



Verband Südwestdeutscher Zeitungverleger e.V.

Jahresbericht 2009

Vorwort

Die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Zeitungsbranche prägten auch im Berichtsjahr die Gremienarbeit des VSZV. Neben der Absicherung der klassischen Anzeigen- und Vertriebsmärkte standen vor allem die Erschließung neuer Märkte und Geschäftsmodelle auf der Agenda der Ausschusssitzungen.

Um den besonderen Herausforderungen der elektronischen Medien zu begegnen, wurde auf der letzten VSZV-Jahrestagung in Ulm die Gründung des Ausschusses „Digitale Medien“ beschlossen, dessen Arbeit im Herbst 2009 aufgenommen wurde.

In medienpolitischer Hinsicht stand die Umsetzung des Ende 2008 verabschiedeten 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages im Fokus der Interessenvertretung des VSZV. Mit dem neuen Staatsvertrag sollten Art und Umfang des Grundversorgungsauftrages von ARD und ZDF insbesondere im Internet stärker als bislang konkretisiert werden.

Im Verlauf der kurz nach Inkrafttreten des Reformwerkes von den Rundfunkräten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durchzuführenden Drei-Stufen-Tests offenbarten sich schnell die unterschiedlichen Interpretationen einzelner Regelungen des neuen Vertragswerkes zwischen der privaten Medienwirtschaft und den Rundfunkanstalten. Die Diskussion hierüber dauert noch an.

Kontrovers verlief auch die Debatte um das rechtlich bedenkliche Geschäftsgebaren von Google im Internet. Insbesondere von den Verlegerverbänden wurde Google vorgehalten, im Umfeld bezahlter Anzeigen mit Zusammenfassungen von Zeitungsinhalten (sog. Snippets) Werbeumsätze zu generieren, ohne die Verlage hieran angemessen zu beteiligen.

Nicht nur vor diesem Hintergrund wurde im Sommer 2009 von BDZV und VDZ ein gemeinsamer Arbeitskreis „Leistungsschutzrecht“ gegründet. Zielsetzung dieses Gremiums ist es, von der Politik rechtliche Rahmenbedingungen einzufordern, die es den Verlagen erlauben, unmittelbar gegen die rechtswidrige gewerbliche Nutzung von Zeitungsinhalten durch Dritte vorzugehen.

Auf der Ebene der Tarifpolitik wurde für die baden-württembergischen Verlagsangestellten das Ergebnis des Tarifabschlusses der Druckindustrie (vdm) vom VSZV übernommen.

Nach einem sechs Jahre dauernden Verhandlungsmarathon zwischen einzelnen Landesverbänden des BDZV und DJV bzw. ver.di konnte auch eine vom Urhebervertragsrecht geforderte Einigung zur Festlegung einer angemessenen Vergütung von Texthonoraren für hauptberufliche freie Journalisten erzielt werden. Eine erforderliche Einigung zu den Honoraren für Bildbeiträge steht noch aus.

Einzelheiten hierzu und zu den vielen anderen Verbandsaktivitäten können Sie wie gewohnt dem VSZV-Jahresbericht 2009 entnehmen.

Unseren Verbandsmitgliedern gebührt unser Dank für ihre materielle und ehrenamtliche Unterstützung der vor immer vielfältigeren Herausforderungen stehenden Verbandsarbeit.

Stuttgart, April 2010

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.


Valdo Lehari jun.
Vorsitzender


Stephan Bourauel
Geschäftsführer

Inhalt

I. Struktur und wirtschaftliche Lage der Presse in Baden-Württemberg

1.	Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg	7
2.	Zeitungsstruktur 2009	8
3.	Auflagenstatistik	9
4.	Reichweiten	10
5.	Anzeigenumfänge	11

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1.	Gemeinsame Jahrestagung von VSZV und VBZV	12
2.	VSZV-Mitgliederversammlung	12
3.	Festveranstaltung von VSZV und VBZV	15
4.	Vorstand	21
5.	Gründung eines VSZV-Ausschusses Digitale Medien	22

III. Recht und Sozialpolitik

1.	Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte	23
2.	Streiksituation während der Tarifverhandlungen	24
3.	Urhebervertragsrecht / Urheberrecht	24
4.	Ehrenamtliche Richter	26

