

Umsatzerhebung | **2025**  
JANUAR – DEZEMBER



# Umsätze der Zeitungs- branche

# Inhalt

## **3 Branchenumsätze**

*Gesamtumsatz, Anzeigen- und Beilagenumsätze, Vertriebsumsätze*

## **4 Regionale Abozeitungen**

*Umsätze, Monatsstückwerte, Beilagenumsätze, Digitalumsätze und Umsatzverteilung*

## **7 Tabellen**

8 Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023

9 Regionale Abonnementzeitungen – Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023

10 Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Auflagengrößen

11 Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Nielsegebieten

12 Regionale Abonnementzeitungen – Beilagenumsätze pro Monatsstückwert

13 Regionale Abonnementzeitungen – Umsatzverteilung

14 Digitalumsätze

15 Verteilung Digitalumsätze

## **16 Studiendesign**

# Branchenumsätze

## GESAMTUMSATZ, ANZEIGEN- UND BEILAGENUMSÄTZE, VERTRIEBSUMSÄTZE

**Umsatzrückgang in der Zeitungsbranche verlangsamt sich. Details zu den Entwicklungen in den verschiedenen Zeitungsgattungen und Umsatzkategorien im Jahr 2025.**

### Gesamtumsatz

Die Gesamtumsätze der Zeitungsbranche in Deutschland sind im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr um 2,8 % zurückgegangen. Über alle Zeitungskategorien wurden Erlöse von 6,20 Milliarden € erzielt. Davon entfallen 5,94 Milliarden € auf Tageszeitungen (regionale Abozeitungen, Kaufzeitungen und überregionale Zeitungen) und 257,6 Millionen € auf Wochen- und Sonntagszeitungen.

### Anzeigen- und Beilagenumsätze

2025 verzeichnete die Zeitungsbranche in Deutschland bei den Anzeigen- und Beilagenumsätzen insgesamt einen Rückgang von 7,2 %. Der Umsatz erreichte 2025 in der Vermarktung insgesamt 1,38 Milliarden €, gegenüber 1,48 Milliarden € im Vorjahr. Damit waren im Jahr 2025 noch 22,2 % der erzielten Erlöse Vermarktungserlöse. Im Segment der Tageszeitungen ergibt sich bei den Kaufzeitungen ein Rückgang der Anzeigen- und Beilagenumsätze um 6,3 %. Regionale Abozeitungen verloren 2025 im Vorjahresvergleich 8,2 % ihrer Vermarktungserlöse, bei den überregionalen Zeitungen waren es 0,3 % mehr als im Vorjahr.

### Vertriebsumsätze

Die Vertriebsumsätze (Print und E-Paper) sind im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr um 1,5 % zurückgegangen. Insgesamt lag der Anteil des Vertriebsumsatzes am Gesamtumsatz aller Zeitungen bei 77,8 %, und hat sich damit gegenüber 76,7 % im Jahr 2024 und 75,1 % im Jahr 2023 erneut gesteigert. Bei den Tageszeitungen verzeichneten die überregionalen Zeitungen mit 0,6 % den geringsten Verlust. Regionale Abozeitungen verloren 1,3 %, Kaufzeitungen 6 %. Die Vertriebsumsätze der Wochen / Sonntagszeitungen gingen um 1,0 % zurück. ■

---

Um die Einordnung der Ergebnisse zu erleichtern, werden sowohl im Text als auch in den Tabellen neben den Vorjahreswerten auch die Daten des Jahres 2023 erneut ausgewiesen.

---

# Regionale Abozeitungen

## UMSÄTZE, MONATSSTÜCKWERTE, BEILAGENUMSÄTZE UND UMSATZVERTEILUNG

### UMSÄTZE

#### Gesamtumsatz

Regionale Abozeitungen erzielten im Jahr 2025 um 3,3 % niedrigere Gesamtumsätze als im Jahr zuvor. Erneut sind regionale Unterschiede erkennbar. Während die regionalen Abozeitungen in Ostdeutschland im Vorjahresvergleich insgesamt 9,7 % ihres Gesamtumsatzes verloren, waren es in Westdeutschland 1,4 % weniger als im Vorjahr. Vom Gesamtumsatz der regionalen Abozeitungen wurden 85,6 % der Branchenerlöse in Westdeutschland und 14,4 % in Ostdeutschland (einschließlich Berlin) erzielt.

Die Entwicklungen der Gesamterlöse bei den Auflagengrößenklassen in Westdeutschland sind in diesem Jahr gegensätzlich. Während Verlage mit einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren im Jahr 2025 Umsatzzuwächse in Höhe von 4,7 % verzeichnen, weisen Verlage mit einer höheren Auflage (ab 50.000) einen Rückgang der Gesamtumsätze um 4,1 % aus. 67,8 % der Gesamtumsätze in Westdeutschland wurden 2025 durch regionale Verlage mit einer Auflage von mehr als 50.000 Exemplaren erwirtschaftet, der Rest (32,2 %) von Verlagen mit einer Auflage von weniger als 50.000 Exemplaren. Durch Auflagenverschiebungen der einzelnen Verlage kommt es zu Veränderungen in der Zusammensetzung der Auflagengruppen.

#### Anzeigen- und Beilagenumsätze

Regionale Zeitungsverlage haben in den westlichen Bundesländern im Jahr 2025 5,9 % weniger Anzeigen- und Beilagenerlöse erzielt, als im Jahr zuvor; in den östlichen Bundesländern gingen die Umsätze im gleichen Zeitraum um 20,7 % zurück. Der Anteil der Anzeigen- und Beilagenumsätze am Gesamtumsatz sinkt in Westdeutschland weiter auf 22,7 %, in Ostdeutschland auf 15,2 %.

