

# Der Zeitungsmarkt 1996-2003: Quo vadis?

Galina Woronenkowa

Nach dem Rubelcrash im Jahre 1998 hat die Regierung mehrere Gesetze und Regelungen für den Medienbereich verabschiedet.<sup>1</sup> Als erste offizielle Maßnahme wurde am 1. Januar 1996 ein Föderalgesetz „über die staatliche Unterstützung der Massenmedien und des Buchverlagswesens der Russischen Föderation“ beschlossen. Dank dieses Gesetzes konnte die wirtschaftliche Lage der Presse verbessert werden. Im Rahmen eines umfangreichen Maßnahmenkataloges wurden das Steuersystem vereinfacht und die Grenzwerte für Profite und Export-Quoten abgeschafft. Ferner kam es zu einer Neuordnung der Steuern für den Import und Export der Medien- und Buchproduktion.

Von 1996 bis 2003 hat sich die Anzahl der eingetragenen Periodika mehr als vervierfacht (von 9.973 auf 40.233). Der prozentuell größte Zuwachs war dabei von 1996 bis 1997 zu verzeichnen, als sich die Zahl der eingetragenen Periodika innerhalb eines Jahres verdoppelt hatte (von 9.973 auf 19.561). Die Zahl der Zeitungen stieg damals von 6.582 auf 13.074, die Zahl der Zeitschriften von 2.798 auf 5.391 (der Rest entfällt auf andere Arten von Periodika). In jüngster Zeit hat sich der Anstieg zwar abgeschwächt, geht aber – nach aktuellen Angaben (Stand: September 2003) des Journalistenverbandes der Russischen Föderation – kontinuierlich weiter (siehe Tabelle 1). Im Bereich der Tagespresse hatte die Russische Föderation im Juni 2000 eine Zahl von insgesamt 2.680 Zeitungen erreicht und stellt damit im Hinblick auf die Zahl der herausgegebenen Zeitungen den größten Tageszeitungsmarkt der Welt dar (<http://www.wanpress.ru>).

---

<sup>1</sup> Der vorliegende Text und der ursprüngliche Fragebogen zur Pressestatistik in Russland wurden von unterschiedlichen Autorinnen erarbeitet. Während Galina Woronenkowa Autorin dieses Textes ist, hat Irina Ivanova vom Gallup-Institut Petersburg die Daten zur Pressestatistik in Städten mit über 500.000 Einwohnern erhoben. Die Daten aus dem Fragebogen beziehen sich nur auf Russland, die im Text auf die gesamte GUS. Zur Entwicklung der russischen Massenmedien vor dem Berichtszeitraum vgl. die Zeittafel von 1985 bis 1996 im Anhang dieses Beitrags.

Tabelle 1		Eingetragene Printmedien im 2. Quartal 1997 und 2003		
		Insgesamt	Allrussländische Medien	Regionale Medien
<b>Zeitungen</b>	<b>1997</b>	13.074	2.770	10.304
	<b>2003</b>	23.464	5.945*	17.519**
<b>Zeitschriften</b>	<b>1997</b>	5.391	3.910	1.481
	<b>2003</b>	13.849	9.793	4.056
<b>Sonstige Periodika (Almanache, Bulletins usw.)</b>	<b>1997</b>	1.096		
	<b>2003</b>	2.920		
<p>* Einschließlich der gesellschaftspolitischen Zeitungen, d.h. Zeitungen von allgemeinem Inhalt: 2.096  ** Gebietszeitungen: 8.215; Lokal- (Stadt- und Kreis-) Zeitungen: 4.320  Quelle: <a href="http://www.economics.ru/gd/inform/s15-10.htm">http://www.economics.ru/gd/inform/s15-10.htm</a>; Печать Российской Федерации в 2003 году. Стат. сборник. Москва 2003 [Presse der Russischen Föderation im Jahre 2003: Statistik. Moskau 2003].</p>				

Auch bei den Auflagen war eine leichte Steigerungsrate zu beobachten: Die verkaufte Auflage aller Zeitungen lag 1999 bei 7,117.055 Exemplaren, jene der Zeitschriften bei 446.687 Exemplaren. In den Jahren 2000 und 2001 betrug der Anstieg der Auflage ca. 10% (<http://www.mpr.ru>). Im Vergleich zu anderen ost- und zentraleuropäischen Ländern zeichnet sich die Presse in Russland durch relativ bescheidende Reichweiten aus. Die Leserdichte liegt in der Russischen Föderation bei 48 Zeitungsexemplaren (einschließlich Werbezeitungen) je 1.000 Einwohner, die Zeitschriftendichte bei nur drei Exemplaren. Nach einer Analyse der staatlichen Agentur für Abonnement und Verbreitung („Agentstwo podpiski i roznyzy“) nahm die Zahl der Zeitungsläser im ersten Quartal 2002 in fast allen russischen Regionen zu; der Anteil der Zeitungsläser an der Gesamtzahl aller Erwachsenen erreichte im Moskauer Gebiet 23,64%, im Astrachan-Gebiet 19,9% und in der Republik Kalmykien 19,1%. In der Republik Inguschetien konnten sogar Steigerungsraten von mehr als 90%, in der Republik Udmurtien von 75,3% und im Wolgograder Gebiet von 65,9% beobachtet werden; drei Regionen hatten hingegen Rückgänge zu verzeichnen: die Republik Kabardino-Balkarien, das Pskower Gebiet und das Tulaer Gebiet (<http://www.apr.ru>).

## Strukturen des Zeitungsmarktes in der Russischen Föderation

Nach dem August-Putsch im Jahre 1991 und nach dem Zerfall der Sowjetunion erlebte der russische Zeitungsmarkt in nur wenigen Jahren eine äußerst wechselvolle Entwicklung. Ähnliche Beobachtungen nach der Wende machte auch Beate Schneider (1999, 609) im Hinblick auf den ostdeutschen Zeitungsmarkt.

