

# Verlagsmanagement

Prof. Dr. Alexander Grossmann  
HTWK Leipzig

# Themenübersicht

80

- 0. Allgemeines, Ablauf, Literatur, Einteilung der Referate, Prüfung
- 1. Der Medien- und Buchmarkt
- 2. Der Buch- und Zeitschriftenverlag
- 3. Der Zeitungsverlag
- 4. Die Programmpolitik und –planung im Verlag
- 5. Die funktionale Struktur des Verlages
- 6. Die juristischen Grundlagen der Verlagsarbeit
- 7. Buchpreis und Wettbewerb
-

# Teil 3 – Der Zeitungsverlag

81



# Teil 3 – Der Zeitungsverlag

82

- Geschichte und Markt
- Tätigkeit des Zeitungsverlages
- Beschaffung, Aufbereitung und Verarbeitung von Informationen
- Erscheinungsweise und Zielgruppe
- Absatz und Vertrieb von Zeitungen
- Zeitungsdruck- und Kalkulation

# Geschichte der Zeitung

83

- **1605** (Straßburg): Johann Carolus druckt und verkauft „*Relation*“ – Nachrichten aus aller Welt  
= älteste Zeitung der Welt
- 1. Juli **1650** (Leipzig): Timotheus Ritzsch verlegt „*Einkommende Zeitungen*“, die 6- bis 7mal wöchentlich erscheint  
= älteste Tageszeitung der Welt

# Tätigkeit des Zeitungsverlages

84

- Der Zeitungsverlag
  - ist ein Unternehmen,
  - das aktuelle Informationen
  - aus allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens
  - sammelt, auswählt und redaktionell bearbeitet
  - und schnell an die Leser vermittelt.
  
- Der Zeitungsverlag
  - ist das Medium mit der größten meinungsprägenden Wirkung

# Tätigkeit des Zeitungsverlages

85

- Unterschiede: Buchverlag und Zeitungsverlag
  - verschiedene verlegerische Substanzen
  - andere Art der Beschaffung, Aufbereitung und Bearbeitung dieser Substanzen
  - andere Absatz- und Vertriebswege
  - differenzierte technische Umsetzung und Kalkulation

# Beschaffung von Informationen

86

- Zeitungsverlage nutzen folgende Informationsquellen
  - Ausgewählte und aufbereitete Meldungen in- und ausländischer Nachrichtenagenturen/Informationsdienste
  - Informationen und Berichte verlagseigener oder freier Reporter oder Informanten
  - Zuschriften und Informationen der Leser
  - Informationen von öffentlichen Institutionen, Einrichtungen, Unternehmen und Organisationen sowie der Politik
  
- Informationen sind jeweils
  - angefordert, also von der Redaktion beauftragt oder
  - unverlangt

# Aufbereitung von Informationen

87

- Arten der Auswahl und Verarbeitung
  - ungeprüfte oder unkritische Übernahme
  - redaktionelle Bearbeitung
  - Kommentierung
  - Einordnung in den Kontext (z.B. Anreicherung mit Informationsblöcken)
  - Bildbeschaffung und/oder -Bearbeitung
  
- Die Bearbeitung erfolgt durch
  - feste Redakteure als Mitglied der **Redaktion**
  - freie Mitarbeiter („feste Freie“, Pauschalisten)
  - auftragsbezogen (z.B. Fachjournalisten, Korrespondenten)



Redaktionelle „Mixtur“ stellt individuelle Eigenart einer Zeitung dar

# Aufbereitung von Informationen

88

## Aufbau einer Zeitungs-Redaktion

- Chefredaktion
- Ressorts
  - Politik
  - Wirtschaft
  - Feuilleton/Kultur
  - Sport
  - Lokales
- Chef vom Dienst (CvD)
  - Koordination von Druck, Anzeigen, Terminplanung
  - Schnittstelle zwischen Redaktion und Herstellungsabteilung



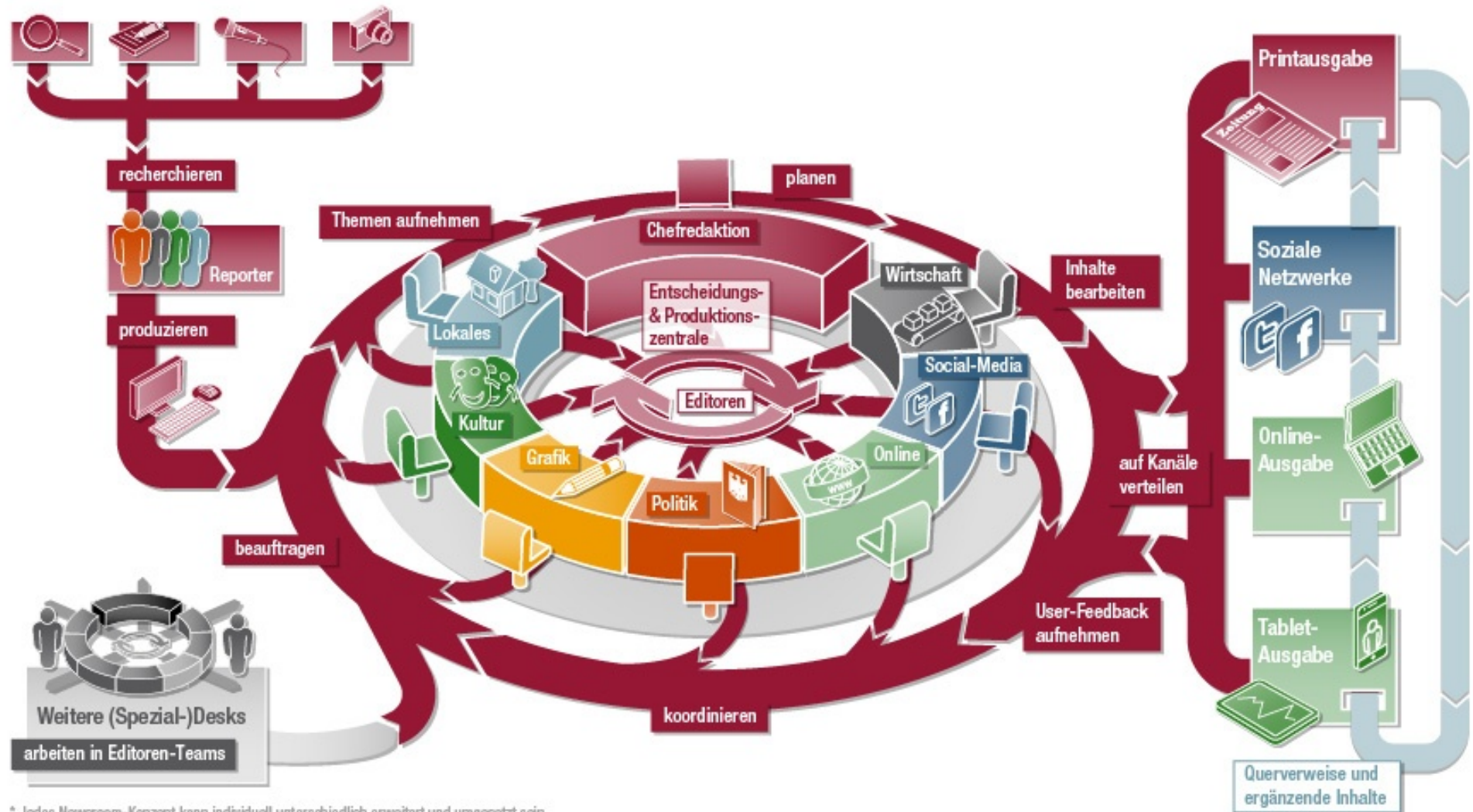
Redaktionelle Schwerpunkte der Ressorts untereinander bestimmen die Zielgruppe und das Profil einer Zeitung

# Aufbereitung von Informationen

89

## Crossmediales Arbeiten im Newsroom

Wände einreißen - in den Redaktionsräumen, zwischen Ressorts und Verbreitungskanälen.  
Die Zusammenarbeit wird themenorientiert und gleichzeitig flexibel für die Plattformen organisiert.\*



\* Jedes Newsroom-Konzept kann individuell unterschiedlich erweitert und umgesetzt sein.

