

3. Teil

Statistik nationaler Pressemärkte in Europa

Probleme einer vergleichenden Zeitungstatistik

Guido Ros

Für die belgische Zeitungstatistik stellt das „Centrum voor Informatie over de Media“ (CIM, Zentrum für Information über die Medien) die wichtigste Quelle dar.¹ Eine offizielle Auflagenkontrolle gibt es in Belgien erst seit 1951. In der Zwischenkriegszeit und in den ersten Jahren nach dem 2. Weltkrieg ließen die Zeitungsunternehmen ihre Auflagen von Gerichtsvollziehern kontrollieren. 1951 wurde auf Betreiben der Werbebranche und der Zeitungsverleger der DEVEA/OFADI („Dienst voor Publicitaire Verspreiding/Office d’analyse de la diffusion publicitaire“) gegründet. 1971 fusionierte der DEVEA mit dem CIM. Während der DEVEA sich ausschließlich mit der Auflagenkontrolle befasste, lieferte das CIM auch Analysen im Hinblick auf die sozialen und demographischen Merkmale der Leserschaft, der Lesegewohnheiten, der Medienpräferenzen usw. Heute bietet das CIM mehrere Dienste an.²

Die Höhe der gedruckten und der verkauften Auflagen wird jährlich von anerkannten Wirtschaftsprüfern oder Revisoren ermittelt. Die entsprechenden Protokolle liegen erst ein Jahr später vollständig vor. So wurde z.B. für 1999 das offizielle Protokoll im Dezember 2000 abgeschlossen. Die Veröffentlichung erfolgte im Jahre 2001. Die Verleger dürfen allerdings vierteljährlich auch selbst Auflagenzahlen bekannt geben. Die Zahlen der Verleger und die endgültige Beglaubigung durch das CIM werden im offiziellen CIM-Bulletin publiziert. Da die Verleger wissen, dass ihre Auflagen vom CIM kontrolliert werden, weichen ihre vorläufigen Zahlen kaum von den CIM-Zahlen ab.

¹ Zu den Quellen für die belgische Zeitungstatistik vgl. De Bens (2001, 120-121), sowie Van den Haute (1994).

² Neben der Auflagenkontrolle betreibt das CIM auch sog. Mediaproduktstudien, bei denen jeweils 10.000 Personen über ihren Medienkonsum bzw. ihr Konsumverhalten befragt werden. Die beiden Untersuchungen werden miteinander kombiniert, so dass ermittelt werden kann, welches Konsumverhalten welchem Mediengebrauch entspricht. Die Reichweitenstudie bildet eine wichtige Ergänzung zur Auflagenkontrolle, indem sie das sozial-wirtschaftlich-demographische Profil der Leserschaft zu zeichnen versucht. Das CIM unterscheidet acht soziale Gruppen, aufgegliedert nach Ausbildung und Beruf des Familienvorstands. Auch die Reichweiten per Region werden ermittelt. Seit der Entstehung des kommerziellen Rundfunks in Belgien beschäftigt das CIM sich auch mit Hörer- und Zuschauerforschung.

Tages- und Wochenzeitungen können nicht gezwungen werden, ihre Auflagenzahlen kontrollieren zu lassen. In Flandern haben sich die meisten Zeitungen von Anfang an der CIM-Kontrolle unterzogen. Auch die meisten französischsprachigen Zeitungen werden zurzeit vom CIM kontrolliert. Für Auflagenzahlen, die von den Verlegern mitgeteilt werden, bestehen indirekte Kontrollmöglichkeiten. So berechnet die belgische Nachrichtenagentur Belga ihre Abonnementpreise auf Basis der Auflage, wobei die Preise erhebliche Unterschiede aufweisen. Sollte ein nicht kontrollierter Zeitungsverlag eine zu hohe Auflage melden, so wird das Belga-Abonnement entsprechend teurer. Darüber hinaus werden auch die Gehälter der Redakteure in den Tarifverträgen zwischen Verlegern und Journalisten auf Basis der Auflagenzahlen festgelegt. Auch hier würde ein künstliches Hochschrauben der Auflage die Verleger Geld kosten.