Das Zeitungsangebot lässt sich üblicherweise nach unterschiedlichen formalen Gesichtspunkten ordnen, und zwar (vgl. Brand und Schulze 1983, 29):

- nach der Erscheinungsweise: in Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen,
- nach dem Verbreitungsgebiet: überregional, regional oder lokal und
- nach der Vertriebsart: ob eine Zeitung überwiegend im Abonnement oder im Einzelverkauf (auf der Straße oder im Kiosk) abgesetzt wird.

An dieser Stelle sei jedoch darauf verwiesen, dass in der russischen Pressestatistik Begriffe wie „Publizistische Einheit“, „Verlag als wirtschaftliche Einheit“ und „Verlag als Herausgeber“, wie sie in Deutschland Walter J. Schütz eingeführt hat, bis heute fehlen. Die im Fragebogen „Europäische Pressmärkte“ vorgeschlagenen sechs Kriterien, die ein Presseprodukt zu erfüllen hat, um als Zeitung klassifiziert zu werden, finden hingegen auch in Russland Anwendung. Alle 2.680 Printmedien, die in Russland als Tageszeitungen ausgewiesen sind (Stand: Juni 2000), erscheinen täglich bzw. mindestens zwei bis dreimal wöchentlich, sind allgemein zugänglich, primär aktuell, haben ein universelles Themenspektrum und wurden vor dem Vertrieb auf Papier gedruckt.

Zu den größten Verlagsgruppen zählen (um nur einige Beispiele aus Moskau zu nennen):

- Verlagshaus „Prof-Media“/ Onexim-Bank: Tageszeitungen *Iswestija* (51%) und *Komsomolskaja Prawda* (51%) mit regionalen Beilagen, Zeitschriften *Expert* und *Zakon* [Gesetz], Hörfunk *Europa plus* und Informationsagentur *Prime*, Gratiszeitung u.a.<sup>2</sup>
- Tageszeitung *MK (Moskowskij Komsomolez)*: stellt für 63 regionale Ausgaben den Mantel her. *Moskowskij Komsomolez* und die oben genannte *Komsomolskaja Prawda* sind die beiden auflagenstärksten Tageszeitungen der Russischen Föderation.
- Tageszeitung *Nesawissimaja gaseta* [Unabhängige Zeitung] mit *Nesawissimaja gaseta-Regiony* (für die Regionen)<sup>3</sup>
- Verlagshaus „Kommersant“: *Kommersant*, *Kommersant-Wlast* [Macht], *Kommersant-Dengi* [Geld]<sup>4</sup>
- AiF-Verlagshaus: Wochenzeitung *Argumenty i Fakty* [Argumente und Fakten] mit 15 inhaltlichen Varianten, die in 60 Ausgaben aufgefächert sind: *AiF-Moskau*, *AiF-Petersburg*, *AiF-Zdorowje* [AiF-Gesundheit], *AiF-Subbota-Woskresenje* [AiF-Samstag-Sonntag], *AiF-Semja* [AiF-Familie], *AiF-Ja molodoj* [AiF-Ich bin jung], *AiF-Tur* [AiF-Tourismus] usw.

Der Zeitungsmarkt weist in Moskau und St. Petersburg einen höheren Konzentrationsgrad als in anderen Regionen Russlands auf. Die Konzentration hat zwischen 1992 und 1995 durch das Engagement von Privatunternehmern

<sup>2</sup> Die Onexim-Bank ist gemeinsam mit der Rosbank ein Teil der INTERROS-Gruppe (Wladimir Potanin – Präsident und Vorsitzender, Raf Schakirov – Chefredakteur der nationalen Tageszeitung *Iswestija*).

<sup>3</sup> *Nesawissimaja gaseta* gehörte früher der Beresowskij-Gruppe.

<sup>4</sup> *Kommersant* gehörte früher der Beresowskij-Gruppe.

eingesetzt, die neue Zeitungen gründeten, alte aufkauften und Rundfunkkanäle übernahmen. Profitiert haben seit Mitte der 90er Jahre die schon starken Banken und industriellen Holdings (staatliche Gesellschaften bzw. Aktiengesellschaften mit staatlicher Beteiligung).

## Allrusländische Presse

5.945 (statt 3.258 im Jahre 1999) allrusländische Zeitungen (Stand: September 2003) sind landesweit verbreitet<sup>5</sup> – noch 1993 waren es nur 1.843 Titel gewesen (**Зачуькоро**. 2001, 55f.) Wie im Westen zeichnen sich diese Zeitungen inhaltlich durch eine breit angelegte, vorrangig den Themen Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur gewidmete Berichterstattung und Kommentierung aus. Russische Medienwissenschaftler unterscheiden zwei Gruppen von Blättern: universal-thematische und fachliche (ebd., 54). Unter dem Begriff „universal-thematisch“ werden in Russland sog. gesellschaftspolitische Zeitungen subsumiert. Zum „universal-thematischen“ Zeitungs-Typ zählen:

a) im strengen Sinne traditionelle Tageszeitungen wie *Iswestija* (Auflage: 234.500), *Komsomolskaja prawda* (725.000), *Trud* und das Wochenblatt *Argumenty i fakty – AiF* (2.964.000). *Trud* erscheint seit 1921. In der Sowjetzeit war diese Zeitung das Zentralorgan der Gewerkschaften; ihre Auflagen betrug rund 24,5 Millionen Exemplaren lag. Sie wird als Qualitätszeitung bezeichnet und hat derzeit mehrere Regionalbeilagen aufzuweisen. Die älteste Zeitung trägt den Titel *Iswestija*. Sie erscheint seit mehr als 80 Jahren und gilt ebenfalls als Qualitätszeitung. Sie erfreute sich während der Perestrojka großer Popularität und präsentierte sich als liberale Zeitung. Gemeinsam mit der *Financial Times* hat sie eine wirtschaftliche Beilage entwickelt.

b) Neugründungen sind die Tageszeitungen

- *Nesawissimaja gaseta* (Auflage: 46.530 im Jahr 2003, 35.000 im vorangegangenen Jahr),
- *Segodnja* [Heute], 2000 eingestellt, seit dieser Zeit nur Online-Version,
- *Kommersant* (Auflage: 101.401 im Jahr 2003, 117 340 im vorangegangenen Jahr),<sup>6</sup>
- *Nowyje iswestija* [Neueste Nachrichten] (42.169);<sup>7</sup>

<sup>5</sup> In Russland gibt es z. Z. 89 Föderationssubjekte: 21 Republiken, 6 Bezirke, 49 Gebiete, 10 autonome Bezirke, ein autonomes Gebiet, zwei Städte mit föderativem Statut.