#### Vertriebsumsätze

Bei den regionalen Abozeitungen gingen die Vertriebs Erlöse im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 1,3 % zurück, wobei die Verlage in Westdeutschland gegenüber dem Vorjahr 0,1 % verloren, während die Verlage in Ostdeutschland 7,4 % einbüßten. Differenziert nach Auflagengrößenklassen erreichten in Westdeutschland Verlage mit einer Auflage bis 50.000 Exemplare insgesamt um 5,0 % höhere Vertriebsumsätze als im Vorjahr, während Verlage ab 50.000 Exemplaren 2,2 % ihrer Vertriebsumsätze einbüßten. ➤

---

#### Auswertung nach Auflagengrößenklassen

Für Ostdeutschland ist eine nach Auflagengrößenklassen differenzierte Ausweisung der Ergebnisse nicht möglich, da die Gruppe der regionalen Abonnementzeitungen mit einer verkauften Auflage von mehr als 200.000 Exemplaren zu gering ist und aus diesem Grund nicht als Gruppenergebnis ausgewiesen werden kann, um der Identifizierung einzelner Verlage vorzubeugen. In die Ergebnisse der regionalen Abonnementzeitungen Ostdeutschlands fließen auch die Erlöse der Titel des Berliner Marktes mit ein. Bei den regionalen Abonnementzeitungen in Westdeutschland ist es durch die große Anzahl von Verlagen möglich, die Ergebnisse der Umsatzerhebung differenziert nach Auflagengrößenklassen auszuweisen.

---

## > MONATSTÜCKWERTE

### **Monatsstückwerte regionaler Abozeitungen**

Das Niveau der Monatsstückwerte regionaler Abozeitungen lässt weiterhin Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland erkennen. Mit einem Wert von 47,65 € lag der Monatsstückwert für den Gesamtumsatz in Ostdeutschland weiterhin niedriger als in Westdeutschland (53,27 €). Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland bestehen insbesondere bei den Anzeigen- und Beilagenumsätzen. Verlage im Osten erreichen einen Monatsstückwert von 7,24 €, während der Wert in Westdeutschland 11,92 € beträgt. Regionale Unterschiede werden auch innerhalb Westdeutschlands bei den unterschiedlichen Auflagengrößensklassen sichtbar. Bei Anzeigen- und Beilagenumsätzen erzielten Verlage mit einer Auflage bis 50.000 Exemplare höhere Monatsstückwerte (15,04 €) als Verlage mit einer Auflage über 50.000 Exemplare (11,11 €). Weniger regionale Unterschiede gab es demgegenüber bei den Vertriebsumsätzen pro Monatsstück. In Ostdeutschland lag dieser Wert im Jahr 2025 mit 40,41 € (2024: 39,28) wieder etwas niedriger als in Westdeutschland mit 41,35 € (2024: 38,73).

### **Monatsstückwerte regionaler Abozeitungen nach Nielsengebieten**

Im Gebietsvergleich nach Nielsengebieten zeigt sich, dass 2025 die in den westlichen Bundesländern erzielten Gesamtumsätze pro Monatsstück (49,95 € bis 56,47 €) in allen Regionen höher lagen als in den östlichen Bundesländern (47,65 €). Die höchsten Monatsstückwerte verzeichneten Verlage im Nielsengebiet I (Hamburg, Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein), mit 56,47 €, deren Rückmeldequote auf ähnlichem Niveau liegt wie die Gesamtrepräsentanz der Verlagsmeldungen für die BDZV-Umsatzerhebung 2025. Für die Monatsstückwerte des Gesamtumsatzes schließen sich Verlage im Nielsengebiet IIIb (Baden-Württemberg) mit 54,91 € an, gefolgt von Verlagen im Nielsengebiet II

(Nordrhein-Westfalen) mit 53,10 €, Nielsen IIIa (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) mit 52,69 € und Nielsen IV (Bayern) mit 49,95 €.

Deutlichere regionale Unterschiede gab es bei den Monatsstückwerten der Anzeigen- und Beilagenumsätze. Während dieser Wert in Ostdeutschland bei 7,24 € lag, erreichten Verlage in allen übrigen Nielsengebieten höhere Werte zwischen 9,82 € (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) und 13,34 € (Baden-Württemberg).

Ein ausgewogeneres Bild zwischen Ost und West ergab sich bei den Monatsstückwerten der Vertriebsumsätze. Der Wert für Ostdeutschland lag mit 40,41 € im Bereich der Werte, die von westdeutschen Verlagen erzielt wurden (36,68 € bis 43,88 €). >

---

### **Definition Monatsstückwerte**

Um eine „einheitliche Währung“ für Vergleichsrechnungen von Zeitungen zu erhalten, wird meist der „Umsatz je Monatsstück“ herangezogen. Dazu wird der Jahresumsatz durch die verkaufte Auflage und durch zwölf Monate geteilt.

Die dargestellten Werte ermöglichen einen Vergleich der Umsätze bezogen auf den Umsatz pro Monatsstück, der die Auflagenentwicklung im Vorjahresvergleich unberücksichtigt lässt.

Bei der Ergebnisberechnung wurde die E-Paper-Auflage einbezogen.