Die belgische Tageszeitungslandschaft 1999

Neun Zeitungsverlage³ gaben 1999 in Belgien 24 Titel heraus⁴:

³ Die Zählung der Verlage erfolgte nach De Bens (2001, 63-68). Dort wird allerdings für die Gruppe Vers l'Avenir der Name Mediabel benutzt (ebd., 67). Dies hängt damit zusammen, dass nach einem Konflikt zwischen den Journalisten und dem Haupteigentümer, dem Bistum Namur, im Februar 1999 eine neue Holding mit dem Namen Mediabel gegründet wurde. Die Gruppe Vers l'Avenir hatte sich 1995 eine 32,5%-Beteiligung an der Brüsseler Pressegruppe IPM der Familie Le Hodey gesichert und 1997 über die 1995 gegründete Beteiligungsgesellschaft La Financière de l'Avenir (Gruppe Vers l'Avenir 51%, französische Gruppe La Voix du Nord 49%) ihre Beteiligung auf 51% aufgestockt. 1999 wurde beschlossen, alle Zeitungen von IPM und Editions Vers l'Avenir zu einer gemeinsamen Gruppe Mediabel zusammenzufügen und neue Teilhaber zu suchen. Neuer Teilhaber von Mediabel wurde mit 58,9% die Société Belge d'Édition (SBE), an der die flämische Gruppe VUM beteiligt ist. Die Familie Le Hodey war mit dieser indirekten Beteiligung von VUM an IPM nicht einverstanden, zumal 1995 festgelegt worden war, dass nur Vers l'Avenir sich an IPM beteiligen können. Die Familie startete ein Schiedsverfahren und erreichte im Jahr 2000, dass Mediabel verpflichtet wurde, die VUM-Anteile an Mediabel Le Hodey zu übertragen, wobei fraglich war, ob die Familie über genügend finanzielle Mittel verfügte, um diese Anteile zurückzukaufen. Da die Zukunft der Gruppe Mediabel 1999 noch unklar war, haben wir die Gruppen Vers l'Avenir und IPM einzeln gezählt und benutzen statt des Namens Mediabel den Namen Editions Vers l'Avenir.

⁴ In den *World Press Trends* (Paris: WAN, 2003), 60, werden hingegen für 1999 28 Tageszeitungen genannt. Diese Zahl stammt vom Belgischen Zeitungsverlegerverband und basiert auf den Angaben der Verleger. Die 4 von mir nicht berücksichtigten Titel sind: *Gazette de Liège*, *Le Rappel*, *Le Lloyd* und *De Lloyd*. *Gazette de Liège* wurde 1967 von *La Libre Belgique* übernommen und erscheint nur noch als Untertitel bei der Lütticher Ausgabe von *La Libre Belgique* (2 Seiten Lokalnachrichten). *Le Rappel* wurde 1987 von Vers l'Avenir übernommen und erscheint nur noch als Untertitel der Ausgabe in Charleroi. Die jeweiligen Verlagsgruppen zählen die Titel noch immer einzeln, aber Herr De Staercke vom Belgischen Zeitungsverlegerverband zufolge handelt es sich in beiden Fällen um nur einen Titel (nämlich *La Libre Belgique* und *Vers l'Avenir*). *Le Lloyd* und *De Lloyd* sind Mitglied im Belgischen Zeitungsverlegerverband, aber keine Zeitungen im Sinne des Fragebogens (keine Universalität), denn die Blätter beschäftigen sich ausschließlich mit Transportwirtschaft. Sie gehören zu den „zeitungsähnlichen Presseerzeugnissen, die gegen Entgelt vertrieben werden“ und „primär fachlich orientiert berichten“ (Punkt 5 des Fragebogens).

Tabelle 1		Zeitungsverlage in Belgien	
Verlag		Tageszeitung	
Vlaamse Uitgevers Maatschappij (VUM)		<i>De Standaard</i>	
		<i>Het Nieuwsblad</i>	
		<i>De Gentenaar</i>	
De Persgroep		<i>Het Volk</i>	
		<i>Het Laatste Nieuws</i>	
		<i>De Nieuwe Gazet</i>	
Regionale Uitgevers Groep (RUG)		<i>De Morgen</i>	
		<i>Gazet van Antwerpen</i>	
		<i>Het Belang van Limburg</i>	
De Financieel-Economische Tijd		<i>De Financieel-Economische Tijd</i>	
SA Rossel		<i>Le Soir</i>	
		<i>La Meuse</i>	
		<i>La Lanterne</i>	
		<i>La nouvelle Gazette</i>	
		<i>La Province</i>	
IPM		<i>La Libre Belgique</i>	
		<i>La Dernière Heure</i>	
Editions Vers l'Avenir		<i>Vers l'Avenir</i>	
		<i>L'Avenir du Luxembourg</i>	
		<i>Le Jour/LeCourrier</i>	
		<i>Le Courier de l'Escaut</i>	
		<i>Le Matin</i>	
L'Echo		<i>L'Echo</i>	
Grenz-Echo		<i>Grenz-Echo</i>	