<sup>6</sup> Die Zeitung wurde 1909 gegründet, von 1917 bis 1990 ist sie jedoch nicht erschienen. Nach der „Wiedergeburt“ 1990 erschien sie vorerst als Wochenzeitung und seit 1992 als Tageszeitung.

<sup>7</sup> Die Zeitung *Nowyje iswestija* wurde im Sommer 2003 zum zweiten Mal gegründet. Im Frühjahr 2002 war sie wegen eines Streits von Verleger und Verwaltungsgesellschaft eingestellt worden. Danach wurden statt einer Zeitung zwei gegründet – eine unter dem alten Titel und eine unter der Bezeichnung *Russkij Kurier* [Der Russische Kurier] mit einer heutigen Auflage von 35.800 Exemplaren.

und die Wochenblätter

- *Obstschaja gasetta* [Allgemeine Zeitung] (sie wurde verkauft und eingestellt),
- *Nowaja gasetta* [Neue Zeitung] (Auflage: 139.350 im Jahr 2003, 58.300 im vorangegangenen Jahr),
- die neue *Wedomosti*, die seit 1999 erscheint und als internationales Projekt von *Financial Times*, *Wall Street Journal* und *Independent Group* gegründet wurde.

Fast alle dieser Zeitungen haben ein politisches Engagement, sie präsentieren aber natürlich nicht das gesamte politische Spektrum der russischen Tages- und Wochenpresse (wie die bekannten überregionalen Zeitungen in der Bundesrepublik Deutschland).

c) Daneben gibt es Blätter von politischen Parteien bzw. parteinahe Zeitungen. Hier ist auch die prokommunistische Zeitung *Sowjetskaja Rossija* zu positionieren, die sich im Untertitel als *unabhängige Volkszeitung* deklariert.

Unter dem Begriff Fachpresse werden in Russland auch Massenzeitungen (z. B. für bestimmte Zielgruppen) subsumiert. Hierzu sind *Sport-Express*, *Finansowaja Rossija* und *SPID-Info* zu zählen.

### Massenblätter bzw. Boulevardzeitungen (im Einzelverkauf)

Zu den nationalen (überregionalen) Zeitungen zählt das für Russland bisher weitgehend unbekannte Marktsegment der Massen- bzw. Boulevardzeitungen. Dieses Segment hatte in den letzten Jahren, wie auch in anderen Ländern, eine sehr dynamische Entwicklung zu verzeichnen. Der Entwicklungsverlauf weist im internationalen Vergleich jedoch wesentliche Unterschiede auf.

Einen Startvorteil hatte die oben genannte *SPID-Info*. Sie wurde als private Unternehmung gegründet. Daneben kam es auch zu Umstrukturierungen von Tageszeitungen mit sowjetischer Vergangenheit wie *Moskowskij Komsomoletz – MK*, ehemals als Presseorgan des Moskauer Komitees des Komsomols herausgegeben (Auflage 2,271.812 im Jahr 2003, 1,960.310 Exemplare im vorangegangenen Jahr) und *Komsomolskaja prawda – KP*, die früher als Zentralorgan des ZK des Komsomols galt. Nach inhaltlichen Kriterien sind beide als „gelbe“ Blätter zu bezeichnen. Es handelt sich hierbei um die beiden auflagenstärksten russische Zeitungen.

Zur Gruppe der sog. Massenzeitungen gehören auch die Wochenzeitungen *AiF* (in der Sowjetzeit hatte sie eine Auflage von 24 Millionen Exemplaren, im Jahr 2003 waren es 2.964.000) und eine Neugründung aus St. Petersburg mit dem Titel *Kalejdoskop*, deren Auflage im Jahre 1998 bei fünf Millionen Exemplaren lag. Die regionalen Straßenverkaufszeitungen haben ihre Auflagen, von gewissen Schwankungen abgesehen, weitgehend halten können. Mitte der 90er Jahre gab es auf dem Moskauer Boulevard-Markt zwei Neuerscheinungen mit den Titeln *Express-Gasetta* und *Megapolis-Express*. Beide Zeitungen erfreuten sich sehr rasch großer Popularität.

In der Russischen Föderation sind im Gegensatz zu Großbritannien, aber auch zur Bundesrepublik Deutschland bis vor einigen Jahren sonntags keine Zeitungen erschienen. Daran hat sich mittlerweile jedoch einiges geändert. Am auflagenstärksten ist die Sonntagsausgabe der *MK*.

## „Geschäftspresse“

Einen Sonderfall stellt die sog. „Geschäftspresse“ dar. Unter diesem Begriff werden in Russland die Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften subsumiert. Bereits 1993 wurden 200 Titel registriert. Die Geschäftspresse erscheint in Moskau mit 50 Titeln, in St. Petersburg mit zehn, in Nischnij Nowgorod mit vier und in Ufa sowie Rostow-am-Don mit je drei Titeln. In jeder Region Russland gibt es heute zu mindestens zwei Titel. Typologisch lassen sich folgende Zeitungen unterscheiden:

- Massenzeitungen (bzw. -zeitschriften): In erster Linie sind dies *Delowoj mir* [Geschäftswelt], *Kommersant* [Der Geschäftsmann], *Ekonomika i Shisn* [Wirtschaftsleben], *Finansowaja Rossija* [Finanzielles Russland], alle in Moskau, *Rossijskaja Ekonomitscheskaja gaseta* [Russische ökonomische Zeitung] in St. Petersburg und *Gorod N* [Stadt N] in Rostow am Don. Alle erfüllen das Kriterium des mindestens zweimal wöchentlichen Erscheinens; *Kommersant* erscheint sogar fünfmal wöchentlich, von Montag bis Freitag. Die Besonderheit besteht darin, dass bei der Geschäftspresse im Gegensatz zu Tageszeitungen mit universellem Inhalt die Wirtschaftsberichterstattung dominiert. Die Entwicklung zeigt das Bestreben dieser Zeitungen, darüber hinaus eine gesellschaftspolitische Berichterstattung zu transportieren.
- Fachzeitungen: *Finansowaja gaseta* [Finanz-Zeitung], *Torgowaja gaseta* [Handelszeitung], *Torgowo-promyschlennaja gaseta* [Handels- und Industrie Zeitung], *Birshewaja Gaseta* [Börsenzeitung].
- Fachzeitungen für einen bestimmten Bereich: *Aktionär*, *Rynok* [Markt] usw. Russische Experten subsumieren unter dem Begriff der Geschäftspresse aber auch die Anzeigenblätter.