---

## > BEILAGENUMSÄTZE

### **Beilagenumsätze regionaler Abozeitungen**

Regionale Abozeitungen in Ostdeutschland erreichten 2025 Beilagenumsätze pro Monatsstückwerte von 1,06 €, im Vergleich zum Vorjahreswert von 0,98 €. Damit wurde erneut ein niedrigerer Wert als in Westdeutschland erreicht (1,77 €). Differenziert nach Auflagengruppen in Westdeutschland sind ebenfalls Unterschiede zu erkennen. Verlage mit einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren erzielten 2025, anders als im Vorjahr, höhere Monatsstückwerte (2,22 €) als Verlage mit einer Auflage ab 50.000 Exemplaren (1,65 €).

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Beilagenumsätze pro Monatsstückwerte bei den ostdeutschen Verlagen um 8,2 % angestiegen, während die westdeutschen Verlage im Vorjahresvergleich 3,3 % verlieren.

## UMSATZVERTEILUNG

Ein Blick auf die nach Rubriken differenzierte Umsatzverteilung der Anzeigenerlöse zeigt, dass die umsatzstärkste Rubrik, die lokalen Geschäftsanzeigen, ihren Anteil auch im Jahr 2025 weiter ausbauen konnte. Er stieg auf 37,7 %, nachdem er 2024 bei 33,9 % und 2023 bei 31,6 % gelegen hatte. Besonders stark stieg der Erlösanteil der lokalen Geschäftsanzeigen in Ostdeutschland von 25,5 % im Jahr 2022 auf 45,2 % im Jahr 2025. In Westdeutschland wurden im Jahr 2025 36,5 % der Anzeigenerlöse in den lokalen Geschäftsanzeigen erwirtschaftet, gegenüber 34,2 % im Jahr 2024 und 32,6 % im Jahr 2023.

## ONLINE- BZW. DIGITALUMSÄTZE

Online- bzw. Digitalumsätze werden in der BDZV-Umsatzerhebung seit 2006 abgefragt. Gleichzeitig haben sich die Erlöse der Verlage in Bezug auf digitale Anzeigen-, Vertriebs- und sonstige digitale Angebote branchenweit soweit vereinheitlicht, dass seit 2020 auf Basis einer Hochrechnung anhand von Auflagengrößeklassen (Print plus E-Paper) eine Schätzung der Digitalumsätze und deren Anteil am Gesamterlös der Verlage möglich wurde.

Hochgerechnet anhand der Auflage (Print und E-Paper) ergibt sich, dass Zeitungsverlage 2025 in Deutschland knapp 1,3 Milliarden € Digitalumsätze erzielt haben (2024: 896 Millionen €). Hinzu kommen Vertriebs Erlöse aus dem E-Paper in der Größenordnung von 598 Millionen € (2024: 586 Millionen €). Dadurch erreichen die Digitalumsätze inklusive E-Paper im Jahr 2025 einen Anteil am Gesamtumsatz (Print und Digital) von 25,0 % (2024: 20,4 %).

Bei den einzelnen Zeitungsgattungen zeigen sich dabei deutliche Unterschiede. Regionale Abozeitungen erreichen digitale Umsatzanteile am Gesamtumsatz zwischen 15,7 % (Titel unter 50.000 Exemplaren in Westdeutschland) und 22,5 % (regionale Abozeitungen in Ostdeutschland einschließlich Berlin). Deutlich höher fällt der Anteil des Digitalumsatzes inklusive E-Paper am Gesamtumsatz bei den überregionalen Zeitungen (47,5 %) sowie bei den Kaufzeitungen (43,1 %) aus. Die Ergebnisse der Wochen- und Sonntagszeitungen können wegen zu geringer Repräsentanz nicht im Detail dargestellt werden, werden aber bei den Gesamtergebnissen berücksichtigt.

Von den digitalen Umsätzen entfällt mit 91,2 % der mit Abstand größte Anteil auf digitale Angebote mit klassischen Zeitungsinhalten. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Verhältnis der digitalen Erlösquellen damit weiter zugunsten der klassisch-digitalen Zeitungsangebote verschoben. Entsprechend ist der Anteil der übrigen Digitalumsätze – bestehend aus E-Commerce-Portalen, Rubrikenportalen, Web-Dienstleistungen und sonstigen Digitalerlösen – auf 8,8 % zurückgegangen. Unter den eindeutig zuordenbaren übrigen Digitalerlösen stellen Rubrikenportale mit einem Erlösanteil von bis zu 60 % in Ostdeutschland die stärkste Kategorie dar.

Bei den Umsätzen aus digitalen Zeitungsangeboten entfallen im Jahr 2025 47 % auf Werbeerlöse und 53 % auf Verkaufs- bzw. Vertriebs Erlöse. Das Verhältnis der Erlösanteile kehrt sich in diesem Jahr um. Betrug der Mehrheitsanteil der Werbeerlöse an den Erlösen aus digitalen Zeitungsangeboten im Jahr 2023 noch 59 % machen die Werbeerlöse in diesem Jahr mit 47 % erstmals den kleineren Anteil der Erlöse aus. ■

# Tabellen

**Allgemeiner Hinweis:** Die ausgewiesenen Daten sind hochgerechnete Werte für die gesamte Branche. Basis der Hochrechnung ist jeweils die verkaufte Auflage (Print und E-Paper).