Erläuterungen und Kommentare zum Fragebogen

1. Statistik der Zeitungsprodukte

Von den 24 Zeitungstiteln verfügten 17 über eine Kernredaktion. 7 Titel waren teildentische Ausgaben von im selben Verlag erscheinenden „Hauptzeitungen“. Das in Deutschland beobachtete Phänomen der Übernahme des Zeitungsmantels einer in einem anderen Verlag erscheinenden Zeitung kommt in Belgien nicht vor.

Tabelle 1		Zeitungsverlage in Belgien	
Zeitungen mit Vollredaktion		teildentische Ausgaben	
<i>De Standaard</i>			
<i>Het Nieuwsblad</i>		<i>De Gentenaar</i>	
<i>Het Volk</i>			
<i>Het Laatste Nieuws</i>			
<i>De Nieuwe Gazet</i>			
<i>De Morgen</i>			
<i>Gazet van Antwerpen</i>			
<i>Het Belang van Limburg</i>			
<i>De Financieel-Economische Tijd</i>			
<i>Le Soir</i>			
<i>La Meuse</i>		<i>La Lanterne</i>	
		<i>La nouvelle Gazette</i>	
		<i>La Province</i>	
<i>La Libre Belgique</i>			
<i>La Dernière Heure</i>			
<i>Vers l'Avenir</i>		<i>L'Avenir du Luxembourg</i>	
		<i>Le Jour/Le Courrier</i>	
		<i>Le Courrier de l'Escaut</i>	
<i>Le Matin</i>			
<i>L'Echo</i>			
<i>Grenz-Echo</i>			

2. Statistik der Zeitungsunternehmen

2.1 Zeitungsunternehmen nach dem Umfang ihrer publizistischen Tätigkeit

Alle Zeitungsverlage unterhalten eine oder mehrere (Voll-)Redaktionen. Zeitungsverlage, die lediglich eine (bzw. mehrere) Redaktion(en) unterhalten, die nur bestimmte Teile der Zeitung eigenständig erstellen und den Zeitungsmantel von anderen Verlagen beziehen bzw. von anderen Zeitungen übernehmen, gibt es nicht (s.o.). Die anderen Aspekte dieser Frage („eine oder mehr als eine Zeitung“, „ausschließlich Zeitungen oder auch andere Presseerzeugnisse“, „Eigentümerstruktur“) waren 1999 problemlos zu ermitteln.

2.2 Zeitungsunternehmen nach ihrer zeitungsverlegerischen Tätigkeit

Drei Zeitungsverlage geben nur eine Zeitung heraus: De Financieel-Economische Tijd, L'Echo und Grenz-Echo. In den anderen Verlagen erscheinen zwei bis fünf Zeitungen (s.o.).

2.3 Zeitungsunternehmen nach ihrer pressewirtschaftlichen Tätigkeit

Zwei Zeitungsverlage geben ausschließlich eine oder mehrere Zeitungen heraus: IPM (zwei Zeitungen) und L'Echo (eine Zeitung). Die anderen Verlage geben neben Zeitungen auch andere Presseerzeugnisse heraus.

2.4 Zeitungsunternehmen nach ihrer Eigentümerstruktur

Acht der neun Zeitungsverlage sind unverbundene Unternehmen. Die deutschsprachige Zeitung *Grenz-Echo* ist seit November 1996 zu 50% im Besitz der Rossel-Gruppe (vgl. De Bens 2001, 412).