## Anzeigenblätter

Seit Anfang der 90er Jahre ist es in Russland zu einer erheblichen Expansion der Anzeigenblätter gekommen. Ihre Vorläufer stammen noch aus dem 19. Jahrhundert und sind unter Titeln wie der Moskauer Zeitung *Komissioner* und Fachzeitschriften in St. Petersburg *Torgowlja* [Handel], *Torgowlja i Shisn* [Handel und Leben], *Delowoj budil'nik* [Geschäftswecker] bekannt. In der Zeit der Sowjetunion gab es einige Anzeiger und Werbepublikationen, die zweifellos propagandistischen Zwecken dienten wie beispielsweise *Sowjetskij Export*.

Heute handelt es sich bei den Anzeigenblättern um periodisch, überwiegend einmal wöchentlich erscheinende Druckwerke, die unentgeltlich und unbestellt

verbreitet werden. Sie bestehen überwiegend aus Anzeigen. Derzeit erscheinen in Russland zahlreiche Anzeigenblätter mit hoher Gesamtauflage. Sie enthalten im Wesentlichen lokale Geschäftsanzeigen und private Kleinanzeigen, sind aber zunehmend dazu übergegangen, darüber hinaus auch einen – meist lokalbezogenen – Textteil zu gestalten.

Nach der 70jährigen Sowjetisierung der Medien zeigten sich mit den Anzeigenblättern die ersten Neuerungen auf dem Zeitungsmarkt. Ausgehend von Moskau war im Juli 1991 die erste kostenlose Wochenzeitung unter dem Titel *Wsjo dlja was* [Alles für Sie] mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren dreimal wöchentlich erschienen. Nach sechs Monaten war bereits eine Auflagehöhe von 100.000 Exemplaren überschritten worden. Die zweite Anzeigenzeitung, die in Moskau sehr populär ist, erscheint unter dem Titel *Is ruk w ruki* [Von Hand zu Hand] und stellt ein Analogon zur deutschen Zeitung *Aus zweiter Hand* dar. Die Anzeigenzeitungen mit den höchsten Auflagen sind zwei Gratiszeitungen, nämlich *Zenrtr plus* mit fünf Millionen und *Extra M* mit 2,6 Millionen Exemplaren. Beide Blätter werden in Moskau herausgegeben.

### **Agrarpresse**

Vor dem Putsch im Jahre 1991 gab es nur eine agrarische Tageszeitung, *Selskaja Shisn*. Da Russland traditionell ein Agrarland ist, entwickelten sich nach 1991 auch Agrarzeitungen. Zurzeit erscheinen verschiedene Zeitungen, die nicht nur für Landwirte gedacht sind, sondern für alle, die sich für landwirtschaftliche Themen interessieren. Dazu zählen *Rossijskij Fermer* [Der russische Farmer], *Krestjanskije wedomosti* [Bauernbote] und *Krestjanskaja Rossija* [Bäuerliches Russland].

### **Regionalpresse**

Die regionalen und lokalen Zeitungen werden oftmals im Abonnement bezogen und haben heute einen wesentlichen Anteil an der Gesamtauflage der russischen Tagespresse. Regionalzeitungen behandeln vornehmlich lokale und regionale Themen und zielen auf ein bestimmtes Verbreitungsgebiet ab. Dieser Trend ist neu für Russland. Noch Anfang 1993 beanspruchten die nationalen Zeitungen den Löwenanteil an der Gesamtauflage. Erst seit 1995 hat sich der Anteil der regionalen Zeitungen auf zwei Drittel der Gesamtauflage erhöht. Die russischen Medienwissenschaftler L. Resnjanskaja (1996) und W. Stjashkin (1996) begründen diese Entwicklung folgendermaßen:

- Es wurde eine wirtschaftliche und politische Stabilisierung der Regionen als selbstständige Föderationssubjekte geschaffen.
- Bei den „neuen Russen“ aus Moskau bestand von Anfang an wenig Kaufinteresse an auflagenschwachen regionalen Zeitungen.

- Neue regionale und lokale Machthaber und Geschäftskreise wollten ihre Macht mit Hilfe eigener Medien verstärken und benutzen sie als Instrument, um Einfluss in der Bevölkerung geltend machen zu können.
- Der Lebensstandard der Menschen verschlechterte sich, so dass sie nur mehr billigere lokale Zeitungen lesen bzw. abonnieren konnten.
- Last but not least hat die Bevölkerung nach dem Zerfall der Sowjetunion den Glauben an die Supermacht verloren und interessiert sich nunmehr verstärkt für lokale und regionale Ereignisse.

Forschungen von Wissenschaftlern aus St. Petersburg (A. N. Alexejev) belegen, dass der Anteil der Neugründungen in den letzten Jahren bei den allrussländischen Zeitungen 14,7%, den regionalen Zeitungen (in den Republiken und Gebietszentren) 57,8% und den lokalen Zeitungen (Stadt- und Rayonzeitungen) 11,3% betrug (*Засуркого* 2001, 67). Als Stabilisierungs- und Konsolidierungsphase dieser Pressegattung betrachtet man den Zeitraum von 1996 bis 2000.