## Tabellen Inhaltsverzeichnis

- 8 Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023
- 9 Regionale Abonnementzeitungen – Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023
- 10 Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Auflagengrößen
- 11 Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Nielsegebieten
- 12 Regionale Abonnementzeitungen – Beilagenumsätze pro Monatsstückwert
- 13 Regionale Abonnementzeitungen – Umsatzverteilung
- 14 Digitalumsätze 2025
- 15 Verteilung Digitalumsätze

Tabelle 1

**Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023**

in Mio. Euro und Prozent

|                                                                                           | Anzeigen-/Beilagenumsätze |                |                | Vergleich     |                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                                                                                           | 2025                      | 2024           | 2023           | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023  |
| <b>Tageszeitungen</b> (regionale Abozeitungen, Kaufzeitungen und überregionale Zeitungen) | 1.297,9                   | 1.395,2        | 1.565,9        | -7,0 %        | -17,1 %        |
| regionale Abozeitungen                                                                    | 1.117,2                   | 1.209,3        | 1.362,8        | -8,2 %        | -18,0 %        |
| überregionale Zeitungen                                                                   | 99,5                      | 99,2           | 111,3          | 0,3 %         | -10,6 %        |
| Kaufzeitungen                                                                             | 81,2                      | 86,6           | 91,8           | -6,3 %        | -11,6 %        |
| <b>Wochen-/Sonntagszeitungen</b>                                                          | 79,2                      | 88,5           | 95,4           | -10,5 %       | -16,9 %        |
| <b>Gesamt</b>                                                                             | <b>1.377,1</b>            | <b>1.483,6</b> | <b>1.661,3</b> | <b>-7,2 %</b> | <b>-17,1 %</b> |

|                                                                                           | Vertriebsumsätze |                |                | Vergleich     |               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
|                                                                                           | 2025             | 2024           | 2023           | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023 |
| <b>Tageszeitungen</b> (regionale Abozeitungen, Kaufzeitungen und überregionale Zeitungen) | 4.645,9          | 4.715,5        | 4.836,1        | -1,5 %        | -3,9 %        |
| regionale Abozeitungen                                                                    | 4.051,7          | 4.103,9        | 4.214,4        | -1,3 %        | -3,9 %        |
| überregionale Zeitungen                                                                   | 357,4            | 359,6          | 362,8          | -0,6 %        | -1,5 %        |
| Kaufzeitungen                                                                             | 236,8            | 252,0          | 258,9          | -6,0 %        | -8,6 %        |
| <b>Wochen-/Sonntagszeitungen</b>                                                          | 178,3            | 180,1          | 186,4          | -1,0 %        | -4,3 %        |
| <b>Gesamt</b>                                                                             | <b>4.824,2</b>   | <b>4.895,6</b> | <b>5.022,4</b> | <b>-1,5 %</b> | <b>-3,9 %</b> |

|                                                                                           | Gesamtumsätze  |                |                | Vergleich     |               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
|                                                                                           | 2025           | 2024           | 2023           | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023 |
| <b>Tageszeitungen</b> (regionale Abozeitungen, Kaufzeitungen und überregionale Zeitungen) | 5.943,8        | 6.110,7        | 6.402,0        | -2,7 %        | -7,2 %        |
| regionale Abozeitungen                                                                    | 5.168,9        | 5.313,3        | 5.577,2        | -2,7 %        | -7,3 %        |
| überregionale Zeitungen                                                                   | 457,0          | 458,8          | 474,1          | -0,4 %        | -3,6 %        |
| Kaufzeitungen                                                                             | 318,0          | 338,6          | 350,7          | -6,1 %        | -9,3 %        |
| <b>Wochen-/Sonntagszeitungen</b>                                                          | 257,6          | 268,5          | 281,7          | -4,1 %        | -8,6 %        |
| <b>Gesamt</b>                                                                             | <b>6.201,4</b> | <b>6.379,2</b> | <b>6.683,7</b> | <b>-2,8 %</b> | <b>-7,2 %</b> |

Bei der Addition können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

Tabelle 2

**Regionale Abonnementzeitungen - Ergebnisse der Umsatzerhebung 2025 im Vergleich zu 2024 und 2023**  
 in Mio. Euro und Prozent

|                                               | Anzeigen-/Beilagenumsätze |         |         | Vergleich     |               |
|-----------------------------------------------|---------------------------|---------|---------|---------------|---------------|
|                                               | 2025                      | 2024    | 2023    | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023 |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 1.004,1                   | 1.066,7 | 1.208,7 | -5,9 %        | -16,5 %       |
| bis 50.000 Auflage                            | 357,6                     | 344,5   | 390,9   | +3,8 %        | -8,5 %        |
| ab 50.000 Auflage                             | 646,5                     | 722,2   | 817,8   | -10,5 %       | -20,9 %       |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 113,2                     | 142,6   | 154,2   | -20,7 %       | -26,6 %       |

|                                               | Anteil der Anzeigen-/Beilagenumsätze<br>am Gesamtumsatz |        |        |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------|--------|
|                                               | 2025                                                    | 2024   | 2023   |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 22,7 %                                                  | 23,8 % | 25,0 % |
| bis 50.000 Auflage                            | 25,1 %                                                  | 25,3 % | 28,6 % |
| ab 50.000 Auflage                             | 21,6 %                                                  | 23,1 % | 23,6 % |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 15,2 %                                                  | 17,3 % | 18,4 % |

|                                               | Vertriebsumsätze |         |         | Vergleich     |               |
|-----------------------------------------------|------------------|---------|---------|---------------|---------------|
|                                               | 2025             | 2024    | 2023    | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023 |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 3.420,0          | 3.422,2 | 3.521,2 | -0,1 %        | -2,9 %        |
| bis 50.000 Auflage                            | 1.067,5          | 1.016,2 | 959,0   | +5,0 %        | +11,3 %       |
| ab 50.000 Auflage                             | 2.352,6          | 2.406,0 | 2.562,2 | -2,2 %        | -8,2 %        |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 631,6            | 681,7   | 693,2   | -7,4 %        | -8,9 %        |