3. Statistik des Zeitungsangebotes nach ausgewählten Kriterien

3.1 Auflagen nach der überwiegenden Vertriebsform

Das Verhältnis Einzelverkauf/Abonnement ist problemlos zu ermitteln. Der Einzelverkauf überwiegt leicht (57,7% vs. 42,3%; vgl. De Bens 2001, 123). Allerdings wird die in Deutschland übliche Unterscheidung „Zeitungen im Einzelverkauf/Straßenverkauf“ (= mehr als 50% über Händler oder in Geschäften) vs. Abonnementzeitungen (= mehr als die Hälfte den Lesern unmittelbar zugestellt) in Belgien nicht gehandhabt. Die im Einzelverkauf bzw. im Abonnement abgesetzten Exemplare werden für jede Zeitung von den Verlegern mitgeteilt.

3.2 Zeitungen nach der Größe ihres Verbreitungsgebietes

Die Aufgliederung in die Kategorien „national“, „regional“ und „lokal“ ist sowohl durch den Größenunterschied zwischen Deutschland und Belgien als

auch durch die besondere Staatsstruktur Belgiens problematisch. Flämische Qualitätszeitungen wie *De Standaard* oder *De Morgen* sind im belgischen Kontext weder lokale noch regionale Zeitungen, werden aber in den wallonischen Provinzen kaum oder gar nicht gelesen. Bei der Beantwortung des Fragebogens wurden niederländischsprachige Zeitungen, die in allen flämischen, und französischsprachige 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.⁵ Der Typ der lokalen Tageszeitung tritt in Belgien nicht auf.

Nach den oben erläuterten Kriterien waren 1999 elf Zeitungen überwiegend national verbreitet: *De Standaard*, *Het Nieuwsblad*, *Het Laatste Nieuws*, *De Nieuwe Gazet*, *De Morgen*, *De Financieel-Economische Tijd*, *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *La Dernière Heure*, *Le Matin* (2001 eingestellt) und *L'Echo*. Die anderen Zeitungen weisen ein regional begrenztes Verbreitungsgebiet auf.

Anhand der zur Verfügung stehenden Daten ist das Auflagenverhältnis zwischen national verbreiteten und regional verbreiteten Zeitungen mit 904.811 gegenüber 589.001 zu beziffern. Die für die national verbreiteten Zeitungen angegebene Gesamtauflage muss allerdings nach unten korrigiert werden, denn hier wurde die Auflage von *De Gentenaar*, der ostflämischen Ausgabe der national verbreiteten Zeitung *Het Nieuwsblad*, mitgezählt. Die Auflage von *De Gentenaar* wird nicht einzeln, sondern zusammen mit der von *Het Nieuwsblad* ausgewiesen (vgl. De Bens 2001, 71). Entsprechend müsste die Gesamtauflage der regionalen Zeitungen nach oben korrigiert werden. Genaue Zahlen anzugeben, ist hier aber unmöglich.

3.3 Zeitungen nach der Größe der Auflage

Da nicht von allen 24 Zeitungstiteln die Auflagenhöhe einzeln ausgewiesen wird (s.o.), ist es nicht möglich, hier eine vollständige Übersicht zu bieten. Zusammenfassend lässt sich Folgendes festhalten:

- Keine Zeitung hatte eine verkaufte Auflage unter 5.000 Exemplaren aufzuweisen.
- Eine Zeitung verkaufte zwischen 5.001 und 10.000 Exemplaren:
Le Matin (8.500 Exemplare)
- Vier Zeitungen verkauften zwischen 10.001 und 50.000 Exemplaren:

⁵ Dies ist z.B. der Fall bei der *Gazet van Antwerpen* (86,5% der Auflage in der Provinz Antwerpen, vgl. De Bens 2001, 293) und bei *Het Belang van Limburg* (89,5% in der Provinz Limburg, ebd., 304). Für die regionalen wallonischen Zeitungen liegen keine einzelnen Zahlen vor, aber alle hier eingestuft Titel kennen traditionell nur eine regionale Verbreitung (Lütticher Region, Brüsseler Region, Süd- oder Nordhennegau, Provinz Namur, Provinz Belgisch-Luxemburg, Region Verviers). Zu beachten ist hierbei natürlich, dass „regional“ im belgischen Kontext ein geographisch kleineres Gebiet impliziert als in Deutschland.

