

Aufbruch in einen liberalen Zeitungsmarkt

Marek Jachimowski und Ilza Kowol

Der polnische Medienmarkt hat vor zwölf Jahren quantitativ wie qualitativ einen völligen Neuanfang erlebt. Ohne hier auf Einzelheiten eingehen zu wollen, lässt sich der Prozess der politischen und wirtschaftlichen Transformation nur verstehen, wenn man die Situation in der Zeit vor 1989 kurz charakterisiert.

In der Abschlussbilanz des „realen Sozialismus“ erschienen 1988 3.128 polnische Periodika (Zeitungen und Zeitschriften). Sie wurden von insgesamt 45 staatlichen und genossenschaftlichen Verlagen, politischen Parteien, Gewerkschaften, Kirchen und anderen Organisationen herausgegeben. Private Verleger waren nicht zugelassen (Dziki 1991, 61). Die elektronischen Medien waren ausschließlich der Regierung unterstellte staatliche Institutionen; es gab zwei gesamtpolnische Fernsehprogramme und fünf ebensolche Hörfunkprogramme, darunter das Auslandsprogramm Radio Polonia. Daneben wurden regionale Fernseh- und Hörfunkprogramme gesendet.

Infolge des politischen Wandels und des Zerfalls des zentralistischen und staatlichen Mediensystems entwickelte sich in den 90er Jahren ein pluralistisches Medienangebot mit marktwirtschaftlicher Ordnung. Die Veränderungen im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben führten zur Etablierung einer Vielzahl von unabhängigen Gesellschaften, die seither Presseerzeugnisse herausbringen sowie Hörfunk- und Fernsehprogramme ausstrahlen.

In Polen gibt es nunmehr über 200 Hörfunkprogramme (197 private, 17 öffentliche regionale und vier gesamtpolnische Programme sowie ein Auslandsprogramm der *Polskie Radio AG*). Das polnische Fernsehsystem kennt ebenfalls öffentliche und private Anbieter. Das öffentliche Fernsehen, die *Telewizja Polska AG*, sendet zwei gesamtpolnische und zwölf regionale Programme sowie das Auslandsprogramm *TV Polonia*. Die privaten Anbieter verfügen über 14 Sender von unterschiedlicher Reichweite, darunter der gesamtpolnische Fernsehsender *Polsat* und zwei überregionale Fernsehprogramme *TVN* und *Telewizja Plus*. Für das Kabelfernsehen bestehen gute Voraussetzungen: Sieben Millionen Haushalte verfügen über einen Kabelanschluss, der von vier Millionen auch genutzt wird. Bisher erteilte der „Nationale Rundfunkrat“ 190 Lizenzen für die Programmausstrahlung in Kabelnetzen. Dort werden über 400 Fernsehprogram-

me verbreitet, über 50 davon in polnischer Sprache. Zurzeit erscheinen in Polen ca. 5.500 Periodika (Zeitungen und Zeitschriften), die von 3.500 Herausgebern und etwa 1.000 Verlageignern getragen werden.¹

Die wichtigste Institution in Polen, die sich mit der Statistik der Verlage, also auch der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage beschäftigt, ist das „Bibliographische Institut“ der Nationalbibliothek in Warschau. Das Institut stellt seine Daten aufgrund einer Vereinbarung aus dem Jahre 1955 mit dem Hauptamt für Statistik zusammen. Jährlich erscheint die Publikation *Ruch Wydawniczy w Liczbach – Polish Publishing in Figures* mit den aktuellen Daten zur Verlagsarbeit. Diese bildet eine der wichtigsten Informationsquellen auf dem Gebiet der Pressestatistik in der Republik Polen. Die Daten in diesem Jahrbuch entsprechen sowohl den Kriterien der UNESCO bezüglich der Produktion und des Vertriebs von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, die im Jahre 1985 in Sofia vereinbart wurden, als auch der europäischen Norm ISO 9707: 1994 über die Statistik der Produktion und des Vertriebs von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften und elektronischer Publikationen.

