erschienen in: Die Tageszeitung vom 27. Juli 1992, S. 2.
- Beate SCHNEIDER: Massenmedien im Prozeß der deutschen Vereinigung. Erschienen in: Jürgen Wilke (Hrsg.). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1999.
- Walter J. SCHÜTZ: Entwicklung der Tagespresse. Erschienen in: Jürgen Wilke (Hrsg.). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1999.
- Walter J. SCHÜTZ: Deutsche Tagespresse 2001. Sowie: Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. Erschienen in: media Perspektiven 12/2001
- Thomas SIMEON: Krieg der Rotationsmaschinen. Erschienen in: Die Tageszeitung vom 07. Juni 1991, S. 12.
- Verband der Deutschen Journalisten, VDJ (Hrsg.): Journalistisches Handbuch der Deutschen Demokratischen Republik. Leipzig 1960.
- Jürgen WILKE: Medien DDR. Erschienen in: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hrsg.). Publizistik und Massenkommunikation. Frankfurt am Main 2000.
- N.N.: Größte Druckerei Europas eingeweiht. Erschienen in: Die Tageszeitung vom 04. November 1993, S. 19.