De Morgen (48.259 Exemplare),
De Financieel-Economische Tijd (49.687 Exemplare),
L'Echo (26.296 Exemplare) und
Grenz-Echo (10.082 Exemplare).

- Vier Zeitungen verkauften zwischen 50.001 und 100.000 Exemplaren:
De Standaard (78.995 Exemplare),
Het Belang van Limburg (99.912 Exemplare),
La Libre Belgique (53.884 Exemplare) und
La Dernière Heure (70.507 Exemplare).
- Drei Zeitungen hatten eine Auflage zwischen 100.001 und 500.000 Exemplaren:
Het Volk (111.818 Exemplare),
Gazet van Antwerpen (121.097 Exemplare) und
Le Soir (133.502 Exemplare).
- Keine Zeitung hat eine Auflage von über 500.000 Exemplaren.

Der Verlag VUM teilt nur die Gesamtauflage für die beiden Zeitungen *Het Nieuwsblad* und *De Gentenaar* mit (s.o.): 217.960 Exemplare. 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 Courrier*, *Le Courrier de l'Escaut*): 100.113 Exemplare.

3.4 Erscheinungshäufigkeit

Mit Ausnahme von *De Financieel-Economische Tijd* erscheinen alle Zeitungen sechsmal in der Woche.

3.5 Erscheinungsweise

Alle Zeitungen erscheinen als Morgenzeitung.

3.6 Zeitungen nach Format

Die Zweiteilung „traditionell“ vs. „Tabloid“ ist für belgische Verhältnisse zu allgemein. In Belgien liegen vier Zeitungsformate (vgl. De Bens 2001, 157) vor: 385 x 239 mm (Tabloid-Format)

420 x 280 mm

490 x 336 mm

540 x 385 mm.

Bei der Beantwortung des Fragebogens wurden nur die Zeitungen im Format 385 x 239 mm (*La Dernière Heure* und *Le Matin*) 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 (2001, 71f.) gegebenen Typisierungen betreffen nicht das Format, sondern inhaltliche Kriterien (Boulevardzeitungen vs. Qualitätszeitungen).

3.7 Zeitungen nach ihrer Tendenz

Die belgische Presse war traditionell in hohem Maße festrichtungsbestimmt bzw. politisiert. Abgesehen von *Le Soir*, *La Meuse*, *La Lanterne*, *De Financieel-Economische Tijd* und *L'Echo* hatten alle Zeitungen Bindungen entweder zu einem katholischen, liberalen oder sozialistischen Umfeld. Heute ist zwar keine einzige belgische Zeitung mehr Eigentum einer politischen Partei oder Gewerkschaft, aber es ist eigentlich auch keine neutral (vgl. De Bens und Ros 2002, 212).

Die bei der Beantwortung des Fragebogens angegebene Gesamtauflage der ungebundenen Zeitungen ist etwas zu hoch. Zur Gruppe Sud Presse (Rossel-Konzern) gehört auch die liberale Zeitung *La nouvelle Gazette*. Da innerhalb der Sud Presse keine Einzelaufgaben ausgewiesen werden, ist die genaue Auflage dieser Zeitung unbekannt. Aus diesem Grund wurde die Auflage für den gesamten Rossel-Verlag mitgezählt.

Die von De Bens (2001, 72) als unabhängig bezeichnete Zeitung *Grenz-Echo* wurde von uns als festrichtungsbestimmt eingestuft, da sie sich selbst auf ihrer Website (<http://www.grenzecho.be>) als „christliche Tageszeitung“ bezeichnet.

3.8 Zeitungen nach ihrer Wettbewerbssituation

Festzuhalten ist, dass keine Zeitung in ihrem Verbreitungsgebiet Alleinanbieter ist. Darüber hinaus liegen jedoch zur Wettbewerbssituation keine gesicherten Daten vor, da sie in Belgien nicht ermittelt werden.

3.9 Zeitungen nach Sprachen

In Belgien werden Zeitungen in drei Sprachen herausgegeben (Niederländisch, Französisch, Deutsch). Die Unterscheidung Amts- bzw. Landessprache versus sprachliche Minderheit ist in diesem Kontext nicht relevant, denn bei allen drei Sprachen handelt es sich um Amtssprachen. Die in Ostbelgien erscheinende Zeitung *Grenz-Echo* ist zwar eine Zeitung für die deutschsprachige Minderheit, wurde aber wegen des Charakters der deutschen Sprache als Amtssprache dieser Gruppe zugeordnet.