IV. Medienpolitik

1.	Änderungen des Rundfunkstaatsvertrages	27
2.	Leistungsschutzrecht für Zeitungsverlage	33
3.	Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg	33
4.	Änderung des Landesmediengesetzes: Lizenzverlängerung	34

V. Anzeigen

1.	Anzeigenausschuss	35
2.	Anzeigenleitertagung	35
3.	Handelsregisteranzeigen	36
4.	Gemeindebekanntmachungen	36

VI.	Vertrieb	
1.	Vertriebsausschuss	38
2.	Vertriebsleitertagung	38
3.	Telefonwerbung / Bundesdatenschutzgesetz	39
4.	Schule mit Zeitung – SCHmitZ	40
VII.	Aus- und Weiterbildung	
1.	Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter	41
2.	Praxisseminar für Media-Planer	42
3.	Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote	42
4.	Fortbildungsveranstaltungen für Mitarbeiter privater Hörfunkunternehmen	43
VIII.	JBB – Journalistische Berufsbildung	
1.	Seminararbeit 2009	44
2.	Umfrage zur Volontärsausbildung	45
3.	Seminare für Volontäre und Redakteure	46
4.	Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB	46
5.	VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes	46
6.	DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes	47
7.	JBB-Beirat	47
8.	Seminarprogramm 2010	47
IX.	Journalistenpreise	48
X.	Aus den Verlagen	50
XI.	Gremien und Ehrenämter	58
XII.	Wir betrauern	67
XIII.	Wir gratulierten	68
XIV.	Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg	70

I. Struktur und wirtschaftliche Lage der Presse in Baden-Württemberg

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um ca. 8 % hat die baden-württembergische Wirtschaft im vergangenen Jahr die stärkste Rezession seit Bestehen des Landes erleben müssen. Dieser Einbruch wurde zunächst durch einen außenwirtschaftlichen Nachfrageausfall ausgelöst, was sich in den Exportzahlen widerspiegelt: In den Monaten Januar bis September 2009 lagen die Warenausfuhren der baden-württembergischen Industrie um knapp 22 % unter ihrem Vorjahreswert. Die Umsätze der Südwestindustrie gingen in den ersten drei Quartalen des abgelaufenen Jahres im Vorjahresvergleich um 28 % zurück.

Damit war der Südwesten deutlich stärker von der negativen Konjunkturdynamik betroffen als das übrige Bundesgebiet. Für Deutschland ergab sich für das Gesamtjahr 2009 nach vorläufigen Berechnungen ein Rückgang des preisbereinigten BIP um 5 % gegenüber dem Vorjahr. In den Jahren 2008 und 2007 war auf Bundesebene noch ein Wachstum von 1,3 bzw. 2,5 % verzeichnet worden.

Die Arbeitslosigkeit hat 2009 deutlich zugelegt: In Baden-Württemberg waren im Durchschnitt der Monate Januar bis November knapp 56.000 Personen mehr als im Vorjahreszeitraum arbeitslos gemeldet. Dies ist ein beträchtlicher Zuwachs von rund 24 %, aber angesichts der schweren Rezession immerhin deutlich weniger als unter Umständen zu erwarten. Ein Grund dafür, dass die Krise bislang keine stärkeren Spuren auf dem Arbeitsmarkt hinterlassen hat, ist die Kurzarbeit. Zum Vergleich: Als die Wirtschaftsleistung im Jahr 1993 um 4,1 % zurückging, stieg die Anzahl der Arbeitslosen im Land um rund 47 %. Von der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt dürfte mittelfristig indes über die Konsumnachfrage ein die Konjunktur dämpfender Effekt ausgehen.

Der Beschäftigungsstand hatte im Jahr 2008 seinen vorläufigen Zenit erreicht. Nach gegenwärtigem Kenntnisstand dürfte die Anzahl der Erwerbstätigen im Land im Jahr 2009 mit -0,5 % nur leicht zurückgegangen sein. Da die Beschäftigung erfahrungsgemäß mit einer gewissen Zeitverzögerung auf die konjunkturelle Lage reagiert, rechnet das Statistische Landesamt erst im laufenden Jahr mit einem stärkeren Rückgang der Erwerbstätigkeit und prognostiziert für 2010 eine Erwerbstätigenzahl, die 1,75 % unter dem Vorjahreswert liegt.