In typologischer Hinsicht unterscheidet man wie bei der allrussländischen Presse zwei Gruppen, nämlich universal-thematische Zeitungen und Fachzeitungen. Sie erscheinen in der Regel fünfmal pro Woche. In Krasnojarsk erscheinen z. B. vier Tageszeitungen, davon drei traditionelle (*Wetschernij Krassnojarsk*, *Krassnojarskij Rabotschij* und *Krassnojarskij Komsomolez*) und eine Neugründung (*Segodnjaschnjaja Gaseta*). Die Gesamtauflage dieser vier Zeitungen betrug 1996/1997 351.000 Exemplare, 1997/1998 179.000 Exemplare und 1998/1999 173.000 Exemplare. Eindeutiger Gewinner sind in den Regionen – wie auch in den beiden Hauptstädten – die Anzeigenblätter.

Pressegattung	Zahl der 1996 gegründeten Titel	Zahl der 1998 gegründeten Titel	Auflage in Tsd. 1996	Auflage in Tsd. 1998
Zeitungen der Republiken	242	288	4.807	5.440
Bezirks- und Gebietszeitungen	638	733	17.292	18.486
Stadt- und Kreis/ Rayonzeitungen	999	1.430	24.356	34.543
Quellen: <i>Печать Российской Федерации в 1996 году. Стат. сборник. Москва 1997</i> [Presse der Russischen Föderation im Jahre 1996: Statistik. Moskau 1997]; <i>Печать Российской Федерации в 1998 году. Стат. сборник. Москва 1999</i> [Presse der Russischen Föderation im Jahre 1998: Statistik. Moskau 1999].				

## Veränderungen in der Zeitschriftenlandschaft

Die inhaltlichen Veränderungen in der Zeitschriftenlandschaft sind im Vergleich zur Zeit vor dem Putsch enorm, wobei davon insbesondere das Segment der Publikumszeitschriften betroffen ist. So überschwemmte nach dem Ende des Kalten Krieges und der Grenzöffnung eine Vielzahl bis dahin unbekannter, viel bunterer und professionell gestalteter Blätter das Land. Traditionelle Zeitschriften gerieten dadurch in eine wirtschaftliche Krise. Die Verlage erhielten keine Subventionen, und wie das Überleben unter den Bedingungen der Transformation in die Marktwirtschaft (nicht der westlichen, aber der russischen) zu sichern war, wussten sie nicht. Viele Blätter wurden in den folgenden Jahren privatisiert, verkauft oder eingestellt.

Das Zeitschriftensegment lässt sich in mehrere Gruppen untergliedern. Bei den meisten Zeitschriften handelt es sich um themenspezifische Zeitschriften, im engeren Sinn um Fachzeitschriften, Standes-, Berufs- und Verbandszeitschriften, Haus- und Werkzeitschriften. Diesen letztgenannten Organen ist gemeinsam, dass ihr Inhalt spezialisiert ist und sie sich in der Regel an einen spezifischen Leserkreis wenden. Zu den Organen, die sich an eine bestimmte Zielgruppe wenden, gehören auch Frauen- und Modezeitschriften. Der Zeit-

Tabelle 3		Entwicklung der eingetragenen Zeitschriften nach ausgewählten Gruppen (1996-2003)		
Zeitschriften	1996	1997 (Stand: 01.10.)	2003 (Stand: 01.09.)	
Gesellschaftspolitische Zeitschriften (incl. Publikumszeitschriften)	793	833	975	
Themenspezifische Zeitschriften	2.233	2.905	8.055	
Literarische Zeitschriften	159	166	248	
Kinderzeitschriften	177	209	Keine Angaben	
Werbe- und Informationszeitschriften	79	95	964	
Quelle: <a href="http://www.economics.ru/gd/inform/s15-10.htm">www.economics.ru/gd/inform/s15-10.htm</a> ; Печать Российской Федерации в 2003 году. Стат. сборник. Москва 2003 [Presse der Russischen Föderation im Jahre 2003: Statistik. Moskau 2003].				

schriftenmarkt hat sich Anfang der 90er Jahre gerade über die Etablierung und Expansion der Frauenpresse entwickelt. Vor dem Putsch erschienen nur drei Zeitschriften dieser Art im Zentrum – *Die Sowjetfrau*, *Krestjanka* und *Rabotnitsa* [Arbeiterfrau] – und 19 in den Republiken. Heute umfasst das einschlägige Zeitschriftenangebot mehrere hundert Titel, z. B. *Sudaruschka*, *Natali*, *Dotschki-Materi* [Tochter-Mutter], *Delowaja Shenstschina* [Businessfrau], *Shenskoje Stschastje* [Frauenglück] usw. Eigene Gruppen mit hohen Auflagen bilden auch die Auto- und Programmzeitschriften. Bei all diesen Zeitschriften handelt es sich um Neugründungen, da es Zeitschriften dieser Art früher nicht gab. Gerade in diesem Segment herrscht, ebenso wie in Deutschland, ein starker Wettbewerb. Bereits in der Gorbatschow-Ära hat sich der „Burda-Verlag“ in Moskau angesiedelt.

Nachrichtenmagazine finden in Russland nur unterproportionale Resonanz. Für dieses scheinbar mangelnde Interesse zeichnen vorrangig – ebenso wie in den neuen Bundesländern in Deutschland – die relativ hoch angesetzten Verkaufspreise verantwortlich. (Billigtitel sind insgesamt wegen des geringen Lebensstandards der Bevölkerung erfolgreicher.) Zu den prominenten Nachrichtenmagazinen zählen *Itogi* [Ergebnisse], *Profil*, *Wlast* [Macht], *Expert* u.a. Die Zeitschriftenkultur in den beiden Hauptstädten ist sehr verschieden von der in den übrigen Gebieten Russlands.