3.10 Zeitungsdichte in Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohnern

Belgien hat 8 Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern.

- In Brügge, der Hauptstadt der Provinz Westflandern, und in der Brüsseler Vorstadt Schaarbeek erscheinen keine Zeitungen.
- Charleroi (*La nouvelle Gazette*), Lüttich (*La Meuse*) und Namur (*Vers l'Avenir*) können jeweils auf eine Zeitung verweisen.⁶
- In Antwerpen (*Gazet van Antwerpen*, *De Nieuwe Gazet*) und in Gent (*De Gentenaar*, *Het Volk*) erscheinen zwei Zeitungen.
- In Brüssel gibt es fünf Zeitungen (*Het Laatste Nieuws*, *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *La Dernière Heure* und *La Lanterne*).

3.11 Sitz der Zeitungsverlage

Alle Zeitungsverlage haben ihren Sitz in Städten mit einer Größe von 10.001 bis 1.000.000 Einwohnern.

3.12 Verlage an herausgehobenen Standorten

Fünf Verlage haben ihren Sitz in der Hauptstadt Brüssel (VUM, De Persgroep, Rossel, IPM, L'Echo), vier in einer Provinzhauptstadt (RUG, De Financieel-Economische Tijd, *Vers l'Avenir*) bzw. in der wichtigsten Stadt der deutschsprachigen Gemeinschaft (Grenz-Echo).

4. Landeseigene Spezifika des Zeitungsmarktes

Die Fragen 4.1 bis 4.3 waren problemlos zu beantworten. 1999 gab es in Belgien keine Zeitungen oder zeitungssähnliche Periodika, die im Ausland redaktionell gestaltet oder verlegt wurden. Es wurde im gesamten Staatsgebiet lokale/regionale Berichterstattung angeboten. (Auch die von uns als „regional“ eingestuften Zeitungen bringen lokale Berichterstattung, da es keine eigentlichen lokalen Zeitungen gibt.) Eine kostenlose Zeitung *Metro*, die nicht von der gleichnamigen schwedischen Gruppe, sondern vom westflämischen Verlag Roularta Mediagroep zusammen mit der RUG herausgegeben wird, erscheint erst seit Oktober 2000 (vgl. De Bens 2001, 423).

Davon ausgehend, dass in der Frage 4.4.1 nur inländische Zeitungskonzerne/Multimedia-Unternehmen gemeint sind, wurde die Frage nach der Rolle dieser Konzerne bejaht. Allerdings muss diese Einschätzung im belgischen Kontext gesehen werden. Die belgische Tageszeitungslandschaft wird von fünf für belgische Maßstäbe großen Konzernen (VUM, De Persgroep, RUG, Rossel, Editions

⁶ Nur in Namur wird die örtliche Zeitung (*Vers l'Avenir*) auch am Ort redigiert und gedruckt. Die Redaktionen der Zeitungen *La nouvelle Gazette* und *La Meuse* sitzen in Brüssel. Dort werden die Zeitungen auch gedruckt.

Vers l'Avenir) dominiert. Ausländische Medienunternehmen spielen eine eher unbedeutende Rolle. Nur die französische Hersant-Gruppe hält eine Beteiligung an Rossel (40%).

5. Zeitungähnliche Presseerzeugnisse, die gegen Entgelt vertrieben werden

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

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

Laut De Bens (2001, 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 ließen sich nicht ermitteln.

Le Lloyd und *De Lloyd* beschäftigen sich mit Fragen der Transportwirtschaft, gehören also zu den Periodika, die primär fachlich orientiert sind bzw. fachlich begrenzt berichten. Diese Zeitungen melden ihre Auflage nicht dem CIM.

Sonstige Blätter gemäß den unter Punkt 5 aufgeführten Kategorien (z.B. gegen Entgelt vertriebene Sonntagszeitungen, Periodika aus Anlass zeitlich begrenzter Ereignisse, Periodika mit ausschließlich örtlicher Berichterstattung) gab es 1999 nicht. Diese Bemerkung gilt freilich nur unter der Voraussetzung, dass „zeitungsähnlich“ als „auf Zeitungspapier gedruckt“ interpretiert wird, denn selbstverständlich gibt es in Belgien auch z.B. Wirtschafts- und Sportfachblätter. Diese erscheinen jedoch nur in Magazinform.

