

Presse- und Lesermarkt in Europa: Zusammenfassung der Studie „Grati szeitungen“

War alles umsonst?

PM. Leipzig. Eigentlich haben sie sich für den Erhalt der Kaufzeitungen in Deutschland einen Orden erworben, die beiden Verlagshäuser Axel Springer und Neven DuMont Schauberg. Der Grund: Vor zehn Jahren haben sie mit dem teuren „Zeitungskrieg zu Köln“ den norwegischen Konzern Schibsted in die Flucht geschlagen. Damals wollten die Unternehmen Schibsted und Metro International sämtliche Ballungsräume in Europa mit kostenlosen Tageszeitungen – sogenannten Pendlerzeitungen – überziehen. Dies war ihnen in Skandinavien, in West- und Südeuropa und in der Schweiz erfolgreich gelungen.

Was ist daraus geworden? Die soeben bei Nomos, Baden-Baden, veröffentlichte Studie „Gratis-Tageszeitungen in den Lesermärkten Westeuropas“ untersucht die Auswirkungen der Gratistageszeitungs-Schwemme für Westeuropas Tagespresse. Die Forscher unter der Projektleitung von Prof. Dr. Michael Haller rekonstruieren die Marktdurchdringungsstrategien und analysieren die Kannibalisierungseffekte in den Lesermärkten der örtlichen Kaufzeitungen. Die Befunde machen deutlich, dass sich das große Versprechen der Grati sblatt-Konzerne – junge Erwachsene zu regelmäßigen Lesern auch von Kaufzeitungen zu machen – nicht bewahrheitet hat.

Allerdings zeigt die Studie auch, dass professionell gemachte Grati szeitungen trotz der Medienkrise auch weiterhin gute Chancen haben, die lokalen Online-Märkte für sich zu erobern. In einigen Ballungsräumen haben sie bereits die Spitzenplätze für sich erobert.

Die Studie macht zudem deutlich, dass die Verlage der etablierten Kaufzeitungen sehr viel größere Anstrengungen als bislang werden aufbringen müssen, um die an die Gratiszeitungen gewöhnten jungen Erwachsenen an die Lektüre einer Abo-Zeitung heranzuführen.

IPJ / Juni 2009

Die Studie wurde von der Stiftung Presse-Grosso in Auftrag gegeben und ist im Mai 2009 bei Nomos, Baden-Baden erschienen.

Dokumentation:

Prof. Dr. Haller: Vortrag Distri-Press Istanbul 2008 (engl. [Script](#) und [PP](#))