|                                               | Anteil der Vertriebsumsätze<br>am Gesamtumsatz |        |        |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|--------|--------|
|                                               | 2025                                           | 2024   | 2023   |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 77,3 %                                         | 76,2 % | 72,8 % |
| bis 50.000 Auflage                            | 74,9 %                                         | 74,7 % | 70,2 % |
| ab 50.000 Auflage                             | 78,4 %                                         | 76,9 % | 73,8 % |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 84,8 %                                         | 82,7 % | 82,6 % |

|                                               | Gesamtumsatz |         |         | Vergleich     |               |
|-----------------------------------------------|--------------|---------|---------|---------------|---------------|
|                                               | 2025         | 2024    | 2023    | 2025 vs. 2024 | 2025 vs. 2023 |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 4.424,1      | 4.488,9 | 4.839,3 | -1,4 %        | -8,6 %        |
| bis 50.000 Auflage                            | 1.425,1      | 1.360,7 | 1.367,0 | +4,7 %        | +4,2 %        |
| ab 50.000 Auflage                             | 2.999,0      | 3.128,2 | 3.472,3 | -4,1 %        | -13,6 %       |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 744,8        | 824,4   | 838,8   | -9,7 %        | -11,2 %       |

Bei der Addition können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet

Tabelle 3

**Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Auflagengrößen**  
in Euro

| nach Auflagengruppen      |                            | Westdeutschland |              |              | Ostdeutschland ** |              |              |
|---------------------------|----------------------------|-----------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
|                           |                            | 2025            | 2024         | 2023         | 2025              | 2024         | 2023         |
| <b>bis 50.000 Auflage</b> | Anzeigen-/ Beilagenumsätze | 15,04           | 13,79        | 15,41        | *                 | *            | *            |
|                           | Vertriebsumsätze           | 44,91           | 40,68        | 37,81        | *                 | *            | *            |
|                           | Gesamtumsätze              | 59,95           | 54,47        | 53,22        | *                 | *            | *            |
| <b>ab 50.000 Auflage</b>  | Anzeigen-/ Beilagenumsätze | 11,11           | 11,44        | 12,04        | *                 | *            | *            |
|                           | Vertriebsumsätze           | 40,44           | 38,12        | 37,71        | *                 | *            | *            |
|                           | Gesamtumsätze              | 51,55           | 49,56        | 49,75        | *                 | *            | *            |
| <b>Gesamt</b>             | Anzeigen-/ Beilagenumsätze | 11,92           | 12,00        | 12,68        | 7,24              | 8,22         | 8,15         |
|                           | Vertriebsumsätze           | 41,35           | 38,73        | 37,73        | 40,41             | 39,28        | 36,63        |
|                           | <b>Gesamtumsätze</b>       | <b>53,27</b>    | <b>50,74</b> | <b>50,41</b> | <b>47,65</b>      | <b>47,50</b> | <b>44,77</b> |

\* Wegen geringer Repräsentanz in einzelnen Auflagenklassen können die regionalen Abozeitungen in Ostdeutschland nur gemeinsam ausgewiesen werden.

\*\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet.

Tabelle 4

**Regionale Abonnementzeitungen – Monatsstückwerte nach Nielsegebieten\***

in Euro und Prozent

|                           |                                                                                 | Anzeigen-/<br>Beilagenumsätze |              |              | Vertriebsumsätze |              |              | Gesamtumsätze |              |              |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------|--------------|------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
|                           |                                                                                 | 2025                          | 2024         | 2023         | 2025             | 2024         | 2023         | 2025          | 2024         | 2023         |
| Nielsen I                 | Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein                              | 12,59                         | 12,39        | 13,34        | 43,88            | 40,67        | 37,95        | 56,47         | 53,06        | 51,28        |
| Nielsen II                | Nordrhein-Westfalen                                                             | 10,37                         | 10,18        | 11,07        | 42,74            | 38,81        | 37,38        | 53,10         | 48,99        | 48,45        |
| Nielsen IIIa              | Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland                                               | 9,82                          | 14,62        | 14,19        | 42,87            | 55,72        | 50,24        | 52,69         | 70,35        | 64,43        |
| Nielsen IIIb              | Baden-Württemberg                                                               | 13,34                         | 12,87        | 14,24        | 41,57            | 38,30        | 41,43        | 54,91         | 51,17        | 55,67        |
| Nielsen IV                | Bayern                                                                          | 13,27                         | 13,90        | 13,84        | 36,68            | 36,63        | 33,82        | 49,95         | 50,53        | 47,65        |
| Nielsen V, VI + VII       | Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Berlin | 7,24                          | 8,22         | 8,15         | 40,41            | 39,28        | 36,63        | 47,65         | 47,50        | 44,77        |
| <b>Deutschland Gesamt</b> |                                                                                 | <b>11,10</b>                  | <b>11,48</b> | <b>11,82</b> | <b>41,19</b>     | <b>38,81</b> | <b>37,52</b> | <b>52,29</b>  | <b>50,29</b> | <b>49,34</b> |