Das „Bibliographische Institut“ zählt als Zeitungen – nach den Empfehlungen der UNESCO – alle Periodika mit allgemeinem Inhalt, die, unabhängig von der Erscheinungshäufigkeit, eine kontinuierliche Informationsquelle über die aktuellen Geschehnisse im In- und im Ausland bilden und für einen breiten Leserkreis bestimmt sind. Die nach den Kriterien des Instituts erhobenen Daten können zwar als Grundlage für genauere und präzisere Untersuchungen der polnischen Zeitungen und Zeitschriften dienen, sind jedoch in vielen Fällen unzureichend. Deshalb unternehmen Pressewissenschaftler eigene Recherchen. Bisher wurden in Polen allerdings nur für einen regionalen Medienmarkt genauere Untersuchungen vorgenommen und ihre Ergebnisse in einem Katalog zusammengestellt (Jachimowski 1996).

Auf gesamtpolnischer Ebene erarbeitet das Zentrum für Presseforschung der Jagiellonen-Universität Krakau Pressehandbücher. Der *Katalog Mediów Polskich* spielt eine sehr wichtige Rolle in der polnischen Presseforschung, enthält jedoch keine Tabellen und Statistiken und nimmt auch keine Strukturierung der Tageszeitungslandschaft vor.

Aus diesem Grund haben die Autoren dieses Beitrages im Rahmen des Projekts „Europäische Pressemärkte“ Daten des Bibliographischen Instituts der Nationalbibliothek in Warschau, des Krakauer Zentrums für Presseforschung und insbesondere in Eigenrecherche ermittelte Ergebnisse verarbeitet.

Mit welchen Problemen muss man sich auseinandersetzen, wenn man bereits vorliegende Daten zum Zeitungsmarkt hat und mit neuen Vorschlägen zu Definitionen und Abgrenzungen konfrontiert wird, um sie länderübergreifend

¹ Berechnungen von Marek Jachimowski auf der Grundlage des *Katalog Mediów Polskich 1999/2000*.

kompatibel zu machen? Pressewissenschaftliche Strukturanalysen legen großen Wert auf die Medienstatistik und stellen gleichzeitig Anforderungen an sie. Zu den wichtigsten gehören präzise Definitionen. Was ist von allgemeiner Bedeutung – ohne zu großen Wert auf Einzelheiten oder Besonderheiten zu legen? Dies gilt vor allem dann, wenn man einzelne Segmente oder ganze Mediensysteme auf internationaler Ebene vergleicht. Gewöhnlich werden die Zahl der Tageszeitungen, die Höhe ihrer gedruckten oder verkauften Auflage im Erscheinungsintervall und die Zahl der Zeitungsexemplare auf 1.000 Einwohner angegeben. Was dann aber tatsächlich unter einer Tageszeitung und ihren Ausgaben bzw. Mutationen zu verstehen ist, ist schon nicht mehr so selbstverständlich. Allein deshalb ist die Initiative des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover zu begrüßen, Fachgespräche der Pressewissenschaftler aus den europäischen Ländern in Gang zu setzen. Nur so lassen sich gemeinsame Kriterien für den Medienmarkt in Europa erarbeiten. Die Konferenz, die im Januar/Februar 2002 in Hannover stattgefunden hat, könnte einen Auftakt für weitere Zusammenarbeit und für die Erarbeitung einer gemeinsamen Grundlage für die Erforschung der europäischen Medienmärkte bilden. In Hannover kamen Unterschiede und Schwierigkeiten zur Sprache, die sich vor allem aus den nationalen Traditionen und Erfahrungen der einzelnen Staaten ergeben. Viele von ihnen können bestimmt schnell überwunden werden.

