

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	11
1.	Einführung	13
2.	Das Pressewesen der DDR	25
3.	Veränderungen des Pressesystems in den ersten Jahren nach der Wende	31
3.1	Medienrechtliche und medienpolitische Rahmenbedingungen des Pressewandels	32
3.2	Der Strukturwandel der DDR-Presse seit der Wende	36
3.2.1	Die Entwicklung der Traditionstitel	37
3.2.2	Der Verkauf der SED-Presse	39
3.2.3	Die Presse der anderen Parteien und der Massenorganisationen	49
3.3	Das Engagement westdeutscher Verlage	52
3.4	Neue Verlage entstehen	55
4.	Die DDR-Traditionstitel im Wandel: Eine Längsschnittuntersuchung 1989-1990	61
4.1	Suche nach einer neuen Identität: Wechsel der Chefredakteure	62
4.2	Wandel des redaktionellen Selbstverständnisses: Veränderungen der Untertitel	68
4.3	Neue Zeitungstitel	74
4.4	Redaktionelle Mitbestimmung	76
4.5	Umwandlung der Verlage	78
4.6	Kooperationen mit westdeutschen Verlagen	82
5.	Strukturentwicklung des ostdeutschen Pressemarktes: Zeitungsstichtagssammlungen 1991 und 1994	85
5.1	Anlage der Stichtagssammlungen	85

5.2	Marktstrukturen im Überblick	88
5.3	Das publizistische Angebot	93
5.3.1	Redaktionelle Ausgaben	93
5.3.2	Publizistische Einheiten	95
5.3.3	Redaktionelle Struktur	102
5.4	Publizistisches Angebot auf lokalen Märkten	105
5.5	Die Verlagsstruktur	118
5.6	Die Auflagenstruktur	124
5.7	Marktstrukturen der lokalen/regionalen Abonnementpresse ...	128
5.8	Wirtschaftliche Konzentration	134
6.	Wettbewerbsstrukturen auf dem Zeitungsmarkt der neuen Bundesländer	145
6.1	Untersuchungsanlage	147
6.2	Faktoren des Wettbewerbs: Die Personalstruktur	149
6.3	Bedingungen und Konzepte der Redaktionsarbeit	151
6.4	Herstellung	155
6.5	Vertrieb	159
6.6	Anzeigen	161
6.7	Zur wirtschaftlichen Situation der Verlage	168
6.7.1	Umsätze und Erlösstrukturen	170
6.7.2	Kosten	174
6.8	Ursachen der Wettbewerbsnachteile	176
6.9	Die Rolle der Vertriebspreise	180
6.9.1	Das Preisgefüge im Ost-West-Vergleich	183
6.9.2	Gespaltene Vertriebspreise	186
6.9.3	Zeitungspreise in Monopol- und Wettbewerbsgebieten	191
6.9.4	Wettbewerbsrechtliche Bestimmungen	196
6.9.5	Vertriebspreise als Wettbewerbsfaktor	200
7.	Fazit	207
8.	Literatur- und Quellenverzeichnis	221
	Anhang	235

Verzeichnis der Tabellen im Text

<i>Tabelle 1:</i> Wechsel der Chefredakteure bei den (ehemaligen) SED-Bezirkszeitungen 1989/90	63
<i>Tabelle 2:</i> Wechsel der Chefredakteure bei den überregionalen Tageszeitungen der DDR 1989/90	66
<i>Tabelle 3:</i> Wechsel der Chefredakteure bei den Regionalzeitungen der (ehemaligen) Blockparteien 1989/90	67
<i>Tabelle 4:</i> Zeitungsmarkt Ost 1989/91 im Überblick	89
<i>Tabelle 5:</i> Zeitungsmarkt Ost 1989/91: Marktanteile nach Zeitungstypen	90
<i>Tabelle 6:</i> Zeitungsmarkt Ost 1989/1996 im Überblick	91
<i>Tabelle 7:</i> Regionale Struktur der redaktionellen Ausgaben von Tageszeitungen in den neuen Bundesländern 1989-1996	94
<i>Tabelle 8:</i> Struktur der Publizistischen Einheiten mit redaktionellen Ausgaben in den neuen Bundesländern 1989-1996	97
<i>Tabelle 9:</i> Verteilung der redaktionellen Ausgaben in Ostdeutschland auf Publizistische Einheiten 1991-1996	103
<i>Tabelle 10:</i> Zeitungsdichte in den neuen Ländern 1991-1996	108
<i>Tabelle 11:</i> Struktur der Zeitungsverlage mit redaktionellen Ausgaben in den neuen Ländern (1989-1996)	119
<i>Tabelle 12:</i> Verteilung der redaktionellen Ausgaben in Ostdeutschland auf Verlage 1991-1996	121
<i>Tabelle 13:</i> Die Leserichte im Gebiet der ehemaligen DDR (1996), aufgeschlüsselt nach Ländern	127
<i>Tabelle 14:</i> Auflagenstruktur der Tagespresse in Ostdeutschland (1991-1996)	128
<i>Tabelle 15:</i> Die Auflagenentwicklung der früheren SED-Bezirkszeitungen 1989-1996	131