## Schlussfolgerungen

Die Abkehr von der vertikalen und parteilichen Struktur schuf am russischen Pressemarkt die Voraussetzungen für eine horizontale und kommerzielle Struktur. Dafür sind folgende Umstände verantwortlich:

1. Das Verbot der KPdSU und ihrer Zeitungen: Die zentrale (überregionale) Presse war davon am nachhaltigsten betroffen. Auf der Basis einiger Zeitungen wurden unabhängige Blätter gegründet. Die neuen unabhängigen Zeitungen, früher auch als zentrale Zeitungen (Unions- bzw. überregionale Zeitungen) bezeichnet (z. B. *Trud*, *Komsomolskaja prawda* und *Iswestija*), sind in ganz Russland verbreitet. Sie haben jedoch nur geringe Auflagen zu verzeichnen. Der Typ der zentralen Zeitung, also der direktiven Zeitung, ist verschwunden.
2. Der Zerfall des kommunistischen Verwaltungssystems: Die vertikale Struktur vom Zentralorgan *Prawda* bis zur lokalen (Rayons-)Zeitung existiert nicht mehr. Wie in der ehemaligen DDR kam es zu einem massenhaften Zeitungssterben. Ferner muss berücksichtigt werden, dass aufgrund der wirtschaftlichen Probleme breiter Bevölkerungsschichten der feste Leser- und Abonnentenkreis ebenfalls weggefallen ist.
3. Die dominierenden Zeitungstypen sind heute regionale und lokale Zeitungen.
4. Da in Russland in den ersten Jahren eine umfassende Verkaufspolitik nach der Privatisierung fehlte,<sup>8</sup> wurden mehrere Zeitungen, die sich unabhängig

nannten, sehr schnell ohne Wettbewerb von Banken und Industrieholdings aufgekauft. Anstelle von Parteizeitungen erscheinen nunmehr Business-Blätter, die sich im Besitz verschiedener Holdings, Banken und Korporationen befinden.

### Zitierte Literatur

Brand, Peter, und Volker Schulze, Hg. 1983. *Medienkundliches Handbuch: Die Zeitung. Zeitungssystematischer Teil*. Braunschweig: Agentur Pedersen.

**Печать Российской Федерации в 1996 году. Стат. сборник. Москва 1997** [Presse der Russischen Föderation im Jahre 1996: Statistik. Moskau 1997].

**Печать Российской Федерации в 1998 году. Стат. сборник. Москва 1999** [Presse der Russischen Föderation im Jahre 1998: Statistik. Moskau 1999].

**Печать Российской Федерации в 2003 году. Стат. сборник. Москва 2003** [Presse der Russischen Föderation im Jahre 2003: Statistik. Moskau 2003].

**Реснянская Л. Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. Москва 1996** [Resnjanskaja, L. L. Besonderheiten des Ausbildungsprozesses des gegenwärtigen Systems der Periodika. Moskau 1996].

*Schneider, Beate*. 1999. Massenmedien im Prozess der deutschen Vereinigung. In *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Jürgen Wilke, 602-629. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

**Стяжкин В. Е. 1996. Региональная и локальная периодика. Москва** [Stjashkin, W. Je. 1996. *Regionale und lokale Periodika*. Moskau].

**Засурского, Я.Н. 2001. Система средств массовой информации России. Москва.** [Sassurskij, J. N. 2001. *Das System der russischen Massenmedien*. Moskau].

Internet:

<http://www.apr.ru>

<http://www.economics.ru/gd/inform/s15-10.htm>

<http://www.mpr.ru>

<http://www.wan-press-ru>

---

<sup>8</sup> In Russland war Gosimustschestwo – strukturell ähnlich der Treuhandanstalt in Deutschland – mit der Privatisierung des Staatseigentums betraut. Jedoch hatte diese russische Behörde keine vergleichbare Erfahrung hinsichtlich der Privatisierung von Medien.

### Anhang: Strukturwandel der Massenmedien Russlands (1985-1996)

<b>1985-1991: Medien unter den Bedingungen von Demokratisierung und Glasnost („Gorbatschow-Ära“)<sup>9</sup></b>	
Positive Momente des Umbaus	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demokratisierung des öffentlichen Lebens, der Gesellschaft – für die ehemalige Sowjetunion bedeutete das: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offenheit bzw. Wahrhaftigkeit der Medien</li> <li>• Veränderungen der Verfassung, die mehr Partizipation ermöglichen sollten</li> </ul> </li> <li>2. Gestrichen wurde der Artikel 6 über „die führende und leitende Rolle der einzigen Partei“, der KPdSU, in der Gesellschaft</li> <li>3. Freie Wahlen der Volksdeputierten</li> <li>4. Veränderungen auf dem Gebiet der Nationalitätenpolitik</li> <li>5. Souveränität der Regionen und gewachsenes Selbstbewusstsein der Nationalitäten</li> <li>6. Streben nach ökonomischer Freiheit/Marktwirtschaft</li> </ol>
Merkmale des bisherigen Mediensystems	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediensystem ohne Veränderungen: Verkünder der herrschenden Meinung und Wahrer des politischen Systems</li> <li>• Monopol der einzigen Partei – der KPdSU</li> <li>• Presse und Rundfunk, Druckereien, Papier in der Hand des Staates (horizontale und vertikale Struktur)</li> <li>• Staatlicher Vertrieb</li> <li>• Propagierung des Mythos „Medien sind die vierte Macht“</li> </ul>
Überblick 1987	<p>Zahl der Zeitungen, d.h. zentrale (Allunions-), republikanische (für die und von den Sowjetrepubliken), Regional- und Gebietszeitungen: ca. 7.500  Zahl der Zeitschriften: ca. 2.500  Zeitungen mit hohen Auflagen:  <i>Trud</i>, Tageszeitung und Zentralorgan der Gewerkschaften: mehr als 18 Millionen  <i>Komsomolskaja prawda</i>, Zentralorgan der Jugendorganisation (Komsomol): mehr als 17 Millionen  <i>Prawda</i>, Zentralorgan der KPdSU: mehr als 11 Millionen  <i>Iswestija</i>, Regierungszeitung: mehr als 8 Millionen</p>

<sup>9</sup> Zur Phasengliederung für den Zeitraum von 1986 bis 1993 vgl. Brian McNair, Media in post-Soviet Russia: An overview, *European Journal of Communication* 9 (1994): 115-135; für den Zeitraum danach vgl. И.И. Засурский. *Масс-медиа второй республики (Москва.: МГУ, 1999)*, 82.