Im Mittelpunkt der Diskussionen in Hannover stand der dort entwickelte Fragebogen, mit dem Daten zu einzelnen nationalen Zeitungsmärkten erhoben werden sollen. Wenn man in einem breiteren Forum als dem nationalen über Zeitungen diskutiert, so stößt man immer wieder auf terminologische Probleme – wie es auch in Hannover der Fall war. Sie resultieren aus den unterschiedlichen geschichtlichen, politischen, psychologischen und marktpolitischen Gegebenheiten. Umso wichtiger ist es, auf multinationaler Ebene optimale gemeinsame Kriterien zu finden, die es erlauben, den Markt der europäischen Tagespresse transparenter zu gestalten. Die Erfahrungen auf anderen Pressenmärkten sind vielfältig und müssen bei unserem gemeinsamen Projekt berücksichtigt werden. Nicht alle Vorschläge und Lösungen eines einzelnen Marktes können auf andere Länder übertragen werden. Um zuverlässige Übersichten über die Tageszeitungen in den einzelnen europäischen Ländern zu bekommen, muss die Diskussion noch weiter fortgeführt werden.

Hierzu sind aus polnischer Sicht folgende Hinweise notwendig: Viele Kategorien des Fragebogens, der als Grundlage für die Erforschung der europäischen Pressenmärkte dienen soll, haben universalen Charakter und sind überall anzutreffen. Manche Kriterien können hingegen nicht ohne weiteres auf die Struktur und somit auf die Pressenmärkte anderer Länder übertragen werden. Unterschiede in den Pressesystemen sind die Ursache dafür, dass manche Länder

(Litauen) mit der Abgrenzung der Zeitung von anderen Presseprodukten Probleme hatten. In anderen Ländern (Polen) wiederum bereitet der Begriff der „Publizistischen Einheit“ Schwierigkeiten, weil eine redaktionelle Zusammenarbeit über Verlagsgrenzen hinaus bisher unbekannt war. Dort erscheinen die Tageszeitungen als eigenständige Produkte; es gibt keine Kooperationen, also auch keinen Austausch zwischen verlegerisch selbstständigen Zeitungen, für die eine Kernredaktion den „Mantel“ liefert. Hier liegen beispielsweise grundsätzliche Unterschiede zwischen polnischen und deutschen Tageszeitungen vor.

Das nach dem Zweiten Weltkrieg weit nach Westen verschobene Staatsgebiet Polens wurde seinerzeit in 17 Woiwodschaften (Bezirke) eingeteilt. Diese Verwaltungsgliederung hat man auch auf das Zeitungsangebot übertragen: Die Verbreitungsgebiete der zugelassenen Zeitungen orientierten sich an den Grenzen der Bezirke (denen auch jeweils ein regionaler Hörfunksender zugeordnet war). Die enge Leser-Blatt-Bindung, vor allem bei dem in der jeweiligen Region führenden oder allein angebotenen Titel, blieb über die politische Wende in Polen hinaus erhalten, da die bestehenden Tageszeitungen weiter erschienen sind.

Seither sind viele Zeitungen neu gegründet worden oder es hat sich deren Eigentumsstruktur geändert, wobei auch ausländische Medienunternehmen (aus Deutschland die Axel Springer AG und der Verlag der *Passauer Neuen Presse*) zum Zug kamen. Doch auch zwei weitere Verwaltungsreformen, die die Woiwodschaften neu zugeschnitten haben, änderten faktisch nichts an der weiter bestehenden Relevanz der nach wie vor bestehenden 17 polnischen Medienregionen – wobei diese jetzt nur noch partiell mit den Verwaltungsgebieten übereinstimmen (Jachimowski 2001, 29). Diese großen Bezirke sind primär mit Regionalzeitungen abgedeckt, die über lokale Ausgaben ortsbezogene Kommunikation vermitteln. Aber auch die in der Hauptstadt Warschau erscheinenden „überregionalen“ Titel tragen mit eigenen Ausgaben an anderen Orten zur lokalen Information bei.