<i>Tabelle 16:</i> Marktanteile bei den lokalen/regionalen Abonnementzeitungen 1989-1996 in Prozent	134
<i>Tabelle 17:</i> Marktanteile (anteilige Auflage in Prozent) der zehn größten deutschen Zeitungsverlage 1989/1996	136
<i>Tabelle 18:</i> Marktanteile (anteilige Auflage in Prozent) der jeweils fünf beziehungsweise zehn größten Zeitungsverlage 1989/1996 ..	143
<i>Tabelle 19:</i> Durchschnittliche Bezugspreise lokaler/regionaler Abonnementzeitungen nach Auflagengrößenklassen	184
<i>Tabelle 20:</i> Durchschnittliche Vertriebspreise lokaler/regionaler Abonnementzeitungen nach Ländern/Nielsengebieten	185
<i>Tabelle 21:</i> Preisgestaltung der Verlage als Herausgeber lokaler/regionaler Abonnementzeitungen in Deutschland	187
<i>Tabelle 22:</i> Preisgestaltung der Regionalzeitungen in Deutschland	190
<i>Tabelle 23:</i> Durchschnittliche Bezugspreise der Ausgaben lokaler/regionaler Abonnementzeitungen nach Auflagengrößenklassen und Wettbewerbsposition	194

Verzeichnis der Tabellen im Anhang

<i>Tabelle A 1: Tageszeitungen in der DDR 1989</i>	235
<i>Tabelle A 2: Die Privatisierung der ehemaligen SED-Zeitungen durch die Treuhandanstalt 1990/91</i>	239
<i>Tabelle A 3: Kooperationen und Eigentumsstrukturen der nicht SED-gebundenen Tageszeitungen 1990/91</i>	241
<i>Tabelle A 4: Veränderungen der Untertitel 1989/90</i>	245
<i>Tabelle A 5: Tageszeitungen (mit und ohne eigene Vollredaktion) in den neuen Bundesländern 1996</i>	251
<i>Tabelle A 6: Ein-Zeitungs-Kreise und Mehr-Zeitungs-Kreise/ Wohnbevölkerung in den neuen Bundesländern 1991-1996</i>	256
<i>Tabelle A 7: Überschneidungen der Verbreitungsgebiete ehemaliger SED-Bezirkszeitungen nach 1989</i>	258
<i>Tabelle A 8: Beteiligungen der DDVG an Zeitungen in Deutschland (Stand: Oktober 1996)</i>	261
<i>Tabelle A 9: Ausmaß der Preisdifferenzierung bei Verlagen mit gespaltenen Vertriebspreisen</i>	262
<i>Tabelle A 10: Preisdifferenzierung bei Regionalzeitungen, gemessen an der Zahl der unterschiedlichen Preisstufen</i>	263
<i>Tabelle A 11: Preisdifferenzierung bei Regionalzeitungen, gemessen an der Höhe des maximalen Preisabschlages</i>	264
<i>Tabelle A 12: Häufigkeit gespaltener Bezugspreise in den Kreisen/kreisfreien Städten Deutschlands, differenziert nach den örtlichen Wettbewerbsverhältnissen</i>	265