<p>1988: Herausgabe illegaler Zeitungen und Zeitschriften (Samisdat)</p>	<p>Erste illegale Zeitungen und Bulletins waren <i>Glasnost'</i>, <i>Express-Chronika</i>, <i>Merkurij</i> usw. Die Gesamtzahl der illegalen Zeitungen betrug 1988 in Moskau, Leningrad, im Baltikum und in der Ural-Region 64 Titel.</p>
<p>Erste Schritte zur Pressefreiheit – deutliche Veränderungen am Zeitungsmarkt</p>	<p>1990/1991: „Goldenes Zeitalter“ der russischen Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1990: Gesetz „Über die Presse und andere Mittel der Masseninformatiön“</li> <li>• Zensurverbot</li> <li>• Absage an Parteilichkeit</li> <li>• Staatliche Propagierung der Thesen über unabhängige Presse</li> <li>• Breit gefasste Rechte für die Gründung von Printmedien und anderen Informationsmitteln</li> <li>• Erscheinen von privaten Zeitungen und Zeitschriften – alternative Presse, z.B. <i>Swobodnoje slowo</i> [Freies Wort]</li> <li>• Gründung von nicht-staatlichen Nachrichtenagenturen (neben TASS, dem „wichtigsten und effektivsten“ Instrument der KPdSU-Informationsdiktatur): INTERFAX, Postfaktum, IMA-Press u.a.</li> <li>• Erste Privatisierungen</li> </ul>
<p>Erste Erosion der Herrschaft Parteipresse</p>	<p>Begrenzter Meinungspluralismus: Unter den im März 1991 vom Ministerium für Pressewesen registrierten (lizenziierten) Zeitungen und Zeitschriften waren 850 Neuerscheinungen, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• waren bei 233 die Redaktionen und Verleger Gründer und Besitzer</li> <li>• 291 gehörten gesellschaftlichen Organisationen</li> <li>• 124 gehörten verschiedenen Gemeinschaften</li> <li>• 99 gehörten Genossenschaften</li> <li>• 55 Joint ventures</li> <li>• 24 Parteiorganisationen</li> <li>• 25 Aktiengesellschaften</li> <li>• 19 konfessionellen Vereinigungen.</li> </ul> <p>Ein Drittel war in Privatbesitz.</p>
<p><b>1991-1993: Medienpolitische Entwicklungen in den ersten Jahren der Jelzin-Präsidentschaft</b></p>	
<p>Medienpolitik und Mediensituation nach dem August-Putsch 1991</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlass Jelzins „Über die Massenmedien“ (21. Aug. 1991)</li> <li>• KPdSU-Verbot</li> <li>• Agonie der totalitären Medien</li> <li>• Zerfall der Sowjetunion – Zerfall des Mediensystems</li> <li>• Abwicklung der alten kommunistischen Zeitungen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwandlung der kommunistischen Zeitungen und Zeitschriften (Umbenennungen, z.B. statt <i>Partijnaja Shisn</i> [Parteileben]: <i>Delowaja Shisn</i> [Geschäftsleben])</li> <li>• Boom an Neugründungen von unterschiedlichen Zeitungstypen (von Boulevardblättern bis zu politischen Meinungs- bzw. Qualitätszeitungen): z. B. <i>Nesawissimaja gaseta</i> [Unabhängige Zeitung], <i>Obstschaja gaseta</i> [Allgemeine Zeitung], <i>Nowaja gaseta</i> [Neue Zeitung]</li> <li>• Wiedergeburt eines an einem Mehrparteiensystem ausgerichteten Pressesystems</li> <li>• Erweiterung des Themenspektrums (Schwerpunkte: Anti-Stalinismus, Antikommunismus, GULAG und Repressalien, nationale Probleme usw.)</li> </ul> <p>Anfang November wurden im Ministerium für Pressewesen der Russischen Föderation 1269 Zeitungen, Zeitschriften und Informationsagenturen registriert. 2200 Publikationsorgane hatten eine Lizenzierung vom Unionsministerium für Pressewesen.<sup>10</sup></p>
Erste ökonomische Strukturreformen während der Regierungszeit von Ministerpräsident Gajdar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Am 02.01.1992 begann die erste Etappe der Übergangsperiode: Beginn der freien Marktwirtschaft mit der Liberalisierung der Preise</li> <li>• Ab 1. Quartal 1992 Beginn des Privatisierungsprogramms (wie in anderen osteuropäischen Ländern in zwei Etappen: „kleine“ und „große Privatisierung“, in Russland als „Tschubajts-Programm“ bekannt<sup>11</sup>); „kleine Privatisierung“: Entlassung der Handels- und Dienstleistungsbetriebe aus der staatlichen Verwaltung (siehe unten)</li> <li>• Die Wirtschaft kollabierte in diesem Jahr: die Industrieproduktion sank gegenüber 1991 um 18,8 %, die landwirtschaftliche Bruttonproduktion um 8%, der Import wurde halbiert, der Export sank um ein Fünftel (21 %)</li> </ul>
Medienstruktur im Wandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1992: Mediengesetz</li> <li>• Als Ergebnisse des Wirtschaftskollaps: Auflagenverlust der traditionellen Zeitungen – von 40 Massenzeitungen haben 33 dramatische Auflagenverluste zu verzeichnen (Rückgang von <i>Trud</i> auf 6 Millionen Exemplare, von <i>Komsomolskaja prawda</i> auf 5 Millionen), ähnliche Verluste auch bei den ehemaligen KPdSU-Zeitungen: <i>Delowaja</i></li> </ul>

<sup>10</sup> Московские новости, 1991, Nr. 47.

<sup>11</sup> Galina Woronenkova und Michail Woronenkov, *Kontakte mit Russland: Profile, Publikationen, Partner* (Frankfurt: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation GmbH in der Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung, 1995), 55 ff.