6. Zeitungähnliche Periodika, die kostenlos abgegeben werden

Verschiedene belgische Verlage geben kostenlose Anzeigenblätter heraus. Die beiden wichtigsten sind Roularta Mediagroep (kein Zeitungsverlag, sondern spezialisiert auf 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 nicht ermittelt werden.

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

Fazit: Erfahrungen und Probleme mit dem Fragebogen

Die Beantwortung vieler Fragen stellte keine Probleme dar. Dazu gehörten u.a. die Aspekte „Statistik der Zeitungsunternehmen“, „Auflagen nach der überwiegenden Vertriebsform“⁷, „Erscheinungshäufigkeit“, „Erscheinungsweise“, „Tendenz“, „Sitz der Zeitungsverlage“, „Verlage an herausgehobenen Standorten“, „Landeseigene Spezifika des Zeitungsmarktes“. Allerdings wurde bei verschiedenen anderen Fragen deutlich, dass bei der Konzeption des Fragebogens von der deutschen Presselandschaft ausgegangen wurde.

Unterschiede zwischen der deutschen und der belgischen Presselandschaft

1. Die in Deutschland geübte Praxis, den Zeitungsmantel von Zeitungen, die in einem anderen Verlag erscheinen, zu beziehen bzw. zu übernehmen, besteht in Belgien nicht. Zeitungen haben entweder eine Vollredaktion oder sie sind Neben- oder Unterausgaben, die den Mantel oder Teile des Mantels von einer Zeitung desselben Verlags beziehen.
2. Die Kategorien beim Aspekt „Größe des Verbreitungsgebietes“ („überwiegend national“, „überwiegend regional“ oder „nur lokal“) sorgten durch die besondere belgische Staatsstruktur (drei Sprachgemeinschaften) für Probleme. Ausgehend von der deutschen Situation ließe sich eigentlich keine belgische Zeitung als „national“ bezeichnen, denn niederländischsprachige Zeitungen sind in Wallonien kaum verbreitet. Französischsprachige Zeitungen sind zwar in Flandern erhältlich, kommen aber in den einzelnen flämischen Provinzen, abgesehen von Flämisch-Brabant, auf höchstens ein paar Prozent ihrer Gesamtauflage oder erreichen nicht einmal die 1%-Grenze. Die im Fragebogen gegebenen Zahlen wurden nach den oben erörterten Kriterien berechnet, wobei hinsichtlich der Auflage auch noch die unten unter „Typisch belgische Probleme“, Pkt. 1, gemachte Einschränkung zu berücksichtigen ist. Das *Grenz-Echo* wurde als Regionalzeitung und nicht als Lokalzeitung betrachtet.
3. Im Gegensatz zu Deutschland liegen keine ausreichenden Daten zur Wettbewerbssituation („Alleinanbieter“, „Erstanbieter“, „unterlegene Marktposition“) vor.
4. In Belgien gibt es keine großen Konzerne à la Springer. Der Zeitungsmarkt wird aber von nach belgischen Maßstäben großen Konzernen beherrscht. Im niederländischsprachigen Teil Belgiens hatte die VUM-Gruppe 1999 einen Marktanteil von 43,3%. Im französischsprachigen Teil lag der Marktanteil der Rossel-Gruppe sogar bei 51% (vgl. De Bens 2001, 71f.).

⁷ Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass es sich bei den in Belgien mitgeteilten Zahlen um das Verhältnis zwischen den tatsächlich einzeln bzw. im Abonnement verkauften Exemplare handelt. Anders als in Deutschland wird in Belgien nicht von vornherein zwischen Straßenverkaufszeitungen und Abonnementzeitungen unterschieden.

Typisch belgische Probleme

1. Verschiedene Verlagsgruppen weisen nicht für alle ihre Zeitungen Einzelaufgaben aus. So ist es zwar möglich, die verkaufte Gesamtauflage der belgischen Zeitungen anzugeben, aber für bestimmte Aspekte mussten die Angaben unvollständig oder ungenau bleiben. Dies war u.a. bei der Gesamtauflage der nationalen Zeitungen der Fall, wo die Auflage einer Regionalzeitung den nationalen Zeitungen zugerechnet wurde und bei der Aufgliederung nach Auflagengrößeklassen, wo nur die Zahlen für Zeitungen eingetragen wurden, deren Einzelaufgabe bekannt ist.