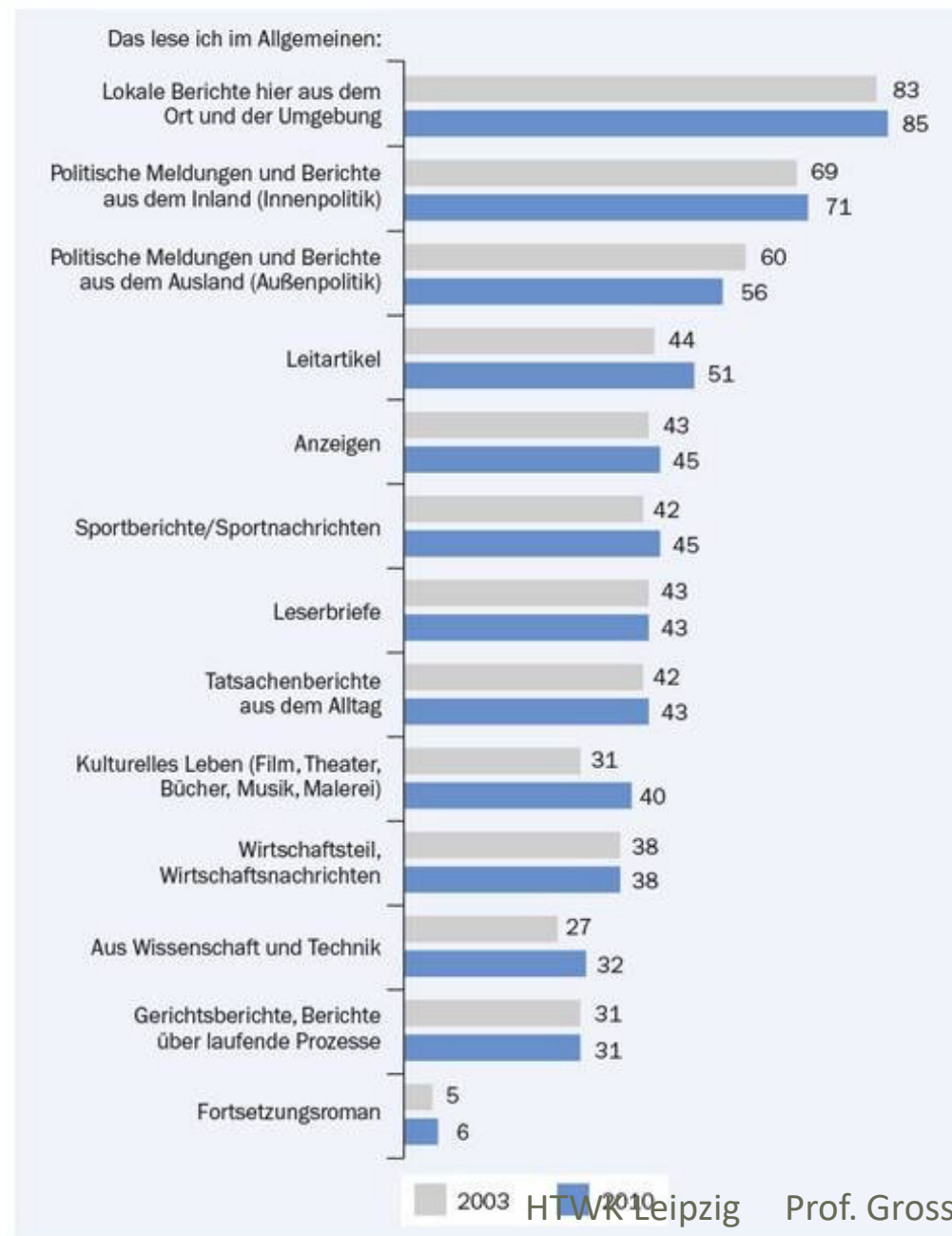
# Aufbereitung von Informationen

90

## Was in der Tageszeitung interessiert Vergleich 2003 -2010

Basis: Bundesrepublik Deutschland,  
Personen ab 16 Jahre, die zumindest selten  
eine Tageszeitung lesen

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen  
7040 und 10056  
Verlagsmanagement



# Erscheinungsweise

91

- in Massenauflagen
- regional oder überregional
- mit inländischen Ausgaben oder Auslandsausgaben
- mit oder ohne Regionalausgaben
- täglich oder als Eintagsausgabe
  - wochenweise (Die Zeit)
  - Als Sonntagszeitung (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung)



Redaktionelle Schwerpunkte der Ressorts untereinander bestimmen die Zielgruppe und das Profil einer Zeitung

# Markt: Zeitung in D

92

- **333 Tageszeitungen**
  - 1.532 lokale Ausgaben
  - Gesamtauflage 18,4 Mio Exemplare (Druck)
- **20 Wochenzeitungen**
  - Auflage 1,7 Mio Exemplare (Druck)
- **6 Sonntagszeitungen**
  - Auflage 3,1 Mio Exemplare (Druck)



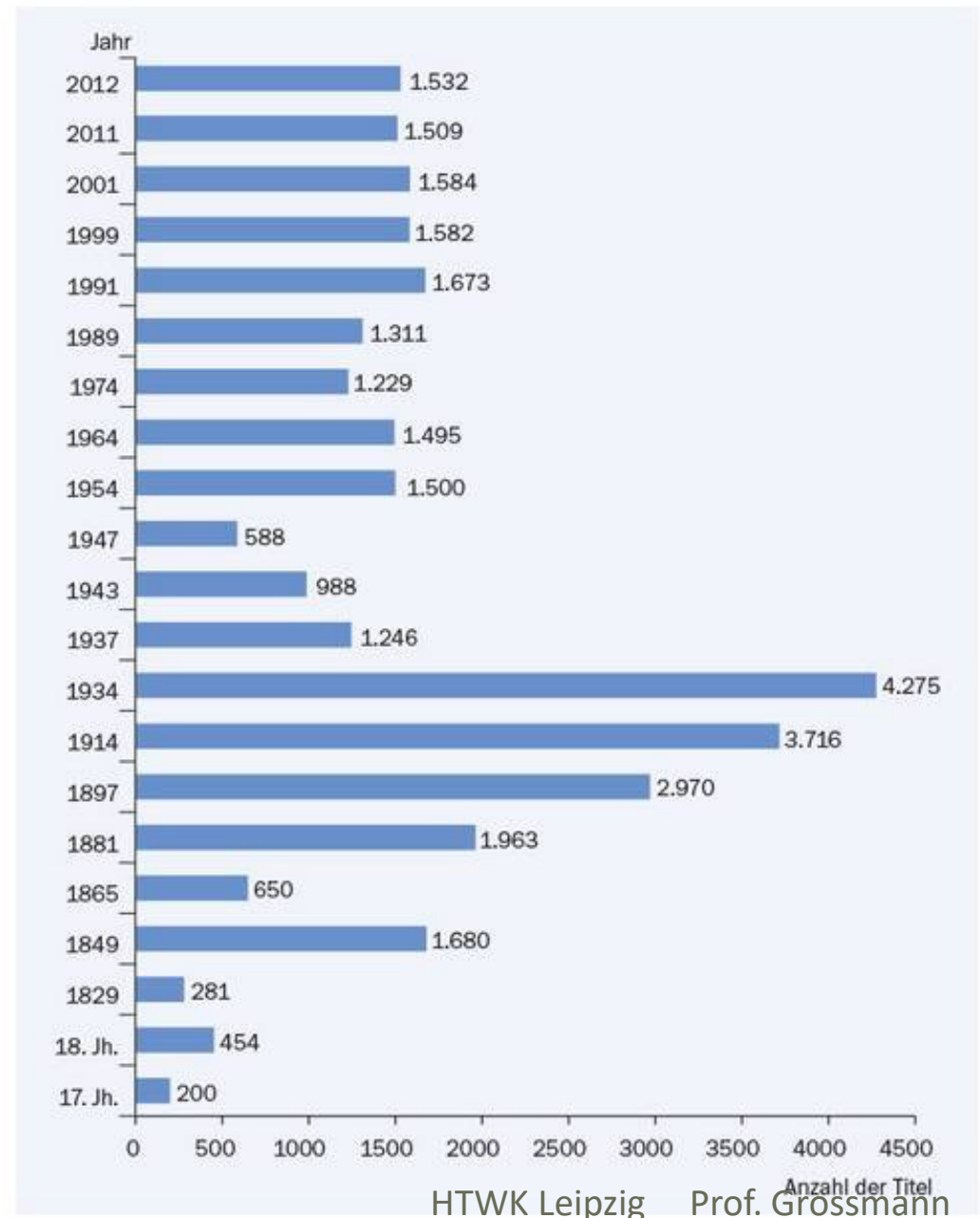
Auf je 1.000 Einwohner kommen 260 Zeitungsexemplare

# Markt: Zeitung in D

93

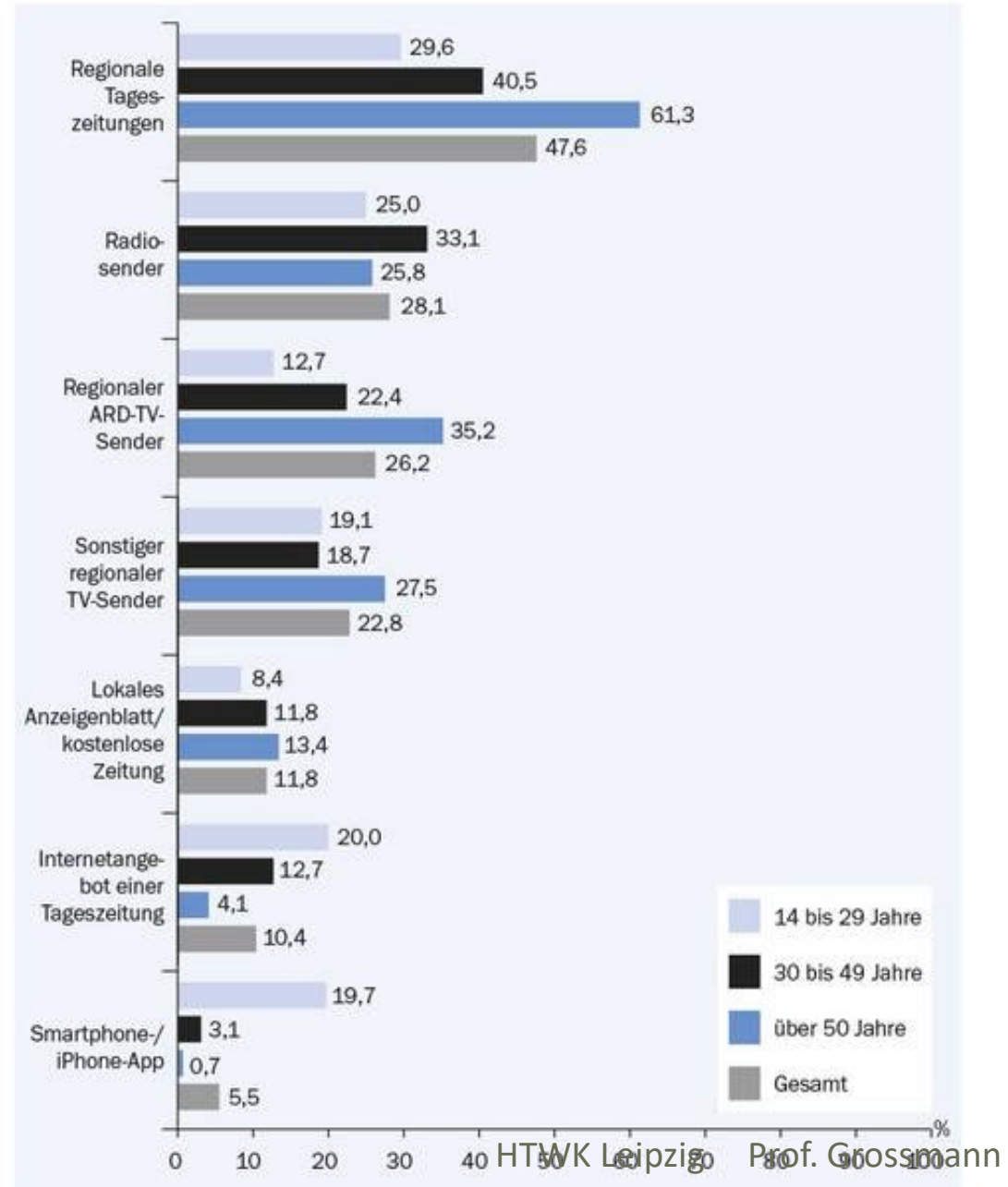
## Entwicklung der Zahl der Zeitungen seit dem 17. Jahrhundert