	<p><i>Shisn</i> (81%), <i>Prawda</i> (60%), <i>Sowjetskaja Rossija</i> [Sowjet-Russland] (41%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einstellung und Umwandlung der Zeitungen</li> <li>• Entstehen der Boulevard- und Werbezeitungen</li> <li>• Leichter Anstieg der Auflagen von neu gegründeten Zeitungen wie <i>Rossijskaja gaseta</i> [Russländische Zeitung], <i>Megapolis-Express</i> und <i>Kommersant</i></li> </ul>
<p><b>1993-1996: Aufbau eines neuen Mediensystems</b></p>	
<p>Situation vor dem Bürgerkrieg?</p>	<p>Das katastrophale Jahr 1993: Angriffe des Parlaments (des Obersten Sowjets) auf den Präsidenten, schmutzige Auseinandersetzungen in den Medien, Auflösung des Obersten Sowjets durch Jelzin, Einrichtung der Duma als neues Parlament</p>
<p>Zwei Phasen der Privatisierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Russische Variante der Privatisierung: Kuponprivatisierung (Voucher-Privatisierung)</li> <li>• Formen der Entstaatlichung: Auktionen, Verkauf der Inneneinrichtungen bzw. Produktionsmittel, Umwandlung in Aktiengesellschaften, Gründung von Investmentfonds (einige haben später die Voraussetzungen für die Medienkonzerne geschaffen)</li> <li>• Fortsetzung der „großen Privatisierung“: Privatisierung der industriellen Staatsbetriebe</li> <li>• Formierung einer neuen wirtschaftlichen Infrastruktur</li> </ul>
<p>Mediensituation in der Regierungszeit von Ministerpräsident Tschernomyrdin (relative politische Stabilisierung)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung von Qualitätszeitungen wie <i>Segodnja</i> [Heute] – mittlerweile wieder eingestellt</li> <li>• Auflagenrückgänge mehrerer Moskauer (zentraler) Zeitungen</li> <li>• Schwierige ökonomische Lage des Druckgewerbes</li> <li>• Neue Abhängigkeiten: staatliche Subventionierung, Beteiligung neuer Finanz- und Industriegruppen („Oligarchen“)</li> <li>• Anfang der Medienkonzentration: erste Medienkonzerne im westlichen Sinn</li> <li>• Symbiose von Politik und Geschäft: „politisiertes privates Kapital“</li> <li>• Gestaltung des propagandistischen Apparats vor der Präsidentenwahl 1996</li> </ul>
<p>Problem Medienkonzentration</p>	<p>Größte russische Medienkonzerne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Most-Media / Wladimir Gussinskij: NTV – Unabhängiges Fernsehen, regionales Fernsehnetz TNT, Radio Echo Moskau, Tageszeitung <i>Segodnja</i>, Wochenzeitung</li> </ul>

	<p><i>Sem' dnej</i> [Sieben Tage], Nachrichtenmagazin <i>Itogi</i> u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prof-Media / Onexim-Bank: Radio Europa plus, Tageszeitungen <i>Iswestija</i> und <i>Komsomolskaja Prawda</i>, Nachrichtenmagazin <i>Expert</i>, Zeitschrift <i>Zakon</i> [Gesetz], Nachrichtenagentur Prime u.a.</li> <li>• Beresowskij-Gruppe: ORT (1. TV-Kanal), TV-6, Verlagshaus „Kommersant“, <i>Nesawissimaja gaseta</i>, <i>Nowyje iswestija</i> [Neueste Nachrichten], Zeitschrift <i>Ogonjok</i> u.a.</li> <li>• Unter dem Schirm der Moskauer Regierung / Lushkov-Gruppe: Fernsehsender TV-Zentr, Kabelfernsehen TV-Zentr-Stoliza (TV-Zentrum-Hauptstadt), Zeitungen <i>Twerskaja, 13, Wetschernaja Moskwa</i> [Moskau am Abend], Zeitschriften <i>Delowaja Moskwa segodnja</i> [Geschäftliches Moskau heute], <i>Moskwitschka (Die Moskauerin)</i> u.a.</li> <li>• Verlagsgruppe Argumenty i fakty: Zeitung gleichen Namens und spezialisierte Zeitungen</li> <li>• Verlagsgruppe Moskowskij komsomolez: Tageszeitung gleichen Namens mit verschiedenen regionalen Beilagen</li> </ul>
<p><b>August 1998: Finanzkrise</b></p>	
<p><b>Seit 1999: Permanente Veränderungen am Medienmarkt</b></p>	

**Russia****The Newspaper Market 1999-2003: Quo vadis? (Summary)***Galina Woronenkova*

After the disintegration of the Soviet Union, the Russian press market experienced an extremely eventful development phase in the space of only a few years. In the period from 1996 to 2003, the overall figure for registered periodicals more than trebled. Although growth rates have clearly fallen since the initial boom period, the press market is still one of the growth industries in the Russian economy. An enormous development potential exists for expansion of the total circulation. This is borne out by figures for the year 2000, with reader density being a mere 48 newspaper copies (daily and weekly papers) per 1,000 inhabitants.

The collapse of the communist superpower and its system of government also sounded the death knell for the centrally organised party press system, which had dominated up to then. This allowed the establishment of many new press products such as tabloids, business newspapers and advertisement newspapers. Due to substantial weaknesses in private commercial structures, there has been a notable increase in the involvement of major banks and industrial holding companies on the Russian newspaper market.

Factors such as the political stabilisation of the regions into independent federation administrative areas and also the rising interest in regional and local events, has allowed (cheaper) local and regional press to make enormous gains. Between 1996 and 2000, the regional newspaper market (in the republics and administrative centres) grew four times faster than the national press. In addition, the strongest (in terms of circulation) all-Russian dailies and weekly papers also have numerous regional editions.

In the year 2000, the Russian Federation, with a total of 2,680 daily newspapers, was the largest daily newspaper market in the world. However, this figure alone highlights the difficulties of compiling press statistics; the official statistics scarcely meet research requirements. Therefore, the data sourced for the project "European Press Markets" could only include those 90 daily papers, which appear in cities of over 500,000 inhabitants.

---

Galina Woronenkova, Dr. habil., ist Professorin für Medienwissenschaft am Freien Russisch-Deutschen Institut für Publizistik und an der Fakultät für Journalistik der Staatlichen Lomonossow-Universität Moskau. Arbeitsschwerpunkte: Internationale Kommunikation, Deutsche und Europäische Mediengeschichte, Redaktionsmanagement und Medienökonomie, Journalismus und Informationsgesellschaft, Vergleich der Medienstrukturen.