Legt man der Untersuchung die vorgegebenen Kriterien des Fragebogens aus Hannover zugrunde, so gab es 1998/99 in Polen 46 Tageszeitungen mit 158 Ausgaben (überregional 8 Zeitungen/43 Ausgaben; regional/lokal 38 Zeitungen/115 Ausgaben). Die tägliche Auflage der polnischen Tagespresse lag wochentags bei 3,3 Millionen, am Wochenende bei über 6 Millionen Exemplaren. In der Übersicht am Ende des Beitrages sind die Detailergebnisse ausgewiesen.

Die Vertriebsform des Abonnements ist in Polen kaum verbreitet: Da weitgehend nur Institutionen Zeitungen abonnieren, werden rund 90% der Auflage im Straßenverkauf abgesetzt. Versuche, die Leser an das Abonnement heranzuführen, haben vor allem jene Titeln unternommen, die sich im Eigentum der *Passauer Neuen Presse* befinden. Bisher war dieses Unterfangen aber wenig erfolgreich.

Wie schon erwähnt, besitzen alle polnischen Zeitungen eine eigene Kern(Voll)redaktion. Die Übernahme eines „Mantels“ aus einer anderen Redaktion oder von einem anderen Verlag ist in Polen nicht anzutreffen. Alle 46 polnischen Tageszeitungen sind daher – nach den Vorgaben aus Hannover – auch zugleich 46 „Publizistische Einheiten“. Für ihre lokalen/regionalen Ausgaben, in Polen als „Mutation“ bezeichnet, haben sich zwei ganz unterschiedliche Formen herausgebildet, die durchaus Modellcharakter besitzen: Die erste Variante zeichnet sich dadurch aus, dass die Ausgabe gewöhnlich als eine Art Beilage – mit eigenem Titel und Impressum – zur „Hauptausgabe“ der Tageszeitung erscheint, und einen eigenen Text- und Anzeigenteil aufweist. Die Redaktion einer solchen Ausgabe arbeitet als Außenstelle der Hauptredaktion. Die zweite Ausgaben-Variante besteht in eigenen Wechelseiten innerhalb der Zeitung. Auf diesen gesonderten Seiten werden die lokalen Themen, die Probleme einzelner Städte oder Kreise behandelt. Diese Seiten spiegeln sich nicht im (unverändert bleibenden) Titel der „Hauptausgabe“ wider. Sie werden von einem eigenen Ressort, neben denen für Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport, betreut.

Die Veränderungen auf dem polnischen Tageszeitungsmarkt sind derzeit nicht mehr so gravierend und dynamisch wie in den ersten Jahren der Medien-transformation. Nach über zehn Jahren Demokratie und der Bildung eines neuen Pressemarktes kann der Tagespressemarkt als relativ stabil bezeichnet werden. Es sind weniger Veränderungen zu registrieren, dafür zeichnen sich Auflageverluste bei Zeitungen und Zeitschriften ab. Zwei Verlage, Agora (*Gazeta Wyborcza*) und der Axel Springer-Verlag, arbeiten unabhängig voneinander an neuen Boulevardzeitungen, die eine Konkurrenz zum bisher einzigen Boulevardblatt *Super Express* sein sollen. Als völlig neues Angebot auf dem polnischen Pressemarkt sind in jüngster Zeit die in einigen Großstädten kostenlos verteilten Zeitungen zu registrieren.

Zitierte Literatur

Dziki, Sylwester. 1991. Komunikowanie masowe w Polsce. *Zeszyty Prasoznawcze*, Nr. 2.

Jachimowski, Marek, Hg. 1996. *Katalog Prasy Radia i Telewizji w województwach częstochowskim, bielskim, katowickim i opolskim*. Katowice .

Jachimowski, Marek. 2001. Regiony medialne w Polsce a nowy podział administracyjny kraju. In *Polskie media u progu XXI wieku*, red. J. Adamowski & M. Jabłonowski. Warszawa .