|                           |                                                                                 | Anteil der Anzeigen-/<br>Beilagenumsätze am<br>Gesamtumsatz |               |               | Anteil der Vertriebs-<br>umsätze am<br>Gesamtumsatz |               |               |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------------------------------------|---------------|---------------|
|                           |                                                                                 | 2025                                                        | 2024          | 2023          | 2025                                                | 2024          | 2023          |
| Nielsen I                 | Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein                              | 22,3 %                                                      | 23,4 %        | 26,0 %        | 77,7 %                                              | 76,6 %        | 74,0 %        |
| Nielsen II                | Nordrhein-Westfalen                                                             | 19,5 %                                                      | 20,8 %        | 22,8 %        | 80,5 %                                              | 79,2 %        | 77,2 %        |
| Nielsen IIIa              | Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland                                               | 18,6 %                                                      | 20,8 %        | 22,0 %        | 81,4 %                                              | 79,2 %        | 78,0 %        |
| Nielsen IIIb              | Baden-Württemberg                                                               | 24,3 %                                                      | 25,2 %        | 25,6 %        | 75,7 %                                              | 74,8 %        | 74,4 %        |
| Nielsen IV                | Bayern                                                                          | 26,6 %                                                      | 27,5 %        | 29,0 %        | 73,4 %                                              | 72,5 %        | 71,0 %        |
| Nielsen V, VI + VII       | Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Berlin | 15,2 %                                                      | 17,3 %        | 18,2 %        | 84,8 %                                              | 82,7 %        | 81,8 %        |
| <b>Deutschland Gesamt</b> |                                                                                 | <b>21,2 %</b>                                               | <b>22,8 %</b> | <b>24,0 %</b> | <b>78,8 %</b>                                       | <b>77,2 %</b> | <b>76,0 %</b> |

\* unabhängig von Auflagengrößen

Tabelle 5

**Regionale Abonnementzeitungen – Beilagenumsätze pro Monatsstückwert**  
in Euro

|                                               | Beilagenumsätze |      |      |
|-----------------------------------------------|-----------------|------|------|
|                                               | 2025            | 2024 | 2023 |
| <b>Regionale Abozeitungen Westdeutschland</b> | 1,77            | 1,83 | 1,60 |
| bis 50.000 Auflage                            | 2,22            | 1,51 | 1,84 |
| ab 50.000 Auflage                             | 1,65            | 1,94 | 1,54 |
| <b>Regionale Abozeitungen Ostdeutschland*</b> | 1,06            | 0,98 | 0,96 |

\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet.

Tabelle 6

## Regionale Abonnementzeitungen – Umsatzverteilung in Prozent

|                                                                         | Westdeutschland |              |              | Ostdeutschland* |              |              | Deutschland Gesamt |              |              |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|
|                                                                         | 2025            | 2024         | 2023         | 2025            | 2024         | 2023         | 2025               | 2024         | 2023         |
| <b>Netto-Anzeigen- u. Fremdbeilagenerlöse<br/>Gesamt nach Absatzart</b> | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>       | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> |
| Werbemittler                                                            | 21,1 %          | 18,6 %       | 21,0 %       | 46,8 %          | 46,4 %       | 33,7 %       | 23,7 %             | 21,1 %       | 23,3 %       |
| Direkt                                                                  | 76,9 %          | 78,8 %       | 75,1 %       | 53,2 %          | 50,2 %       | 58,3 %       | 74,5 %             | 76,2 %       | 72,0 %       |
| Anzeigenkooperationen                                                   | 1,9 %           | 2,6 %        | 3,9 %        | 0,0 %           | 3,4 %        | 8,0 %        | 1,7 %              | 2,7 %        | 4,7 %        |
| <b>Anzeigenerlöse nach Rubriken gesamt</b>                              | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>       | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> |
| Markenartikel/Hersteller                                                | 3,3 %           | 3,7 %        | 2,8 %        | 2,8 %           | 5,6 %        | 2,4 %        | 3,3 %              | 3,9 %        | 2,8 %        |
| Kfz-Hersteller/Kfz-Markenwerbung                                        | 0,1 %           | 0,2 %        | 0,2 %        | 0,2 %           | 0,5 %        | 0,5 %        | 0,1 %              | 0,2 %        | 0,2 %        |
| Großformen des Handels                                                  | 6,8 %           | 8,9 %        | 8,9 %        | 9,7 %           | 17,5 %       | 11,2 %       | 7,2 %              | 9,7 %        | 9,2 %        |
| Lokale Geschäftsanzeigen                                                | 36,5 %          | 34,2 %       | 32,6 %       | 45,2 %          | 30,3 %       | 25,5 %       | 37,7 %             | 33,9 %       | 31,6 %       |
| Stellenmarkt                                                            | 8,6 %           | 13,9 %       | 18,9 %       | 4,7 %           | 5,7 %        | 8,7 %        | 8,1 %              | 13,1 %       | 17,5 %       |
| Immobilien                                                              | 3,0 %           | 3,1 %        | 3,2 %        | 2,8 %           | 1,3 %        | 1,7 %        | 3,0 %              | 3,0 %        | 3,0 %        |
| Kfz-Markt-Anzeigen                                                      | 1,4 %           | 1,6 %        | 1,6 %        | 1,0 %           | 0,5 %        | 0,9 %        | 1,4 %              | 1,5 %        | 1,5 %        |
| Reise                                                                   | 2,0 %           | 2,4 %        | 1,9 %        | 2,3 %           | 2,9 %        | 2,6 %        | 2,1 %              | 2,4 %        | 2,0 %        |
| Veranstaltungen                                                         | 2,2 %           | 2,5 %        | 2,4 %        | 3,1 %           | 3,4 %        | 4,0 %        | 2,3 %              | 2,6 %        | 2,6 %        |
| Familie                                                                 | 20,7 %          | 20,4 %       | 18,5 %       | 18,5 %          | 23,1 %       | 17,3 %       | 20,4 %             | 20,6 %       | 18,3 %       |
| Sonstige Anzeigen                                                       | 15,3 %          | 9,1 %        | 9,0 %        | 9,5 %           | 9,2 %        | 25,1 %       | 14,5 %             | 9,1 %        | 11,3 %       |
| <b>Vertriebs Erlöse nach Absatzart gesamt</b>                           | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>       | <b>100 %</b> | <b>100 %</b> |
| Abonnement-Umsatz Print                                                 | 82,4 %          | 85,0 %       | 84,7 %       | 78,9 %          | 77,9 %       | 82,1 %       | 81,8 %             | 83,9 %       | 84,2 %       |
| Einzelverkaufs-Umsatz Print                                             | 3,0 %           | 3,0 %        | 4,8 %        | 4,1 %           | 4,6 %        | 7,2 %        | 3,2 %              | 3,2 %        | 5,3 %        |
| Abonnement-Umsatz E-Paper                                               | 13,3 %          | 11,0 %       | 9,5 %        | 15,7 %          | 16,6 %       | 9,5 %        | 13,7 %             | 11,8 %       | 9,5 %        |
| Einzelverkaufs-Umsatz E-Paper                                           | 0,1 %           | 0,2 %        | 0,1 %        | 0,1 %           | 0,0 %        | 0,1 %        | 0,1 %              | 0,2 %        | 0,1 %        |
| Umsatz aus Sonstigem Verkauf                                            | 1,2 %           | 0,9 %        | 0,9 %        | 1,3 %           | 1,0 %        | 1,1 %        | 1,2 %              | 0,9 %        | 0,9 %        |