Anzahl der Titel  
(regionale Ausgaben)



# Zielgruppen-Analyse

**Welche Medien nutzen Sie,  
um sich über das lokale  
Geschehen zu informieren?**  
Angaben in Prozent



Quelle: Link Institut für Markt- und Sozialforschung/Horizont/30/2012.  
Basis: 1.000 Personen ab 14 Jahren, Juni 2012  
Verlagsmanagement

# Markt: Zeitung international

95

- in Europa: 2.500 Tageszeitungen
  - Gesamtauflage 85 Mio Exemplare (Druck)
  - 1. Deutschland (333 Tageszeitungen)
  - 2. Spanien (130 Tageszeitungen)
  - 3. Italien (97 Tageszeitungen)
- weltweit: China und Indien größte Zeitungsmärkte
  - China: 118 Mio Auflage
  - Indien: 110 Mio Auflage
  - Japan: 48 Mio Auflage
  - USA: 44 Mio Auflage
  - D: 18 Mio Auflage
- Insgesamt 515 Mio Zeitungen täglich



Deutschland ist fünftgrößter Zeitungsmarkt weltweit

# Zielgruppe

96

- in der Regel groß, breit gestreut
- potentielle Leser werden undifferenziert angesprochen
- bestimmte Zielgruppen werden über einzelne Marktsegmente definiert
- selten: zielgruppenorientiert (z.B. Ärztezeitung)

# Zeitungsdruck

97

- Es werden **Druckverfahren** und –Anlagen genutzt, die in einem hohen Tempo, in kurzer Zeit sehr große Auflagen herstellen können
- Zeitungen werden in der Regel aus Kostengründen **einfarbig** hergestellt; der Einsatz von Zusatzfarben erfolgt nur für ausgewählte Inhalte oder besondere Anlässe
- Zeitungen werden **ungebunden** hergestellt und ausgeliefert
- Für Zeitungen eignen sich nur wenige ausgewählte **Formate**

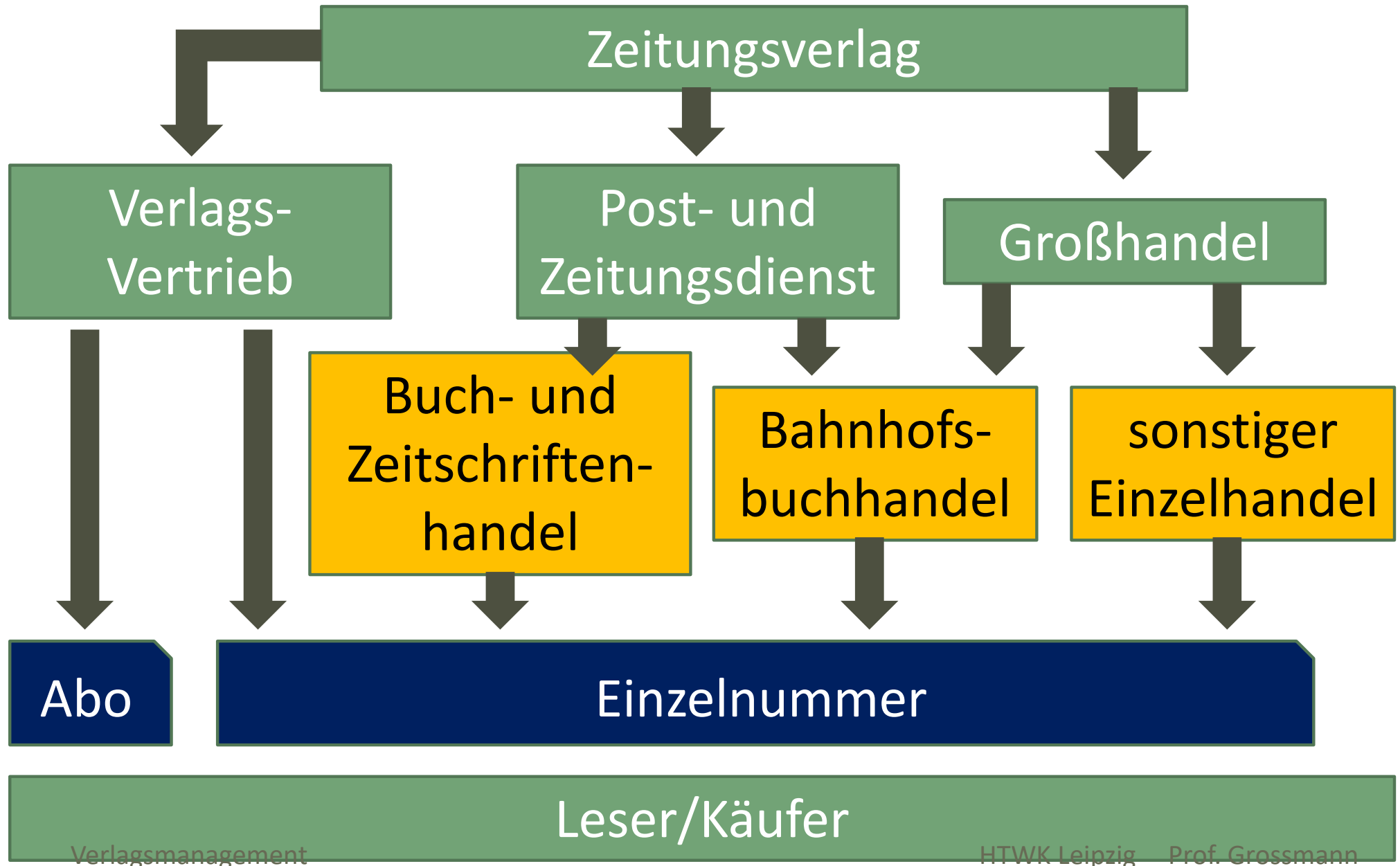
# Zeitungsdruck: Formate

98

- In D Standardisierung seit 1973 durch DIN 16604
- vorher mehr als 60 unterschiedliche Formate
- **Großformate**
  - Broadsheet-Format
  - Nordisches Format (z.B. Bild, Berliner MoPo, Leipziger Volkszeitung)
  - Rheinisches Format (z.B. WAZ, Thüringer Allgemeine, ND)
  - Schweizer Format (z.B. NZZ)
  - Berliner Format (z.B. taz, Le Monde (F), Der Standard (A))
- **Kleinformate**
  - Tabloid (z.B. Welt kompakt, The Sun (GB), Bild am Sonntag)
  - Halbrheinisch (z.B. Morgenpost (Sachsen))

# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

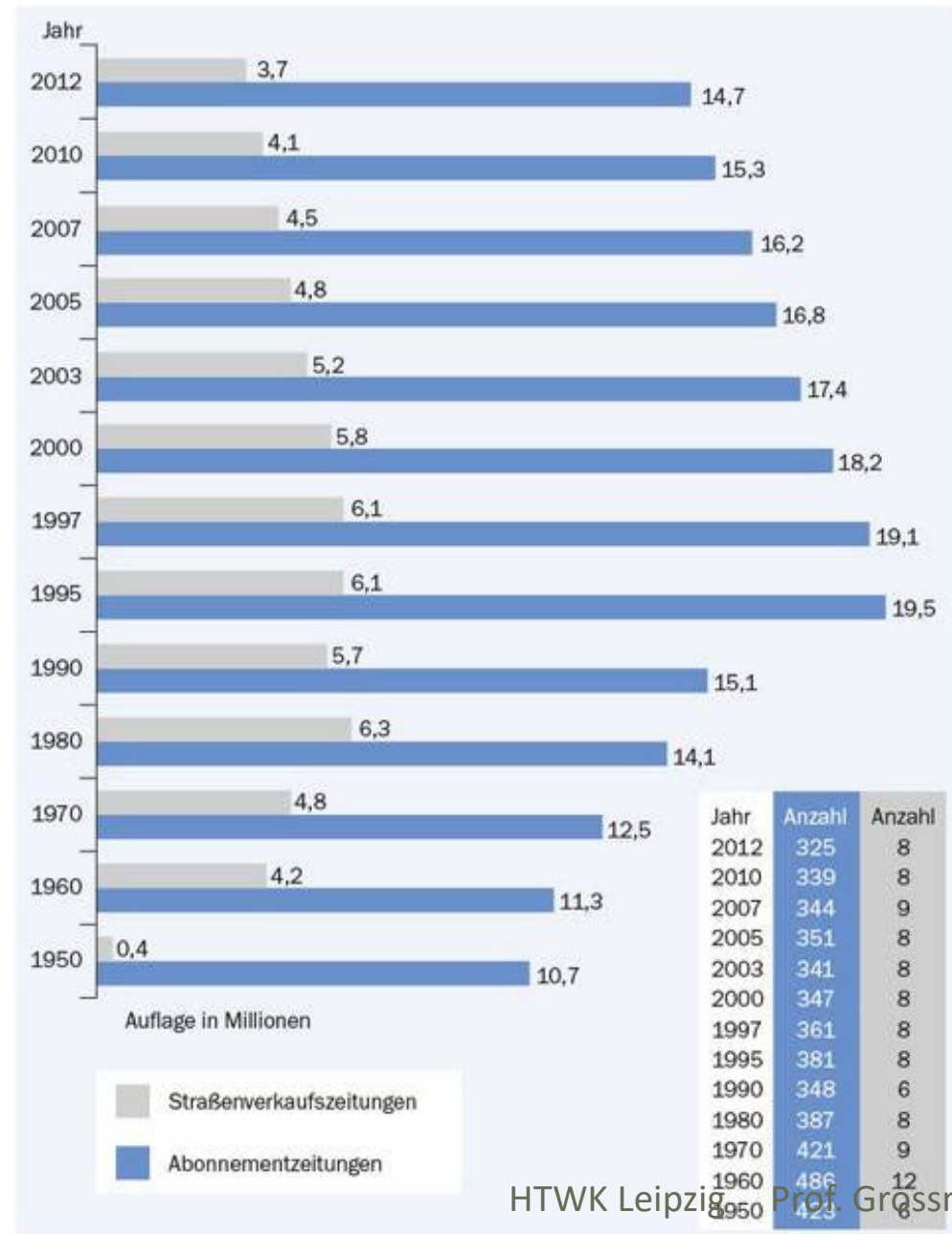
99



# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

100

## Verhältnis von Abonnementzeitungen + Straßenverkaufszeitungen 1950-2012



Stand IVW/II 2012  
Quelle: IVW/BDZ

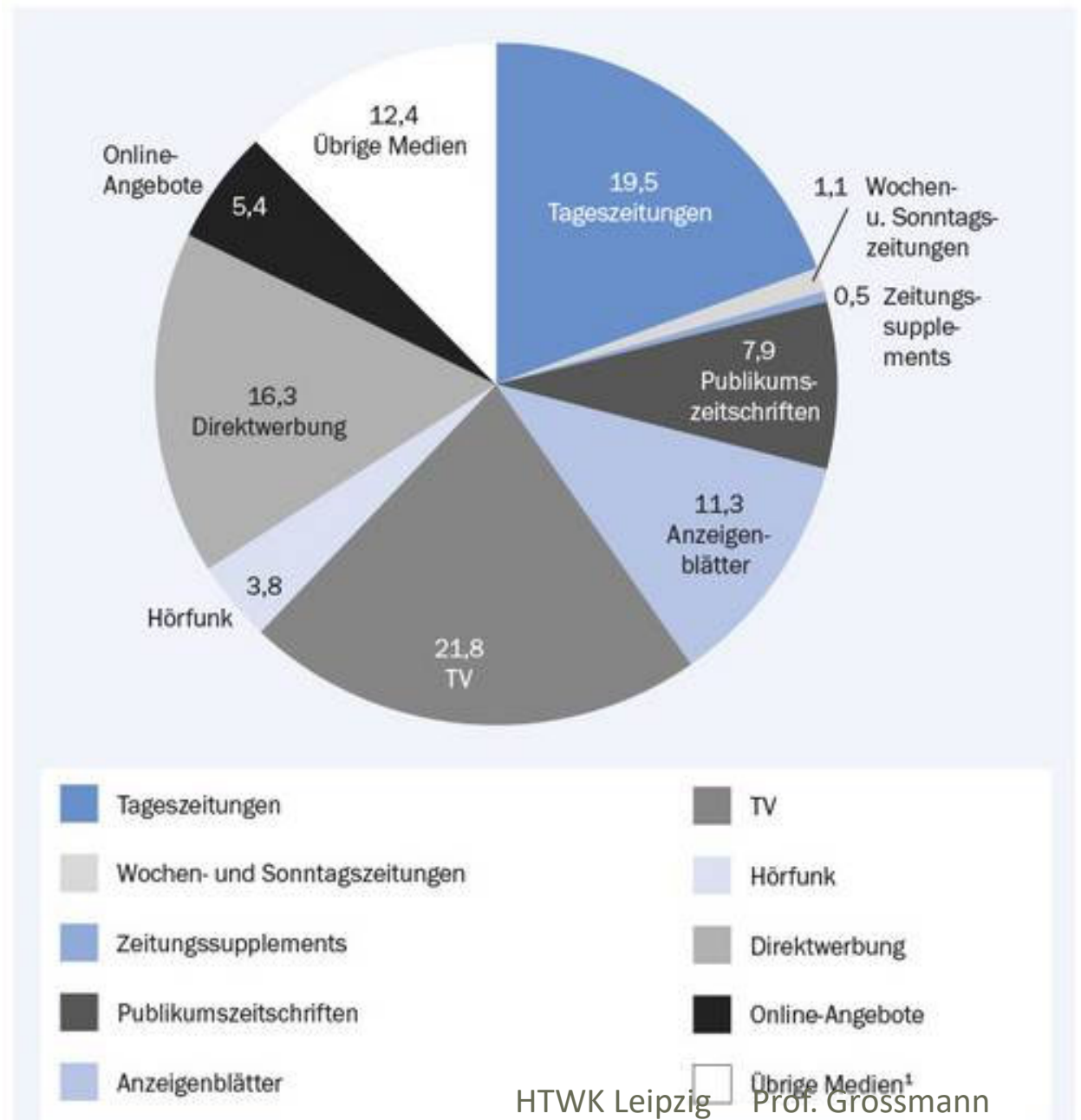
Verlagsmanagement

HTWK Leipzig Prof. Grössmann

# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

101

## Marktanteile erfassbarer Werbeträger 2011 in Deutschland Angaben in Prozent



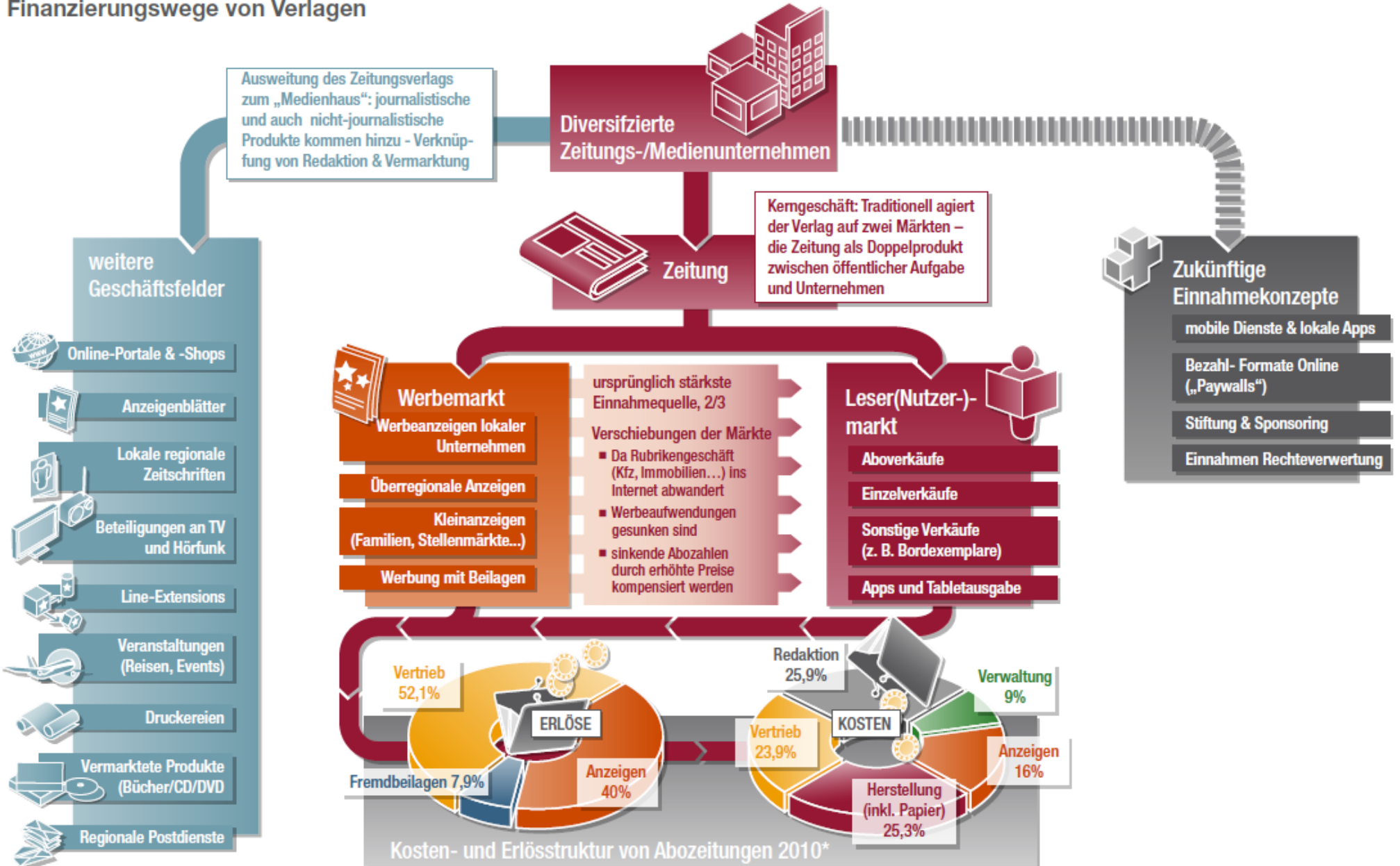
# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

102

- Einnahmen der Tageszeitungen aus
  - Absatz durch Einzelheftverkauf oder Abo
  - Anzeigengeschäft

# Wie sich eine Zeitung finanziert

## Finanzierungswege von Verlagen



\*Quelle: BDZV Jahresbericht

# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

104

- Anzeigengeschäft in Tageszeitungen:
  - Werbeanzeigen für Produkte oder Unternehmen (Produktanzeigen oder Imageanzeigen)
  - Stellenanzeigen
  - Spezialmärkte (Immobilienmarkt, Automarkt, Kontaktmarkt)
  - Amtliche Bekanntmachungen
  - Programmübersichten (Kinos, Theater, Museen)
  - Märkte zwischen Lesern (Kleinanzeigen)
  - Veranstaltungshinweise von Unternehmen, Organisationen
  - Ankündigung über neue Angebote (Preis-, Zahlungs-, Liefer- und Kreditbedingungen) von Unternehmen

