

IN DIESEM HEFT

TITELGESCHICHTE	
Panorama-Affäre	Seite 37
BONN	
Kanzler Erhard	Seite 25
Kabinettsbildung	Seite 25
Abhör-Affäre	Seite 27
ALLIIERTE	
Briefzensur	Seite 31
BERLIN	
Konvoi-Blockade	Seite 34
GEMEINSAMER MARKT	
Reis	Seite 57
KIRCHE	
Gotteslästerung	Seite 58
HEUSS-MEMOIREN	
„Ich konnte Stresemann nicht leiden“	Seite 60
BUNDESLÄNDER	
Niedersachsen	Seite 64
ERNÄHRUNG	
Lebensmittel-Trocknung	Seite 64
PARTEIEN	
SPD	Seite 69
UNFÄLLE	
Steinhuder Meer	Seite 70
GESELLSCHAFT	
Sauter	Seite 73
GEWERKSCHAFTEN	
Arbeitsrecht	Seite 76
ZEITGESCHICHTE	
Rudolf Heß	Seite 78
RECHT	
Hermaphrodit	Seite 84
JUSTIZ	
Norddeutscher Rundfunk	Seite 84
ENGLAND	
Premierminister	Seite 87
WEU	
Frankreich	Seite 88
USA	
„Wir sollten das Pulver trocken halten“	Seite 90
„Alle müssen Pistolen ziehen“	Seite 96
Mondprogramm	Seite 99
Industrie	Seite 99
LATEINAMERIKA	
Militär-Putsch	Seite 101
ÖSTERREICH	
Kameradschaftsbund	Seite 104
FRANKREICH	
Gemälde-Zensur	Seite 106
STUDENTEN	
Spekulationen	Seite 106
SPORT	
Hetz	Seite 108
THEATER	
Albee	Seite 110
KUNST	
Schwitters	Seite 112
FERNSEHEN	
Telemann	Seite 114
FORSCHUNG	
Parasiten	Seite 115
FILM	
Neu in Deutschland	Seite 117
Wilder Westen	Seite 118
MEDIZIN	
Künstliche Niere	Seite 121
MUSIK	
Czerny	Seite 124
BRIEFE	
PANORAMA	Seite 5
PERSONALIEN	Seite 22
REGISTER	Seite 126
BÜCHERSPIEGEL	Seite 128
HOHLSPIEGEL, RÜCKSPIEGEL	Seite 129



SPIEGEL-Titel 41/1962

SPIEGEL-VERLAG HAUSMITTEILUNG

Datum: 21. 10. 1963

Betr.: SPIEGEL-Auflage



SPIEGEL-Titel 41/1963

SPIEGEL Nr. 41/1963, die Adenauer-Ausgabe, wurde in 600 000 Exemplaren gedruckt und war am Tage nach dem Erscheinen in fast allen Städten vergriffen. Voraussichtlich werden auch vom flachen Lande kaum mehr als zwei Prozent der Auflage unverkauft, als „Remission“, zurückkommen. Normal sind 12 bis 14 Prozent.

SPIEGEL Nr. 41/1962 war die Foertsch-Ausgabe. Sie wurde in 493 000 Exemplaren gedruckt. Über 100 000 Exemplare Zuwachs von Nummer 41/1962 auf Nummer 41/1963 – also haben diejenigen recht, die meinen, der SPIEGEL habe an der SPIEGEL-Affäre durch Auflagensteigerung „verdient“?

Im letzten Quartal vor der SPIEGEL-Affäre hatte die durchschnittliche Druckauflage rund 480 000 Exemplare betragen. Im vierten Quartal 1962 (mit Titeln wie Foertsch, Augstein, Stammberger, v. d. Heydte, Strauss am Telefon) stieg sie auf rund 595 000, fiel im ersten und zweiten Quartal 1963 auf rund 560 000 und 530 000 zurück und stieg im dritten Quartal auf 540 000. Den höchsten je erreichten Verkauf erzielte mit 665 000 verkauften von 680 000 gedruckten Exemplaren die Nr. 45/1962 mit dem gerade verhafteten Rudolf Augstein auf dem Titel. Die folgende Ausgabe (Stammberger) erreichte mit 720 000 Exemplaren die bisher höchste Druckauflage; verkauft wurden 655 000 Exemplare.

Nach der SPIEGEL-Affäre sind im Durchschnitt rund 15 Prozent mehr SPIEGEL gedruckt und verkauft worden als im letzten Quartal vor der Affäre. Aber mehr verkaufen heisst zunächst einmal weniger verdienen. Eine Ausgabe wie das Adenauer-Heft verursachte reine Druck- und Papierkosten (nicht gerechnet Redaktions- und Verwaltungskosten) von 0,75 Mark pro Stück; der durchschnittliche Verkaufserlös des Verlages pro gedrucktes Stück liegt um 0,45 Mark. Jedes zusätzlich gedruckte Adenauer-Heft – gegenüber dem Vorheft war die Auflage um 50 000 erhöht worden – ist, für sich betrachtet, ein Obolus des SPIEGEL auf dem Altar der Kanzlerverehrung.

Aber, offen gesagt, der SPIEGEL ist keine Non-Profit-Organisation. Indirekt wirkt sich eine gestiegene stabile Durchschnittsauflage auch zum wirtschaftlichen Vorteil aus. Die Durchschnittsauflage nämlich, die ein Verlag für einen Zeitraum im voraus garantieren kann, bestimmt den Anzeigenpreis. Der Anzeigenpreis wiederum soll die vom Vertriebslös nicht gedeckten Druck- und Papierkosten sowie die Redaktions- und Verwaltungskosten decken.

Im Sinne einer Masshaltewirtschaft erhöht allerdings der SPIEGEL trotz gestiegener Auflage die Anzeigenpreise am 1. Januar 1964 nicht. Es gilt weiterhin der Tarif auf der Kalkulationsbasis einer garantierten Druckauflage von 480 000, der schon lange vor der SPIEGEL-Affäre für 1963 festgelegt und bekanntgegeben worden war. An der SPIEGEL-Affäre hat also der SPIEGEL nichts verdient – es sei denn an zusätzlichen Aufträgen rechnender Werbefachleute, die gern in 571 000 Exemplaren (Auflage dieses Heftes) zu den Preisen eines auf 480 000 kalkulierten Tarifs inserieren.