\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet.

Tabelle 7

**Digitalumsätze**

in Tsd. Euro und Prozent

|                                       | <b>Digitalumsatz<br/>(ohne E-Paper)</b> |                |                | <b>Vertriebsumsätze<br/>(E-Paper)</b> |                |                |
|---------------------------------------|-----------------------------------------|----------------|----------------|---------------------------------------|----------------|----------------|
|                                       | <b>2025</b>                             | <b>2024</b>    | <b>2023</b>    | <b>2025</b>                           | <b>2024</b>    | <b>2023</b>    |
| <b>Regionale Abozeitungen</b>         | 450.466                                 | 387.471        | 350.185        | 524.915                               | 467.063        | 386.973        |
| Westdeutschland                       | 362.591                                 | 313.105        | 276.751        | 425.442                               | 354.006        | 320.537        |
| bis 50.000 Auflage                    | 122.326                                 | 85.604         | 57.676         | 121.225                               | 90.569         | 75.336         |
| ab 50.000 Auflage                     | 240.265                                 | 227.501        | 219.075        | 304.217                               | 263.436        | 245.202        |
| Ostdeutschland**                      | 87.876                                  | 74.366         | 73.434         | 99.473                                | 113.057        | 66.436         |
| <b>Überregionale Zeitungen</b>        | 304.176                                 | 291.557        | 274.819        | 57.231                                | 103.752        | 98.916         |
| <b>Kaufzeitungen</b>                  | 228.728                                 | 216.597        | 198.634        | 7.018                                 | 6.687          | 4.820          |
| <b>Wochen-/<br/>Sonntagszeitungen</b> | *                                       | *              | *              | *                                     | *              | *              |
| <b>Alle Zeitungen</b>                 | <b>1.267.548</b>                        | <b>895.626</b> | <b>823.638</b> | <b>598.463</b>                        | <b>586.012</b> | <b>499.319</b> |

|                                       | <b>Gesamtumsätze Print,<br/>E-Paper, Digital</b> |                  |                  | <b>Anteil Digitalumsatz inkl.<br/>E-Paper am<br/>Gesamtumsatz</b> |              |              |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
|                                       | <b>2025</b>                                      | <b>2024</b>      | <b>2023</b>      | <b>2025</b>                                                       | <b>2024</b>  | <b>2023</b>  |
| <b>Regionale Abozeitungen</b>         | 5.619.342                                        | 5.700.730        | 5.927.366        | 17,4%                                                             | 15,0%        | 12,4%        |
| Westdeutschland                       | 4.786.695                                        | 4.801.992        | 5.006.580        | 16,5%                                                             | 13,9%        | 11,9%        |
| bis 50.000 Auflage                    | 1.547.395                                        | 1.446.301        | 1.407.591        | 15,7%                                                             | 12,2%        | 9,4%         |
| ab 50.000 Auflage                     | 3.239.300                                        | 3.355.691        | 3.598.989        | 16,8%                                                             | 14,6%        | 12,9%        |
| Ostdeutschland**                      | 832.648                                          | 898.737          | 920.786          | 22,5%                                                             | 20,9%        | 15,2%        |
| <b>Überregionale Zeitungen</b>        | 761.144                                          | 750.386          | 748.909          | 47,5%                                                             | 52,7%        | 49,9%        |
| <b>Kaufzeitungen</b>                  | 546.689                                          | 555.187          | 549.382          | 43,1%                                                             | 40,2%        | 37,0%        |
| <b>Wochen-/<br/>Sonntagszeitungen</b> | *                                                | *                | *                |                                                                   |              |              |
| <b>Alle Zeitungen</b>                 | <b>7.468.910</b>                                 | <b>7.274.835</b> | <b>7.507.387</b> | <b>25,0%</b>                                                      | <b>20,4%</b> | <b>17,6%</b> |

\* Einzelausweisung wegen geringer Repräsentanz nicht möglich. \*\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet.  
Allgemeiner Hinweis: Die ausgewiesenen Daten sind hochgerechnete Werte für die gesamte Branche. Die Hochrechnung erfolgt auf Basis der Print- und E-Paper-Auflage.