# Absatz und Vertrieb von Zeitungen

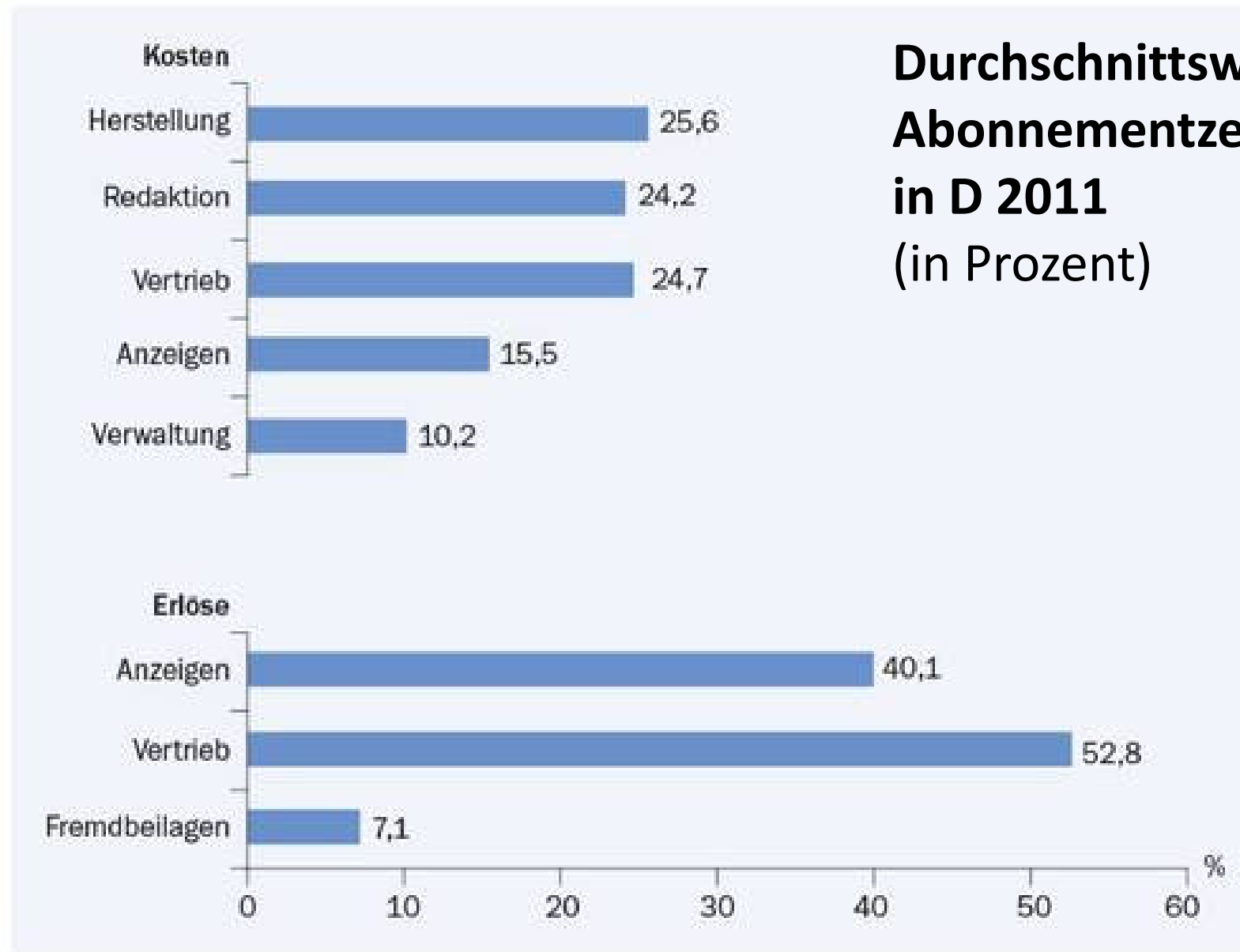
105

## Netto- Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger 2011 (in Mrd. Euro)



# Kosten- und Erlösstruktur

106



**Durchschnittswerte der  
Abonnementzeitungen  
in D 2011  
(in Prozent)**

# Markt: Zeitung online

107

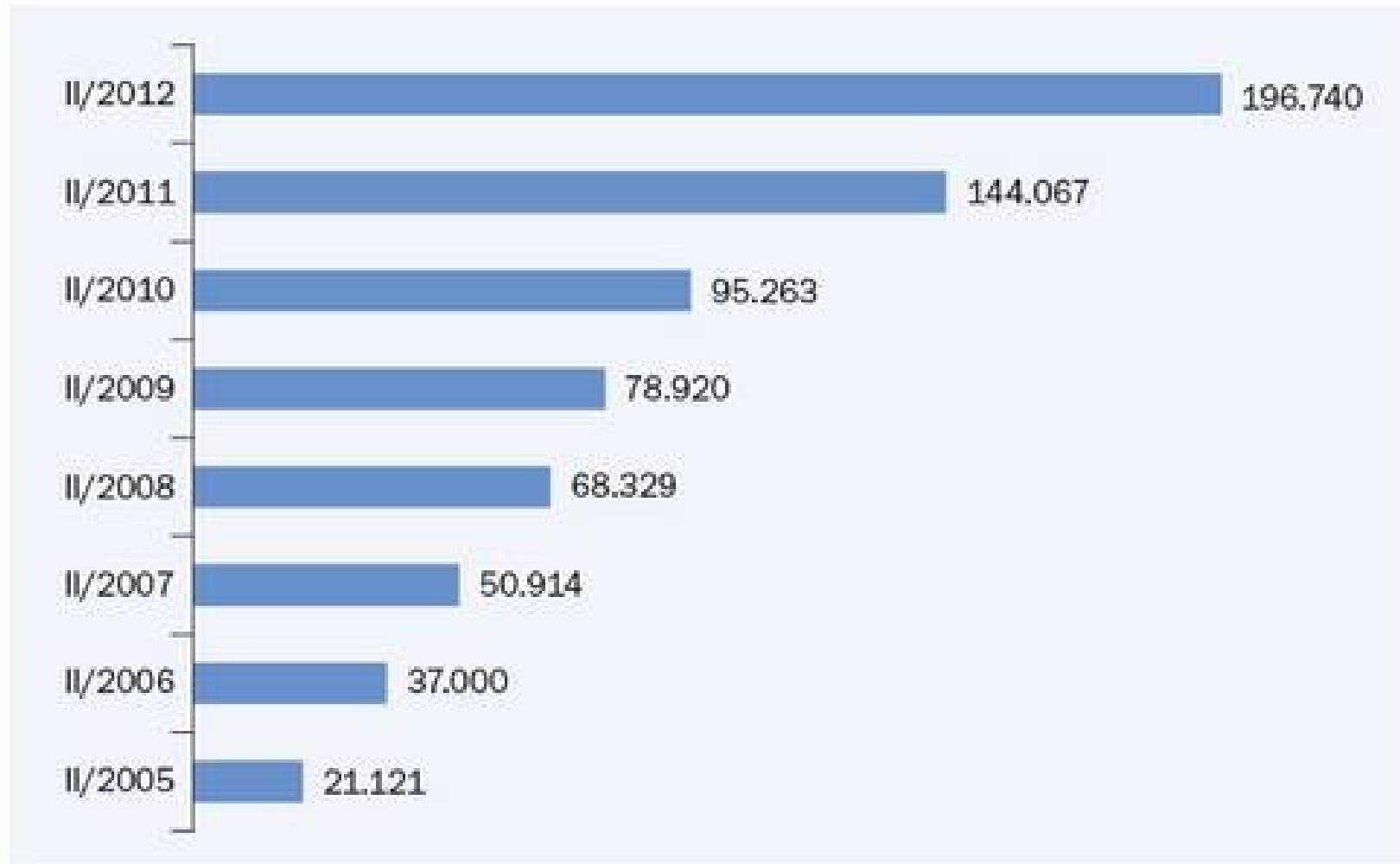
- seit 1995 erste Web-Angebote in D
  - taz
  - Süddeutsche Zeitung
  - Die Zeit
  - Rheinische Post
- 2012: 660 Zeitungen auch online