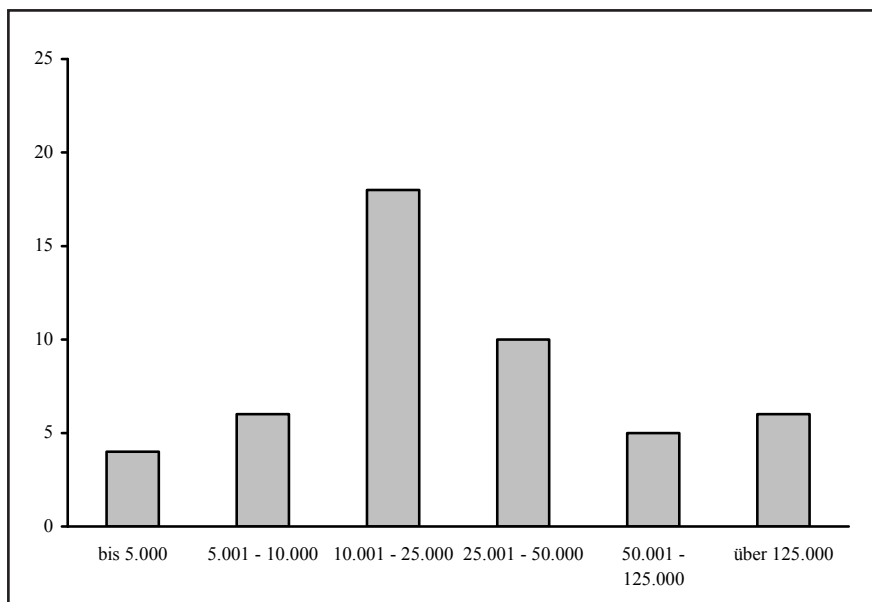
Was die Preisentwicklung anbelangt, kann man für das Jahr 2009 faktisch von Preisniveaustabilität sprechen: Im Durchschnitt der Monate Januar bis November 2009 lag der Index der Verbraucherpreise in Baden-Württemberg nur um 0,3 % über dem Vorjahresniveau.

Für das Jahr 2010 zeigt der Gesamtkonjunkturindikator des Statistischen Landesamtes bereits seit dem Jahreswechsel eine deutliche Wende zum Besseren an; eine seit Ende 2007 andauernde Abwärtsbewegung ist damit gestoppt und umgekehrt. Auch eine nach Konjunkturzyklen differenzierte Betrachtung vergangener BIP-Quartalswerte bis an den aktuellen Rand zeigt, dass die Rezessionsphase in einen Aufschwung übergegangen sein dürfte. Für das Jahr 2010 prognostiziert das Statistische Landesamt für Baden-Württemberg ein reales BIP-Wachstum von 1,5 %. Trotz erwarteter weltwirtschaftlicher Erholung und wieder anziehender Rohstoffpreise werden allgemein keine Inflationsgefahren für 2010 gesehen.

Die konjunkturelle Wende ist eingeleitet, überwunden ist die Wirtschaftskrise damit allerdings noch nicht.

2. Zeitungsstruktur 2009

Typisch für Baden-Württemberg ist die mittelgroße Heimatzeitung zwischen 10.000 und 25.000 Auflage. In dieser Gruppe befinden sich 18 Verlage. Auf eine Auflage über 125.000 bringen es insgesamt sechs Verlage, wobei der größte Verlag bei 179.131 (verk. Auflage IVW IV/2009) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagengruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XIV. „Daten zur Tagespresse Baden-Württemberg“ ab Seite 69.



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2009 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2009 - Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 2008
Bremen	227,10	-1,89
Hamburg	250,34	-3,53
Niedersachsen	1.488,37	-1,78
Schleswig-Holstein	426,50	-0,96
ACNielsen I	2.392,31	-1,83
Nordrhein-Westfalen	3.026,83	-2,29
ACNielsen II	3.026,83	-2,29
Hessen	826,83	-2,54
Rheinland-Pfalz+Saarland	892,59	-1,66
ACNielsen IIIa	1.719,42	-2,08
Baden-Württemberg	2.024,92	-1,55
ACNielsen IIIb	2.024,92	-1,55
Bayern	1.990,55	-1,09
ACNielsen IV	1.990,55	-1,09
Berlin	443,16	-3,62
ACNielsen V	443,16	-3,62
Brandenburg	366,82	-2,66
Mecklenburg-Vorpommern	338,97	-2,60
Sachsen-Anhalt	417,93	-4,32
ACNielsen VI	1.123,72	-3,27
Sachsen	779,80	-2,80
Thüringen	398,70	-3,62
ACNielsen VII	1.178,5	-3,08