Katalog Mediów Polskich 1999/2000. Kraków Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Anhang: Tageszeitungen in Polen 1998/99

Lfd. Nr.	Zeitung	Standort	Zahl der Ausgaben	Herausgeber
	Überregionale Tageszeitungen			
1	Express Wieczorny	Warszawa	3	Express Wieczorny sp.zo.o.
2	Gazeta Wyborcza	Warszawa	18	Agora Gazeta sp.zo.o.
3	Nasz Dziennik	Warszawa	0	„Spes“ sp.zo.o.
4	Rzeczpospolita	Warszawa	0	„Presspublica“ sp.zo.o.
5	Super Express	Warszawa	16	Media Express sp.zo.o.
6	Trybuna	Warszawa	2	„Ad Novum“ sp.zo.o.
7	Życie	Warszawa	4	Dom Wydawniczy „Wolne Słowo“ S.A.
8	Życie Warszawy	Warszawa	0	Multico Press sp.zo.o.
	Gesamt		43	
	Regionalzeitungen			
1	Dziennik Bałtycki	Gdańsk	4	Prasa Bałtycka sp.zo.o.
2	Dziennik Łódzki	Łódź	4	Prasa Łódzka sp.zo.o.
3	Dziennik Pojezierza	Olsztyn	0	Fundacja Inicjatyw Społeczno Gospodarczych Warmii i Mazur w Olsztynie
4	Dziennik Polski	Kraków	4	Wydawnictwo Jagiellonia S.A.
5	Dziennik Poznański	Poznań	0	Przedsiębiorstwo Wydawniczo – Poligraficzne „Presspo“ S.A.
6	Dziennik Wieczorny	Bydgoszcz	0	„Gazeta Pomorska Media“ sp.zo.o.
7	Dziennik Wschodni	Lublin	5	Edytor Press Ltd.
8	Dziennik Zachodni	Katowice	8	Polska Presse sp.zo.o. Oddział Prasa Śląska w Katowicach
9	Echo Dnia	Kielce	4	„Echo Media“ sp.zo.o.
10	Express Bydgoski	Bydgoszcz	1	Wydawnictwa Prasowe i Pozaprasowe „Express“ S.A.
11	Express Ilustrowany	Łódź	0	„Prasa Ilustrowana“ sp.zo.o.
12	Express Poznański	Poznań	0	Prasa Poznańska S.A.

Beteiligungen	Tägliche Auflage	Wochenendaufgabe	Politische Orientierung
JMG Ost Presse Holding AG	87.000	250.000	unabhängig
Agora Gazeta sp.zo.o.	513.000	712.000	unabhängig
Fundacja Nasza Przyszłość zw." Radiem Maryja	250.000	300.000	katholisch
Orkla Media (51%), „Presspublica“ (49%)	270.000		unabhängig
Marieberg, ZPR	400.000	790.000	unabhängig
„Uni Media“ sp.zo.o. (SdRP)	100.000	145.000	links
Dom Wydawniczy „Wolne Słowo“ S.A.	125.000	172.000	rechts
Wł. Z. Jakubas	53.000	85.000	unabhängig
	1.798.000	2.454.000	
Passauer Neue Presse	53.000	160.000	unabhängig
Passauer Neue Presse	34.000	70.000	unabhängig
Fundacja Inicjatyw Społeczno Gospodarczych Warmii i Mazur w Olsztynie	15.000	25.000	unabhängig
Wyd. Prac. Dzie. Pol, BPH. UJ., Fund. Gosp. Reg. Mał., Interpublication	78.057	187.336	unabhängig
Przedsiębiorstwo Wydawniczo – Poligraficzne „Presspo“ S.A.	25.000		unabhängig
Spół. Pracy Dziennik. i Wydawc. Bydgoszczy, Orkla Media	8.500	35.000	unabhängig
Orkla Media, Edytor Press Ltd.	30.000	100.000	unabhängig
Passauer Neue Presse	70.000	450.000	unabhängig
„Echo Media“ sp.zo.o.	33.000	100.000	unabhängig
Wydawnictwa Prasowe i Pozaprasowe „Express“ S.A.	35.000	95.000	unabhängig
Passauer Neue Presse	70.000	300.000	unabhängig
Passauer Neue Presse	20.000	42.000	unabhängig