# Markt: Zeitung online

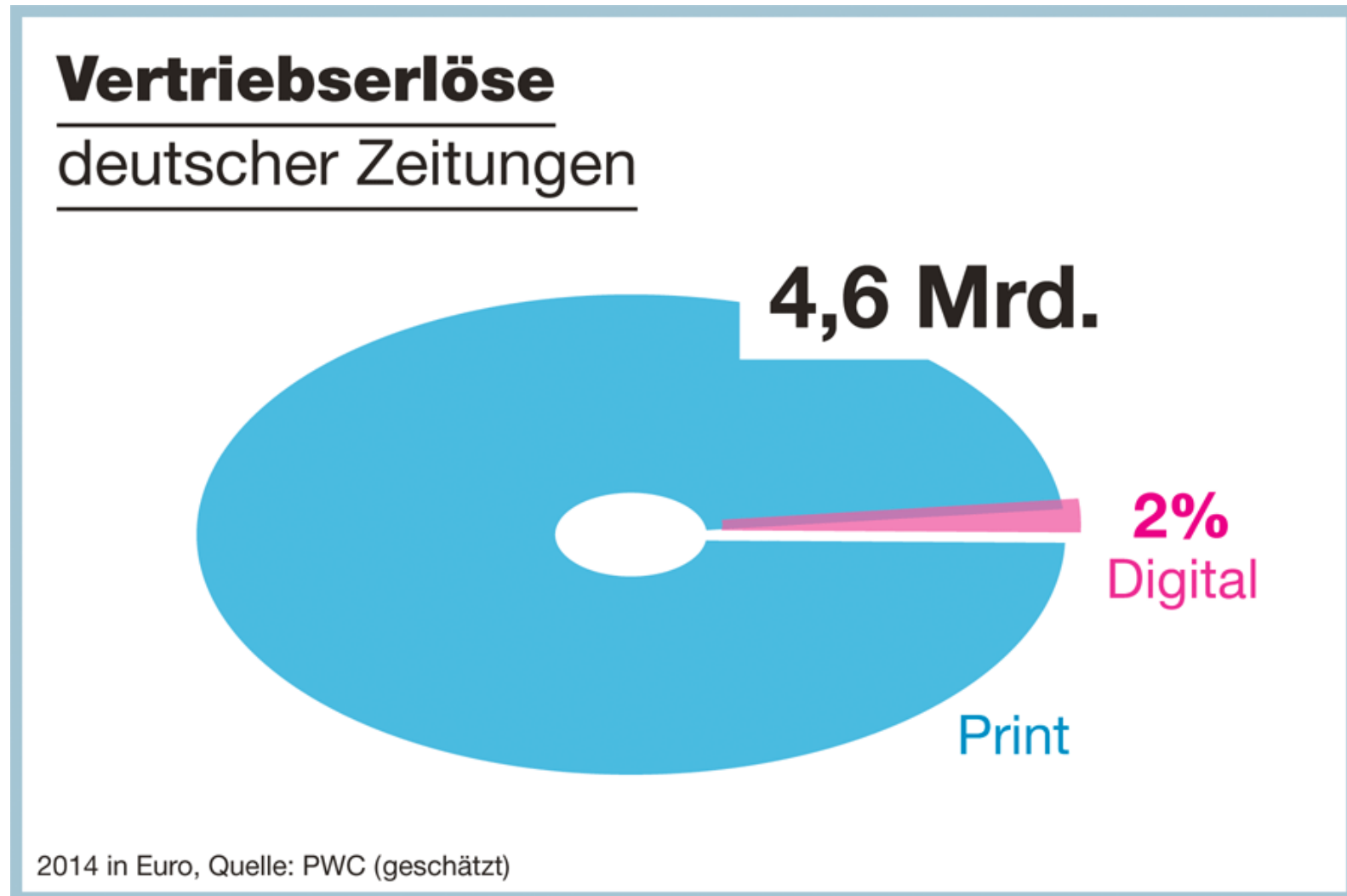
108

## Entwicklung E-Paper-Auflagen 2005 - 2012

Verkaufte Auflage



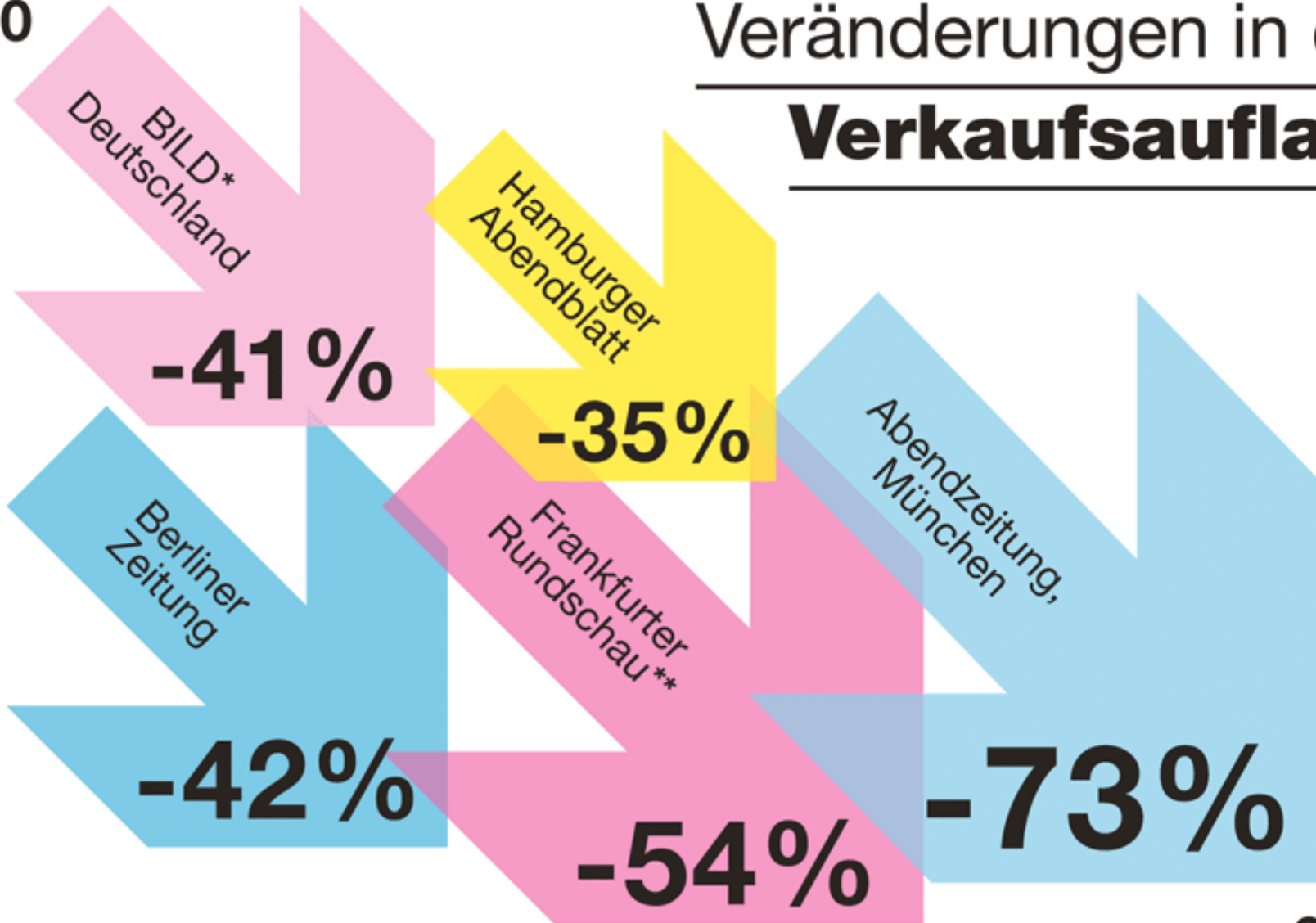
# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation



# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation

2000

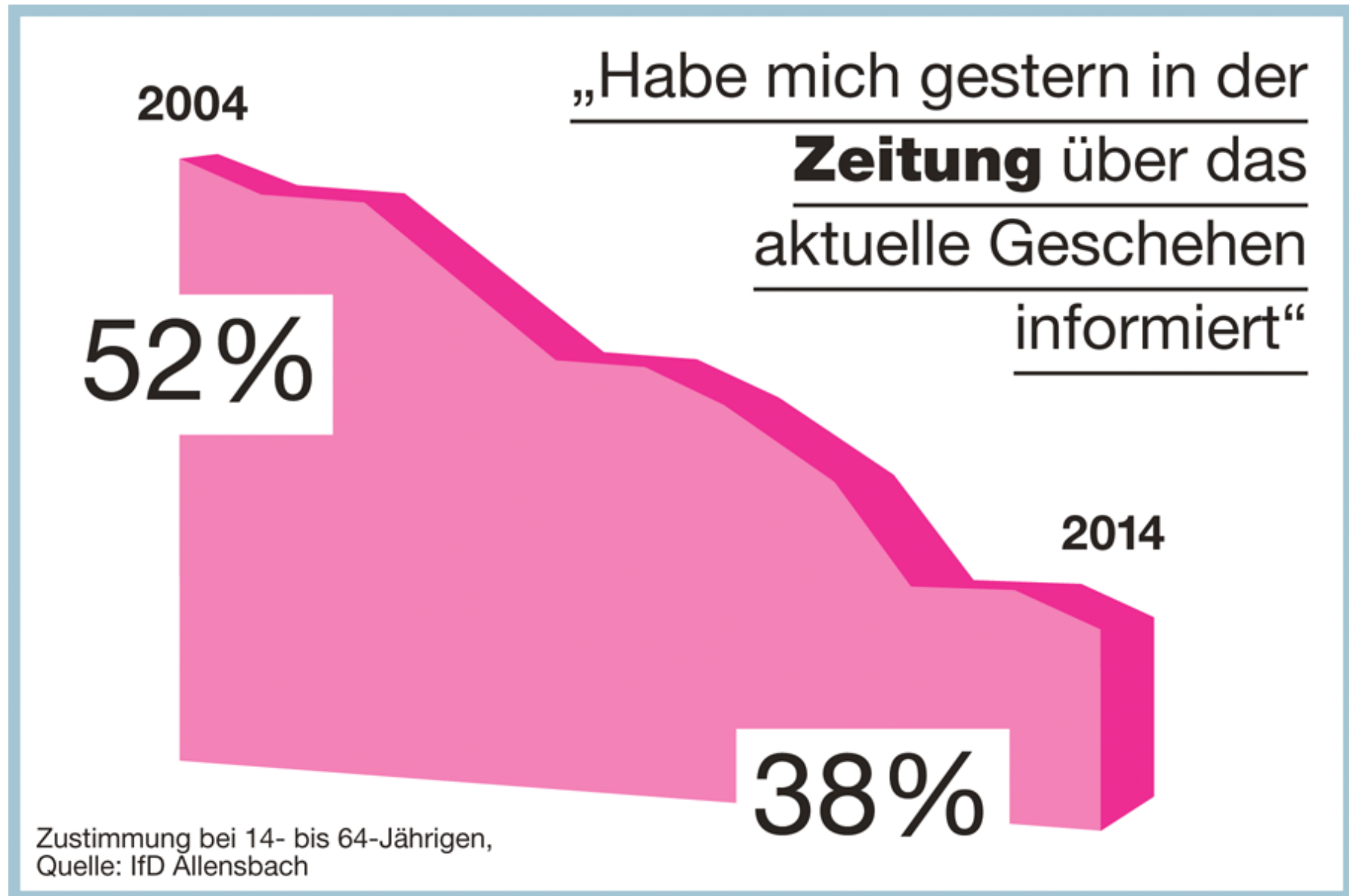
Veränderungen in der  
**Verkaufsauflage**