Quelle: ZMG

4. Reichweiten

Bei der Altersstruktur der Zeitungsleser zeigen sich kaum Unterschiede zu den Vorjahren. Nach wie vor nimmt die Neigung zum Zeitungslesen mit steigendem Lebensalter zu. Die höchsten Reichweiten wurden 2009 im Segment der 60- bis 69-Jährigen mit 83,0 % erzielt. Direkt dahinter liegen die Gruppen der über 70-Jährigen mit 82,2 % und der 50- bis 59-Jährigen mit 79,8 % Reichweite. Von den 40- bis 49-Jährigen greifen 72,6 % täglich zu einer Zeitung.

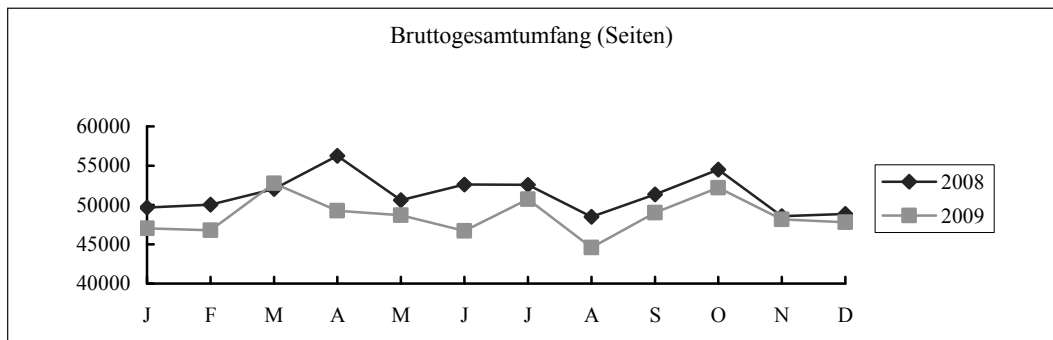
Das Interesse der Jugendlichen und jungen Leute an gedruckten Medien ist seit rund 20 Jahren in der Tendenz kontinuierlich rückläufig. Immerhin: Mit einem Anteil von 45,1 % liest täglich knapp die Hälfte der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren eine Tageszeitung (MA 2008: 47,1 %), das sind 2,0 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Bei den 20- bis 29-Jährigen liegt der Wert mit 56,3 % ebenfalls unter dem Vorjahreswert von 57,7 %. Vor zwei Jahren hatte es bei diesen beiden Altersgruppen sogar leichte Zuwächse gegeben. Im Segment der 30- bis 39-Jährigen ging die Reichweite mit 65,0 % gegenüber 66,8 % im Vorjahr stärker zurück.

Bei der weiteren Differenzierung nach Altersgruppen zeigt sich, dass die lokale oder regionale Abonnementzeitung traditionell von einer Leserschaft ab 40 Jahren bevorzugt wird. In der Altersgruppe zwischen 40 und 49 Jahren liegt die Reichweite bereits bei 58,7 % und steigt mit zunehmendem Alter bis auf 74,4 % bei den über 70-Jährigen an.