Lfd. Nr.	Zeitung	Standort	Zahl der Ausgaben	Herausgeber
13	Gazeta Krakowska	Kraków	4	Polska Presse sp.zo.o., Oddział Gazeta Krakowska w Krakowie
14	Gazeta Lubuska	Zielona Góra	6	Wydawnictwo „Lubpress“ sp.zo.o.
15	Gazeta Olsztyńska	Olsztyn	1	Wydawnictwo „Edytor“ sp.zo.o.
16	Gazeta Pomorska	Bydgoszcz	7	„Gazeta Pomorska Media“ sp.zo.o.
17	Gazeta Poznańska	Poznań	6	Prasa Poznańska S.A.
18	Gazeta Współczesna	Białystok	0	„Kresy BO“ sp.zo.o.
19	Głos Koszaliński	Koszalin	1	Dziennikarska Oficyna Wydawnicza „Rondo“ sp.zo.o.
20	Głos Pomorza	Koszalin	4	Koncern Wydawniczy „Forum“ sp.zo.o.
21	Głos Szczeciński	Szczecin	3	Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Głos Szczeciński“
22	Głos Wielkopolski	Poznań	9	Oficyna Wydawnicza „Głos Wielkopolski“, sp.zo.o.
23	Głos Wybrzeża	Gdańsk	2	Wydawnictwo „Delta Press“ sp.zo.o.
24	Ilustrowany Kurier Polski	Bydgoszcz	3	Bydgoska Oficyna Wydawnicza sp.zo.o.
25	Kurier Lubelski	Lublin	0	Wydawnictwo „Multico“ sp.zo.o.
26	Kurier Szczeciński	Szczecin	2	Szczecińska Spółdzielnia Wydawnicza „Kurier Press“
27	Nowa Trybuna Opolska	Opole	2	Pro Media sp.zo.o..
28	Nowiny	Rzeszów	5	„R-press“ sp.zo.o.
29	Nowości	Toruń	1	Spółdzielnia Dziennikarsko Wydawnicza „Oficyna Toruńska“
30	Robotnicza Gazeta Wrocławska	Wrocław	4	Dom Wydawniczy „Gazeta Wrocławska“ Ltd. sp.zo.o.
31	Słowo Ludu	Kielce	3	Exbud - Wydawnictwo
32	Słowo Polskie	Wrocław	4	Wydawnictwo „Słowo Media“ Ltd.
33	Super Nowości	Rzeszów	4	Oficyna Wydawnicza „Press Media“ sp.zo.o.
34	Trybuna Łódzka	Łódź	0	„Trybuna Łódzka“ sp.zo.o.

Beteiligungen	Tägliche Auflage	Wochenendaufgabe	Politische Orientierung
Polska Presse	39.895	97.386	unabhängig
Orkla Media	65.000	160.000	unabhängig
Franz Xaver Hirtreiter	40.000	70.000	unabhängig
Spół. Pracy Dziennik i Wydawc. Bydgoszczy, Orkla Media	83.000	247.500	unabhängig
Polska Presse sp.zo.o. (Passauer Neue Presse)	50.000	105.000	unabhängig
NSZZ „Solidarność“ Zarząd Regionu, Orkla Media	20.000	48.000	unabhängig
Jerzy Blicharski, Mirosław Krom, Waldemar Ćwiegka, Mirosław M.Kromer	39.430	68.100	unabhängig
Orkla Media	32.490	68.000	unabhängig
Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Głos Szczeciński“	30.000	110.000	unabhängig
Dziennikarska Spółdzielnia Pracy, Marian Przybylski, Centrex Press, S-ka „Koral“, P.Voelkel	85.675	165.000	unabhängig
Wydawnictwo „Delta Press“ sp.zo.o.	30.000	55.000	unabhängig
Jerzy Golec	17.000	28.000	unabhängig
Zbigniew Jakubas	34.000	100.000	unabhängig
Szczecińska Spółdzielnia Wydawnicza „Kurier Press“	31.004	104.480	unabhängig
Sp-nia Pracy Dziennikarzy, Solpress, Orkla Media	50.796	86.778	unabhängig
NSZZ „Solidarność“, SHL, Orkla Media	43.000	95.000	unabhängig
Spółdzielnia Dziennikarsko Wydawnicza „Oficyna Toruńska“	43.000	80.000	unabhängig
DWGW Ltd., Interpublication AG, Polska Presse	32.869	160.000	unabhängig
Exbud S.A.	27.500	71.000	unabhängig
Wydawnictwo Słowo Polskie, Orkla Media	50.000	90.000	unabhängig
Roman Oraczewski	23.023	43.175	unabhängig
„Trybuna Łódzka“ sp.zo.o.	15.000		links

