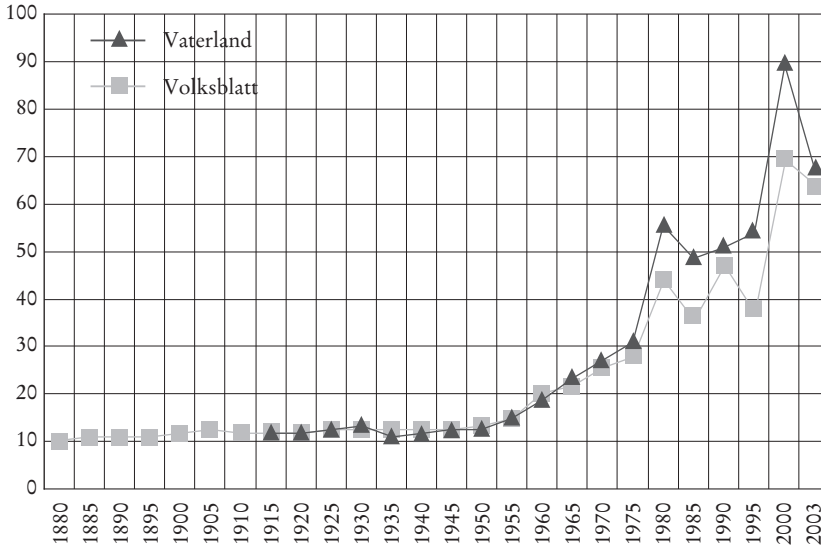


Abbildung 4: Werbeseiten der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003



stellten eine namhafte Konkurrenz auf dem Werbemarkt dar. Der Werbeanteil fiel daher auf rund 20 bis 30 Prozent und verharrete auf diesem Niveau bis in die 1950er Jahre. In den 1960er und 1970er Jahren stieg der Werbeanteil auf rund 40 Prozent, nicht zuletzt bedingt durch einen anhaltenden wirtschaftlichen Aufschwung. Heute liegt der Werbeanteil bei rund 30 bis 40 Prozent.

3.3 Der redaktionelle Teil

Der wesentliche Grund für den in den letzten 40 Jahren tendenziell sinkenden Werbeanteil liegt darin, dass der redaktionelle Seitenumfang stark zugenommen hat. Die Werbung ist also nicht absolut, sondern nur relativ zurückgegangen. Die Zeitungen aus den verschiedenen Zeitepochen lassen sich kaum miteinander vergleichen. Der redaktionelle Gehalt war bis in die 1960er Jahre sehr bescheiden. Die Aufgabe des Redaktors in den ersten Jahrzehnten der Zeitungsgeschichte bestand weitgehend darin, eingesandte und inländische Meldungen und Zeitungsberichte aus