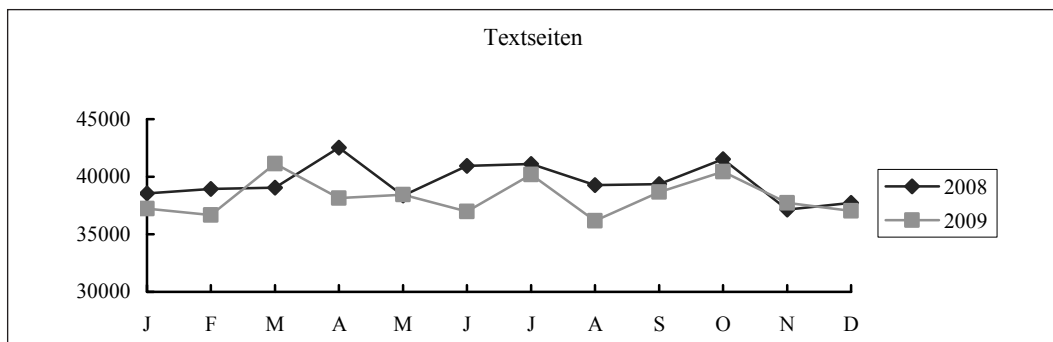
Dennoch ist die regionale Abonnementzeitung auch bei den jungen Lesern gut vertreten. Mehr als ein Drittel aller Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren (36,1 %) befasst sich mit dem Medium aus dem lokalen oder regionalen Verbreitungsgebiet. Im Segment der 20- bis 29-Jährigen werden schon 39,9 % dieser Altersgruppe von den regionalen Abonnementzeitungen täglich erreicht.

5. Anzeigenumfänge

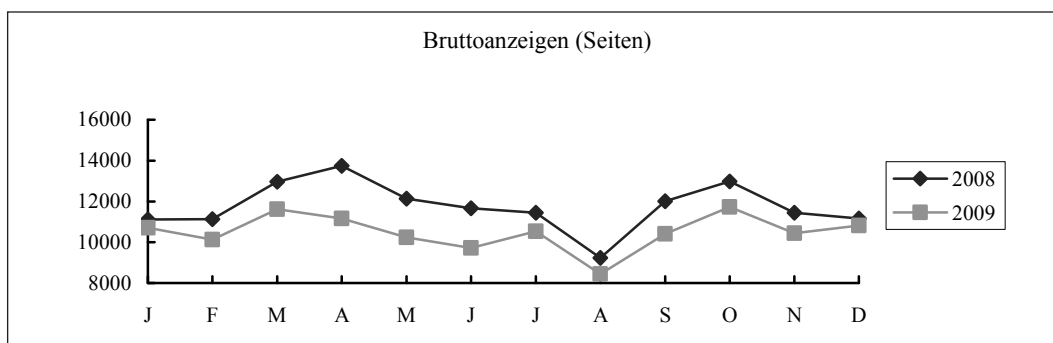
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt nahmen die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2009 im Vergleich zum Jahr 2008 um 5,1 %, die Textseiten um 3,3 % und die Bruttoanzeigen um 10,7 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank im Jahr 2009 um 10,3 %.



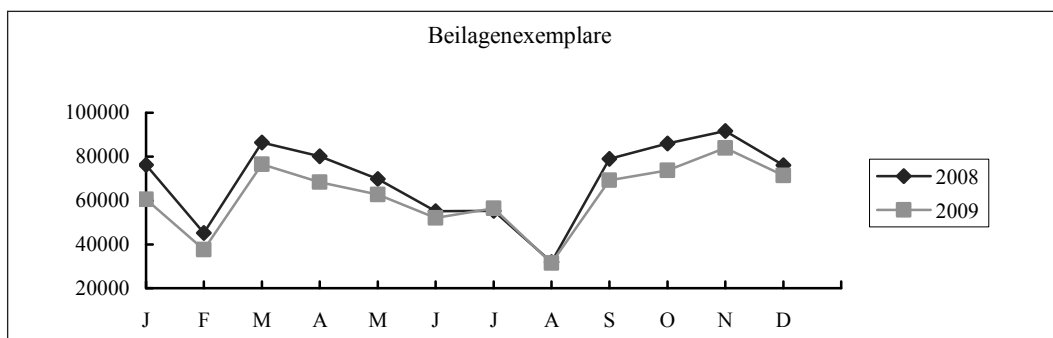
1. Bruttogesamtumfang 2009: -5,1 % (Bund: -5,5 %)



2. Textseiten 2009: -3,3 % (Bund: -3,3 %)



3. Bruttoanzeigen 2009: -10,7 % (Bund: -11,6 %)



4. Beilagen 2009: -10,3 % (Bund: -4,2 %)

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. Gemeinsame Jahrestagung von VSZV und VBZV am 14. Mai 2009 in Ulm

Am 14. Mai 2009 fand im Ulmer Maritim Hotel die gemeinsame Jahrestagung des VSZV und des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) statt. Diese gliederte sich in die Mitgliederversammlung des VSZV, an der 51 Vertreter aus 43 Verlagen teilnahmen, eine gemeinsame Festveranstaltung der beiden süddeutschen Verlegerverbände und einen von der Südwest Presse ausgerichteten festlichen Abend.