Lfd. Nr.	Zeitung	Standort	Zahl der Ausgaben	Herausgeber
35	Trybuna Śląska	Katowice	5	Górnośląskie Towarzystwo Prasowe sp.zo.o.
36	Wiadomości Dnia	Łódź	6	Przedsiębiorstwo Wydawniczo Prasowe „Wydawca“
37	Wieczór Wrocławia	Wrocław	0	Wieczór Wrocławia sp.zo.o.
38	Wieczór Wybrzeża	Gdańsk	3	Wydawnictwo „Prasa Bałtycka“ sp.zo.o.
	Gesamt		115	
	Tageszeitungen gesamt		158	

Poland

Towards a Liberal Newspaper Market (Summary)

Marek Jachimowski und Ilza Kowol

As in all other former communist transition states, political upheaval meant a new beginning for the Polish media market, allowing the formation of a pluralistic media within a free market.

During the period of Communism, the press market was organised by 45 state and church institutionalized publishing companies. Private publishers were not permitted. In 1988, a total of 3,128 periodicals were published. Since then, there have been far reaching structural changes, including numerous new start-ups and restructuring of ownership structures. In addition, large foreign enterprises, such as the Axel Springer Group and the publisher Passauer Neuen Presse, have been able to position themselves on the Polish press market. Today, there are more than 5,500 periodicals in Poland published by approximately 3,500 publishers, belonging to 1,000 publishing companies.

At the end of the 1990s (1998/1999), there were 46 daily papers publishing 158 geographical editions. Their total circulation was 3.3 million copies on weekdays and 6 million copies at the weekend. Approximately 90% of sales are made via street vendors.

After the collapse of communism, the areas of distribution for regional newspapers continued to be largely based around the administrative divisions of the 17 voivodships. Free newspapers are a completely new recent phenomenon in a number of the larger cities. Regarding content, the trend seems to be towards "tabloidization".

The most important authority for press statistics is the "National Bibliographic Agency" of the National Library in Warsaw, which is oriented around the recommendations of UNESCO. Additionally, press handbooks and catalogues are published by the Centre for Press Research of the Jagiellonian University in Krakow.

Beteiligungen	Tägliche Auflage	Wochenendaufgabe	Politische Orientierung
Polska Presse (Passauer Neue Presse, Tadeusz Biedzki, Krzysztof Sedzimir)	82.611	433.215	unabhängig
Franz Xaver Hirtreiter	40.000	126.000	unabhängig
Orkla Media	24.500	93.000	unabhängig
Passauer Neue Presse	32.150	132.170	unabhängig
	1,533.500	4,401.140	
	3,331.500	6,855.140	

Marek Jachimowski, Dr. phil., ist Dozent für Medienwissenschaft am Institut für Politische Wissenschaften und Journalistik der Schlesischen Universität Kattowitz. Arbeitsschwerpunkte: Medienregionen, Rezipientenforschung, Medienstatistik und Mediensystem in Polen.

Ilza Kowol, Dr. phil., ist Dozentin am Institut für Politische Wissenschaften und Journalistik der Schlesischen Universität Kattowitz und Korrespondentin für das Auslandsprogramm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios (Polskie Radio S.A.). Arbeitsschwerpunkte: Mediensysteme, professionelle Medien.