2. Die Formateinteilung („traditionell“ vs. „Tabloid“) ist für belgische Verhältnisse zu summarisch, da die Zeitungen in vier verschiedenen Formaten erscheinen.

3. Da die Sprache der deutschsprachigen Minderheit in Belgien auch eine der Amtssprachen ist, konnte der Unterschied zwischen Zeitungen in der Amtsbzw. Landessprache und Zeitungen für sprachliche Minderheiten nicht wiedergegeben werden. Aus dem Ausland eingeführte Zeitungen für ausländische und inländische Mitbürger, die keine der drei Landessprachen sprechen, wurden nicht berücksichtigt.

4. Sowohl zu den zeitungähnlichen kostenpflichtigen als auch zu den zeitungähnlichen kostenlosen Presseerzeugnissen konnten kaum Angaben gemacht werden.

Eine einheitliche europäische Pressestatistik zu entwickeln, ist wegen der Unterschiede im Staatsaufbau (z.B. Einheits- oder Bundesstaat mit ggf. mehreren Sprachgruppen) oder in der Zusammensetzung der Bevölkerung (z.B. Vorhanden- oder Nichtvorhandensein von Minderheiten) sicherlich kein leichtes Unterfangen. Auch das unterschiedlich aufbereitete und gelegentlich fehlende Basismaterial stellt zweifellos ein großes Problem dar. Zwar lässt sich eine Reihe von wichtigen Aspekten statistisch erfassen, aber aufgrund der bestehenden strukturellen Ungleichheiten können einige Fragen nur teilweise oder gar nicht beantwortet werden.

Zitierte Literatur

De Bens, Els. 2001. *De pers in België: Het verhaal van de Belgische dagbladpers. Gisteren, vandaag en morgen*. Tielt: Lannoo.

De Bens, Els, und Guido Ros. 2002. Medien in Belgien. In *Internationales Handbuch Medien 2002/2003*, hg. vom Hans-Bredow-Institut, 206-222. Baden-Baden: Nomos.

Van den Haute, Francis. 1994. Het Centrum voor Informatie over de Media. *Mediagids Kluwer* 31: 3.

Belgium**Problems with Comparative Newspaper Statistics (Summary)***Guido Ros*

In 1999, there were nine publishing companies, 17 offices with complete editorial staff and 24 daily newspapers in Belgium. To date, there has been no editorial co-operation. The majority of publishing companies also publish a range of press products in addition to several daily newspapers. Five relatively large groups dominate the Belgian daily paper market. In the Dutch-speaking part of Belgium, the VUM group has a market share of over 40%, while in the French-speaking part of the country, the Rossel Group dominates with over 50% of the market. Foreign enterprises only play a minor role.

Eleven, predominantly nationally distributed, daily papers represent about 60% of total circulation, which is numbered at approximately 1.5 million copies. Although there is no longer any party or trade union press in Belgium, the daily newspapers still have strong political orientations.

French, Dutch and German-language daily papers are published in Belgium, highlighting the linguistic pluralism of the country. The publishing capital is Brussels, where five daily newspaper publishing companies are based.

Near-newspaper products, such as local advertising papers with 67 titles and a total circulation of over 4 million copies, represent an important market segment.

In this article, data quality problems in comparative newspaper statistics are discussed in regards to the auditing and availability of circulation figures.

The "Centrum voor Informatie over de Media" (CIM, Centre for Information about the Media) is the most important source on Belgian newspaper statistics. There has been official auditing of circulation figures in Belgium since 1951. Official accredited data is published in the CIM bulletin with a two year time-lag. Although compulsory circulation auditing does not exist, most daily and weekly papers submit information to the CIM. Extensive indirect auditing possibilities also exist in Belgium: Subscription prices for the press agency BELGA, as well as the salaries of the editors, which are defined by collective agreements, are based on circulation numbers. Therefore, accuracy is essential as an overestimation of circulation figures would only burden publishing companies with unnecessary extra costs.