2000 bis 2014 (\*2012, \*\*2013),  
Mo. bis Sa., gerundet, Quelle: IWV

2014

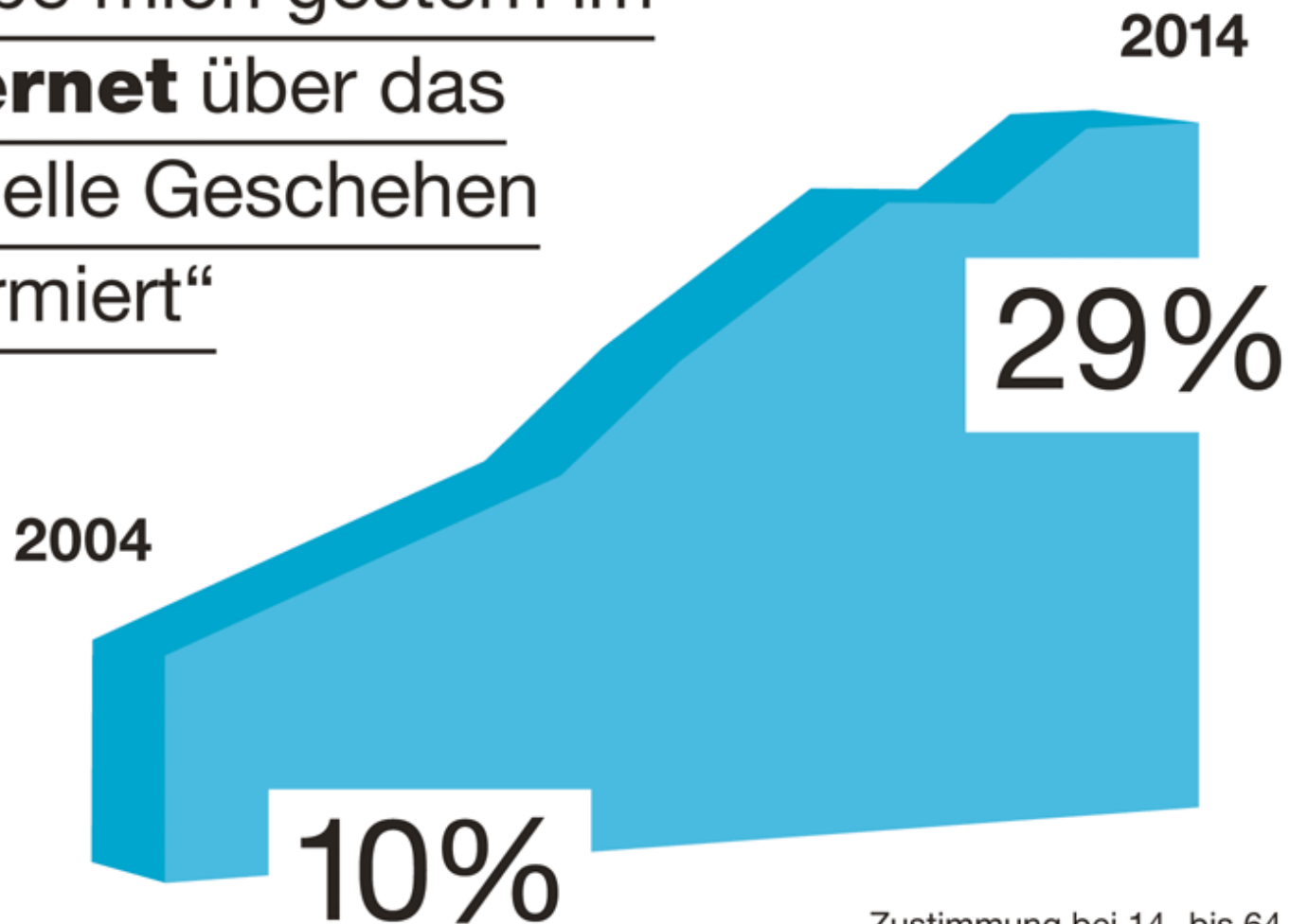
# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation



# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation



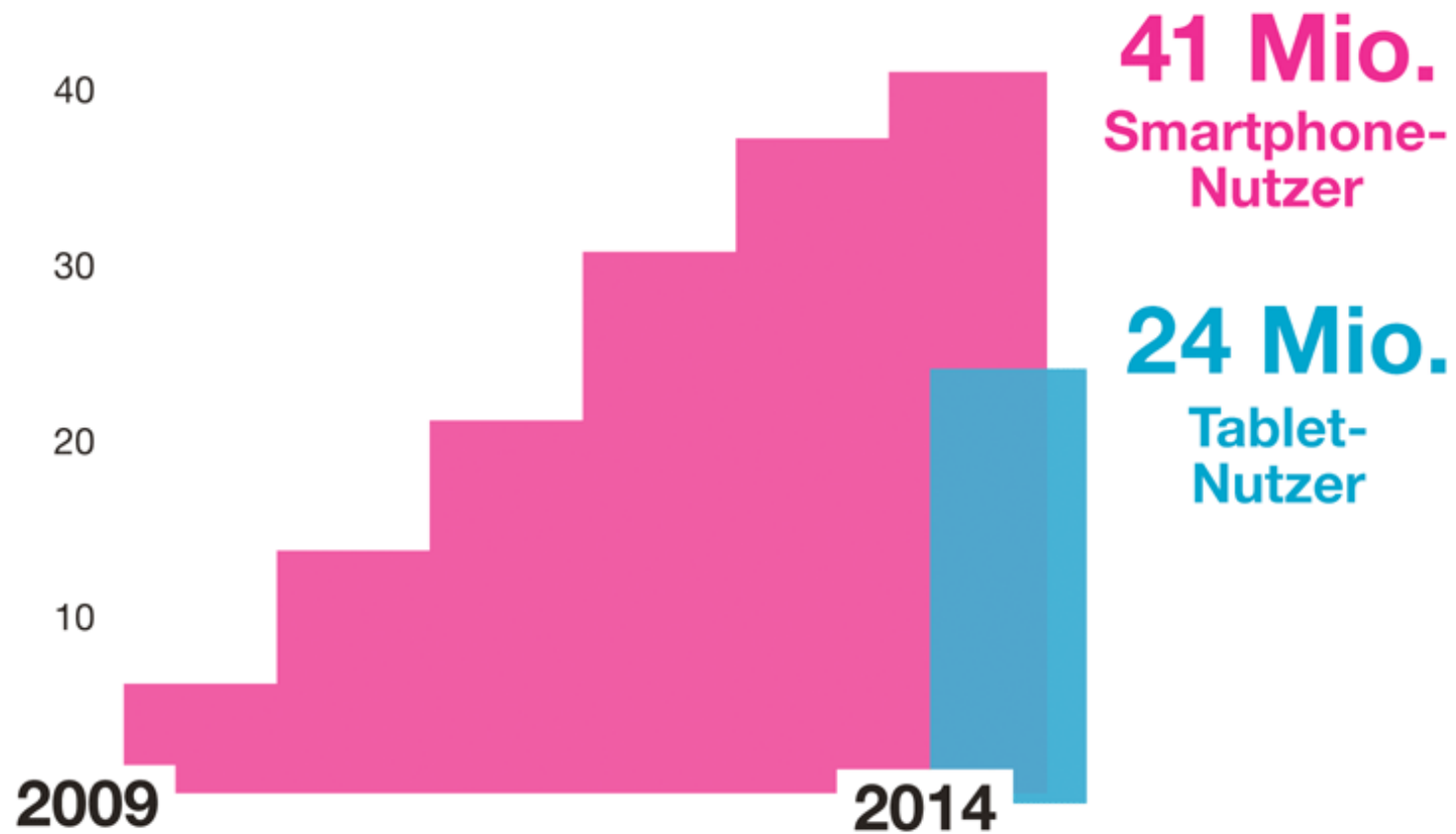
„Habe mich gestern im  
**Internet** über das  
aktuelle Geschehen  
informiert“



Zustimmung bei 14- bis 64-Jährigen,  
Quelle: IfD Allensbach

# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation

## Deutsche im **mobilen Netz**



Quelle: Statista/comScore, Bitkom (geschätzt)