Tabelle 8

**Verteilung Digitalumsätze**

Angaben in Tsd. Euro und Prozent

|                                   | Digital-umsatz <sup>1</sup> | Anteil Digitale Zeitungs-angebote | davon Werbung <sup>2</sup> | davon Verkauf <sup>3</sup> | Anteil weitere Digital-umsätze | davon E-Com-merce Portale <sup>4</sup> | davon Rubriken-portale | davon Web-Dienst-leistungen <sup>5</sup> | davon sonstige Digital-erlöse |
|-----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Regionale Abozeitungen</b>     | 450.466                     | 83,4 %                            | 59 %                       | 41 %                       | 16,6 %                         | 6 %                                    | 52 %                   | 15 %                                     | 27 %                          |
| Westdeutschland                   | 362.591                     | 80,7 %                            | 57 %                       | 43 %                       | 19,3 %                         | 4 %                                    | 51 %                   | 16 %                                     | 29 %                          |
| bis 50.000 Auflage                | 122.326                     | 84,8 %                            | 53 %                       | 47 %                       | 15,2 %                         | 15 %                                   | 36 %                   | 31 %                                     | 18 %                          |
| ab 50.000 Auflage                 | 240.265                     | 79,5 %                            | 58 %                       | 42 %                       | 20,5 %                         | 2 %                                    | 54 %                   | 12 %                                     | 32 %                          |
| Ostdeutschland**                  | 87.876                      | 93,3 %                            | 64 %                       | 36 %                       | 6,7 %                          | 22 %                                   | 60 %                   | 8 %                                      | 10 %                          |
| <b>Überregionale Zeitungen</b>    | 304.176                     | 91,2 %                            | 26 %                       | 74 %                       | 8,8 %                          | 2 %                                    | 6 %                    | 4 %                                      | 89 %                          |
| <b>Kaufzeitungen</b>              | 228.728                     | 100,0 %                           | k. A.                      | k. A.                      | k. A.                          | k. A.                                  | k. A.                  | k. A.                                    | k. A.                         |
| <b>Wochen-/ Sonntagszeitungen</b> | *                           | *                                 | *                          | *                          | *                              | *                                      | *                      | *                                        | *                             |
| <b>Alle Zeitungen</b>             | <b>1.267.548</b>            | <b>91,2 %</b>                     | <b>47 %</b>                | <b>53 %</b>                | <b>8,8 %</b>                   | <b>5 %</b>                             | <b>38 %</b>            | <b>12 %</b>                              | <b>45 %</b>                   |

1) ohne E-Paper-Vertriebsumsätze; 2) Banner, Video, Sonderwerbeformen, Outbrain etc.; 3) z. B. Web-Abos, Bezahl-Apps, Plus-Angebote;

4) z. B. 24er-Portale, E-Commerce-Portale; 5) z. B. Suchmaschinen-Optimierung, Website- und Werbemittel-Erstellung;

\* Einzelausweisung wegen geringer Repräsentanz nicht möglich. \*\* Berlin wird bei den Hochrechnungen zu Ostdeutschland gerechnet.

# BDZV-Umsatzerhebung

JANUAR BIS DEZEMBER 2025

**Studienname**

BDZV-Umsatzerhebung der deutschen Zeitungen für 2025

**Stichprobe**

Zielgruppe der Befragung sind deutsche Zeitungsverlage, unabhängig von ihrer Verbandszugehörigkeit zum BDZV.

**Erhebungszeitraum**

Januar bis Juni 2026

**Thema**

Die BDZV-Umsatzerhebung erfasst die Umsätze der Zeitungen in Deutschland für das Jahr 2025 und dient zur realistischen Darstellung der wirtschaftlichen Lage der Branche.

**Erhebungsmethode**

Online-Befragung

|                            | Anzahl angeschriebener Zeitungstitel | Anzahl teilnehmender Zeitungstitel an der Umsatzerhebung | Repräsentanz* der teilnehmenden Zeitungstitel |
|----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Regionale Abozeitungen     | 208                                  | 100                                                      | 67,8 %                                        |
| Überregionale Abozeitungen | 7                                    | 4                                                        | 89,3 %                                        |
| Kaufzeitungen              | 9                                    | 6                                                        | 92,6 %                                        |
| Wochen-/Sonntagszeitungen  | 17                                   | 4                                                        | 85,1 %                                        |

\* Die Berechnung der Repräsentanz basiert auf der verkauften Auflage des III. Quartals 2025 (Print und E-Paper-Auflage).

## Hier finden Sie uns auch:



bdzv.de



@bdzv.de



bdzv-bebeta.de

### Geschäftsbereich Märkte:



Christian Eggert

Leiter Verlagswirtschaft  
Telefon 030/726298-221  
E-Mail: eggert@bdzv.de



Caroline Drenkmann

Projektmanagerin Märkte  
Telefon 030/72629828-20  
E-Mail: drenkmann@bdzv.de

### Impressum:

BDZV-Umsatzerhebung für 2025  
Berlin 2026

Redaktion: Christian Eggert und Caroline Drenkmann  
Konzept, Design & Produktion:  
FORA Strategy and Communications GmbH,  
www.fora-concept.com  
Redaktionsschluss: Juli 2026  
© BDZV e.V. – Markgrafenstraße 15 – 10969 Berlin



Bundesverband  
Digitalpublisher und  
Zeitungsverleger