2. VSZV-Mitgliederversammlung

Der VSZV-Vorsitzende und Verleger des Reutlinger General-Anzeiger, Valdo Lehari jun., berichtete über die medienpolitische Arbeit des VSZV. Im Jahr 2008 habe sich der VSZV intensiv mit der Diskussion um den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag auseinanderzusetzen gehabt. Der Vertrag betreffe die Zeitungsverlage massiv, da in ihm der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks definiert werde und die rechtlichen Rahmenbedingungen für telemediale Angebote enthalten seien. Herr Lehari jun. unterstrich die Intensität und die Wirkungskraft der Bemühungen des VSZV, Bedenken der Zeitungsverleger gegen verschiedene Bestimmungen im Gesetzgebungsverfahren Gehör zu verschaffen.

Mit Blick auf die Ergebnisse dieser Bemühungen wies Herr Lehari jun. auf die Einführung des sog. Drei-Stufen-Tests hin, mit dem die öffentlich-rechtlichen Anbieter die Übereinstimmung ihrer Telemedienangebote mit dem rundfunkstaatsvertraglichen Funktionsauftrag überprüfen müssten und deren publizistische Notwendigkeit nachzuweisen hätten. Außerdem verbiete das Regelungswerk presseähnliche Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Internet.

An Art und Weise der geplanten Durchführung der Drei-Stufen-Tests sei allerdings Kritik zu üben, berichtete der VSZV-Vorsitzende und verwies in diesem Zusammenhang auf die Handhabung zweier auf den Jahreswechsel 2008/09 vorgezogener Testverfahren. Darüber hinaus könne man den Eindruck gewinnen, dass zur Rechtfertigung weiterer telemedialer Angebote in dritten Programmen Inhalte abgehandelt würden, die mit dem Funktionsauftrag der Anstalten nichts zu tun hätten. Dies geschehe offenbar allein deswegen, um diese Angebote als sendungsbezogen einordnen zu können und sie der Prüfung durch einen Drei-Stufen-Test zu entziehen.

Herr Lehari jun. berichtete, dass zwischenzeitlich die Vorbereitungen zur Umsetzung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages angelaufen seien. Dort gehe es u.a. um die Frage der Zulässigkeit der sog. Produktplatzierung in Fernsehsendungen, gegen die sich die Zeitungsverleger immer ausgesprochen hätten. Im Rechtsetzungsverfahren sei man den Bedenken der Verlegerverbände zumindest dahingehend gefolgt, dass Produktplatzierungen grundsätzlich verboten bleiben sollen; weit reichende vorgesehene Ausnahmen von diesem Verbot seien indes bedenklich. Der deutsche Gesetzgeber schieße hier in der Umsetzung weit über das Ziel der EU-Vorlage hinaus.

Herr Lehari jun. schilderte den Stand der Digitalisierung der Rundfunkübertragungswege. Gegenwärtig sei davon auszugehen, dass die Digitalisierung der terrestrischen Übertragungswege für Hörfunk nicht wie ursprünglich geplant umgesetzt und es den sog. „Big Bang“ im Jahr 2009 nicht geben werde. Als Erfolg der medienpolitischen Arbeit des VSZV könne indes verbucht werden, dass die Landesregierung vor dem Hintergrund der Digitalisierung dem Vorschlag gefolgt sei, die Zulassungen für Hörfunkanbieter um fünf Jahre zu verlängern.

Des Weiteren thematisierte Herr Lehari jun. die Pflichtveröffentlichung gemeindlicher Bekanntmachungen sowie von Handelsregisteranzeigen in Tageszeitungen. Bei der Veröffentlichung von Handelsregisteranzeigen habe der VSZV eine bundesweit vorbildliche Vereinbarung mit dem Justizministerium treffen können, mit der die lückenlose Belieferung der an der Weiterveröffentlichung der Handelsregisterbekanntmachungen interessierten Zeitungsverlage über das Ende der Bekanntmachungspflicht zum 31. Dezember 2008 hinaus gewährleistet sei. Unbefriedigend sei die Situation dem gegenüber nach wie vor im Bereich der Amtsblätter. Vereinzelt seien Kommunen hier sogar dazu übergegangen, kostenlose Anzeigenportale zu installieren – eine Praxis, die einem rechtsaufsichtlichen Verfahren unterzogen werden müsse.