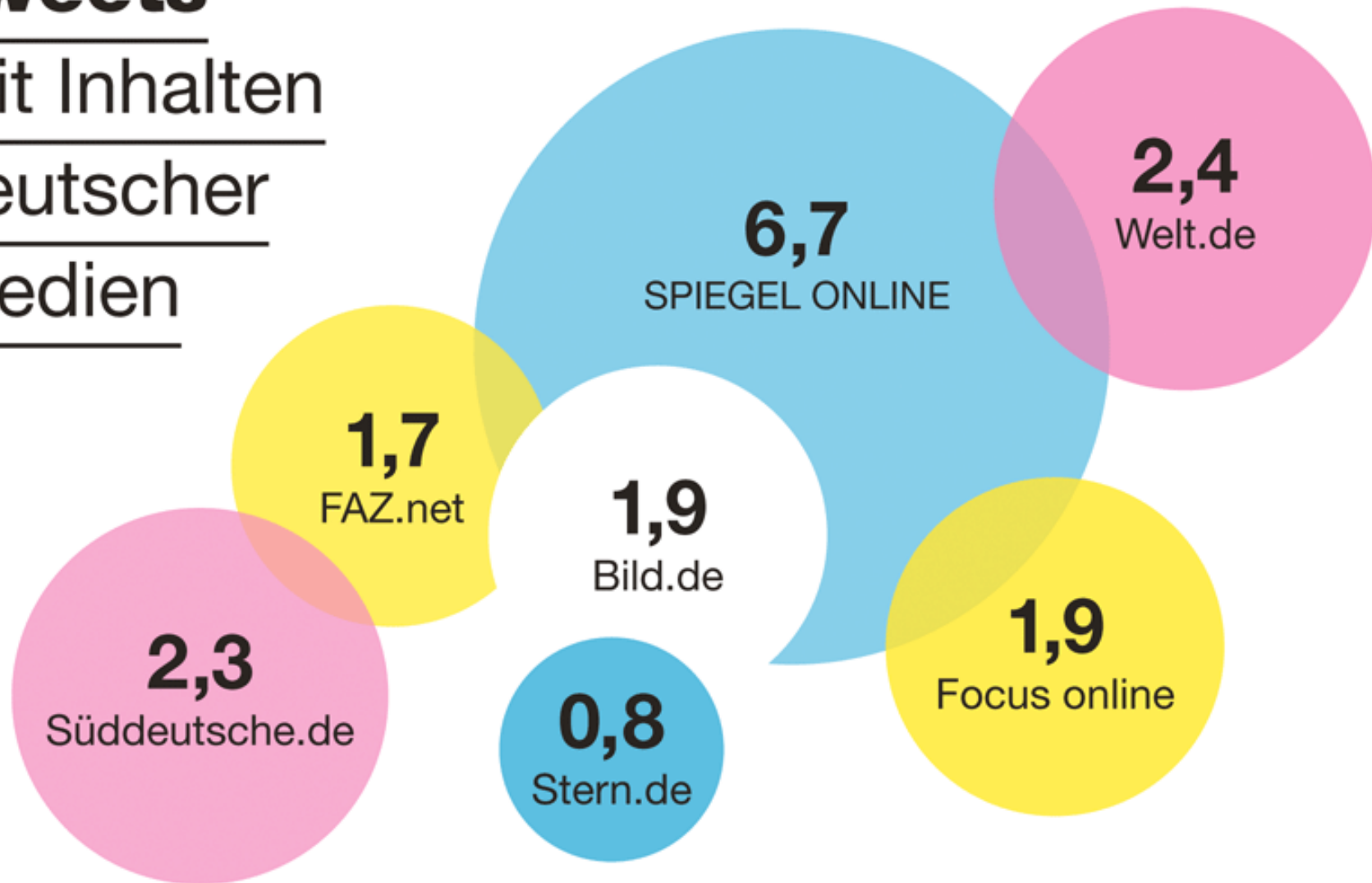
# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation

## Tweets

mit Inhalten

deutscher

Medien



2014, in Millionen,  
Quelle: Searchmetrics

# XTRA

DIE JUNGE  
ZEITUNG FÜR  
KÖLN

SOCIAL MEDIA

HIER GIBT'S  
XTRA

XTRA  
VERPASST?

KONTAKT

EXPRESS

1. Jahrgang  
50 Cent  
www.xtra.koeln



Die junge Zeitung am Nachmittag

## Xtra für dich, Xtra für Köln

XTRA ist die neue, junge Zeitung für alle Kölner, die wissen wollen, was gerade in ihrer Stadt los ist. Auf mindestens 24 Seiten gibt es von Montag bis Freitag

XTRA im Social Web!



[www.xtra.koeln/#home](http://www.xtra.koeln/#home)

### XTRA

#### Herausgeber

Alfred Neven DuMont

Christian DuMont Schütte, Isabella Neven DuMont

Verlagsmanagement

HTWK Leipzig

Prof. Grossmann

Die junge Zeitung am Nachmittag

# Xtra für dich, Xtra für Köln

XTRA ist die neue, junge Zeitung für alle Kölner, die wissen wollen, was gerade in ihrer Stadt los ist. Auf mindestens 24 Seiten gibt es von Montag bis Freitag Nachrichten und Reportagen aus Köln sowie jede Menge Freizeit-, Party- und Ausgehtipps. Wir verraten euch, auf welchem Flohmarkt ihr die besten Schnäppchen macht oder wo es noch Karten für angesagte Konzerte gibt.

Ab 15.30 Uhr bekommt ihr XTRA an zahlreichen Orten in der City von unseren Promotoren, an über 60 Zeitungsboxen, in Kiosken und in ausgewählten Cafés oder Fitnessstudios.

XTRA bietet euch an fünf Tagen in der Woche am Nachmittag die aktuellen Infos des Tages, aber vor allem auch Tipps und Empfehlungen, welches Event ihr am Abend und am nächsten Tag nicht verpassen solltet.

Die Themen in XTRA könnt ihr selbst mitgestalten. Redet mit in der Kölncommunity, kommentiert unseren Kölnreport des Tages, schickt uns euren Lieblingsort, macht mit beim XTRA-Style-Check! Eure Meinung zählt.

XTRA im Social Web!



# XTRA

Ab 15.30 Uhr  
am Kiosk!

Nr. 8 ■ Mo, 03/11/14  
1. Jahrgang ■ 50 Cent  
www.xtra.koeln

EXPRESS



## Helene Fischer: Ist die Kult oder kann die weg?

Heute spielt sie vor 15 000 in der Lanxess-Arena. Und die 30-Jährige wird entweder geliebt oder gehasst. Dazwischen gibt's nichts. Oder? Seite 02/03



Schock am Dom: 1,5-Kilo-  
Stein fällt vom Stüdportal

Seite 04

Stubenhocken  
gilt nicht: Heu-  
te drei Seiten  
Ausgehtipps

Seite 06/07/08

0:1 FC verliert  
im Karnevals-  
Trikot gegen  
Freiburg

Seite 16



Krebskranke  
Brittany (29)  
hat sich das  
Leben  
genommen

Seite 22

Das Wetter  
am Abend

15°



Der Herbst ist da!  
Nieselregen und  
Wind vermiesen  
uns heute den  
Spaziergang.

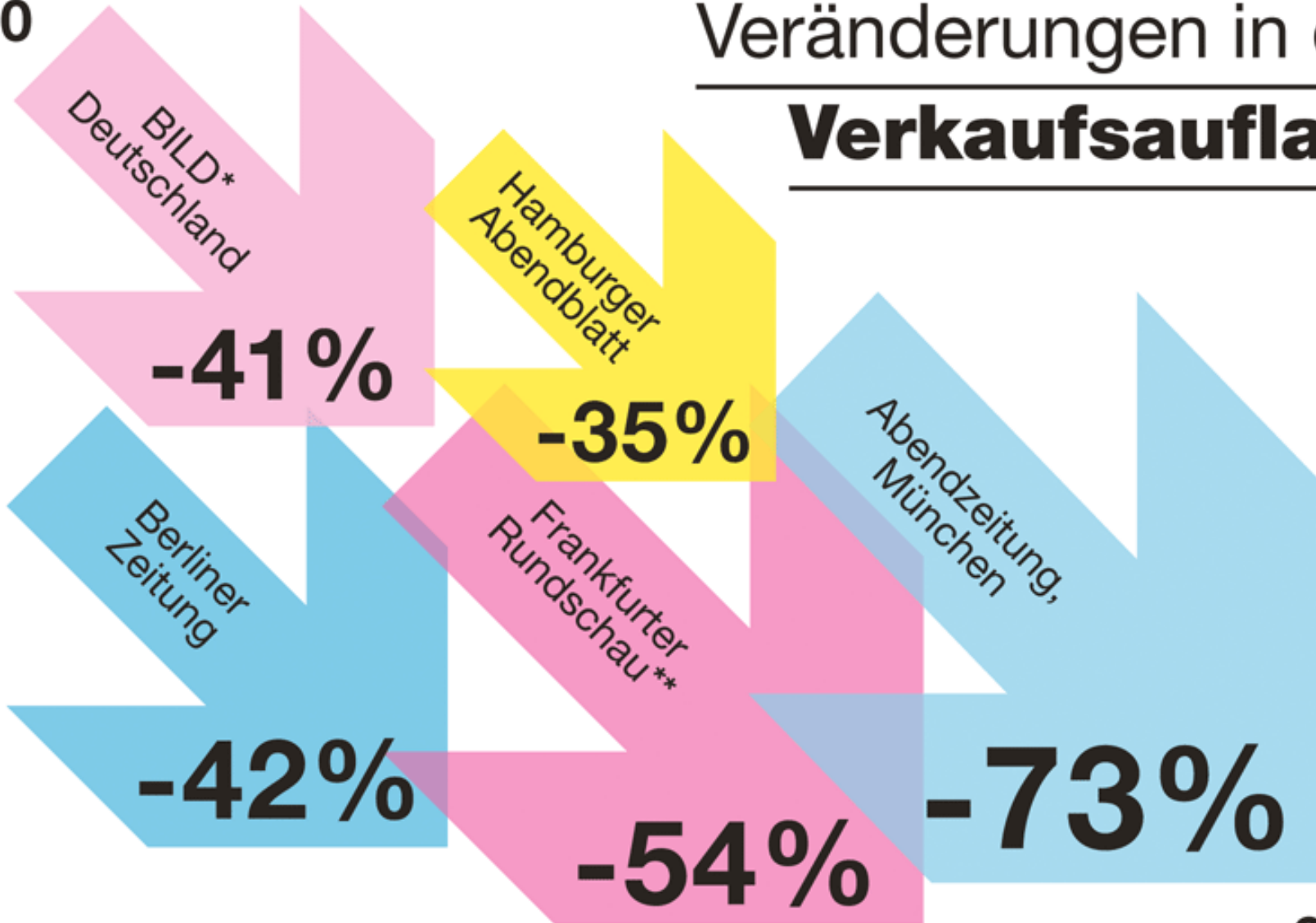


agement

# Zeitungswirtschaft – aktuelle Situation

2000

Veränderungen in der  
**Verkaufsauflage**



2000 bis 2014 (\*2012, \*\*2013),  
Mo. bis Sa., gerundet, Quelle: IWV

2014

- Alle Folien werden zur Vorlesung als PDF online auf **OPAL** gestellt zusammen mit dem Link auf den Medienserver (Vorlesung)
- Bitte überprüfen, ob Sie in den Kurs eingeschrieben sind und einen Referatetermin mit Thema ausgewählt haben!