Abschließend ging der VSZV-Vorsitzende auf Überlegungen zur Änderung der pressefusionsrechtlichen Bestimmungen ein. Hierzu habe die Delegiertenversammlung des BDZV einen Lösungsvorschlag verabschiedet. Die rechtlichen Hürden und Beschränkungen für ein multimediales Engagement der Verlage müssten reduziert werden. Obwohl die Zeitungsverlage von der Finanzkrise in verschiedenster Hinsicht betroffen seien, erhebe man keine Forderungen nach staatlichen Hilfen. Herr Lehari jun. führte aus, dass den Zeitungsverlagen „eher durch Zurückhaltung des Gesetzgebers in einzelnen Bereichen“ geholfen wäre.

Besonderen Dank sprach der Vorsitzende dem gastgebenden Verlag der Südwest Presse für die Einladung nach Ulm und die Mitorganisation der Jahrestagung aus und dankte insbesondere dem Verleger der Südwest Presse, Eberhard Ebner, für dessen unermüdliches ehrenamtliches Engagement in den Gremien von VSZV, BDZV und WAN.

Der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, berichtete über die Arbeit des Gremiums sowie über die VSZV-Anzeigenleitertagung im Herbst 2008. Zu Beginn seiner Ausführungen bilanzierte Herr Wilhelm die Anzeigenentwicklung in Baden-Württemberg und auf Bundesebene im Jahr 2008. Deutschlandweit hätten die Umsätze bezahlter Anzeigen in lokalen und regionalen Abonnementzeitungen um 3,5 % abgenommen. Baden-Württemberg habe 2008 mit einem Minus von 2,8 % gemeinsam mit Bayern das zweitbeste Ergebnis der sieben Nielsen-Gebiete erzielt. Nach einem weitgehend zufriedenstellenden ersten Halbjahr seien das dritte und insbesondere das vierte Quartal 2008 von einer deutlichen Werbezurückhaltung geprägt gewesen, die auch nach dem Jahreswechsel im Wesentlichen angehalten habe. Gegenwärtig bereite der Anzeigenmarkt den Zeitungsverlagen große Schwierigkeiten, denen mit Hartnäckigkeit und Kreativität begegnet werden müsse. Gerade in Zeiten der Krise, meinte Herr Wilhelm, müsse außerdem der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter noch größere Aufmerksamkeit gewidmet werden.

Der VSZV-Anzeigenausschuss befasste sich dem Bericht zufolge u. a. mit sublokalen Magazinen, den Verwerfungen auf dem TV-Werbemarkt und der Weiterveröffentlichung von Handelsregisterbekanntmachungen nach dem Auslaufen der Pflicht zur Bekanntmachung in Tageszeitungen zum Jahreswechsel 2008/09. Herr Wilhelm dankte dem VSZV für dessen erfolgreiche Bemühungen, den Zeitungsverlagen den Zugang zu den Registerbekanntmachungen über das Ende des Pflichtveröffentlichungszeitraums hinaus zu erhalten. Nachdem der Abdruck der Registerbekanntmachungen den Zeitungen seit Januar 2009 keine Einnahmen mehr beschere, müssen die Verlage nun abwägen, ob sie den Lesern den Service des Handelsregisters weiter bieten wollten. Perspektivisch müssten sich neue Erlösmodelle entwickeln lassen; einige baden-württembergische Zeitungsverlage gingen hier vorbildlich voran und hätten mit der Vermarktung ihrer Registerveröffentlichungen bereits erfolgreich begonnen.

Wolfgang Poppen, Verleger der Badischen Zeitung und Vorsitzender des VSZV-Vertriebsausschusses, gab einen Überblick über die Gremienarbeit im Vertriebsbereich und fasste anhand einer Präsentation die Auflagenentwicklung im Jahr 2008 und im ersten Quartal 2009 zusammen. Die Gesamtauflage der lokalen, regionalen und überregionalen Tageszeitungen habe

sich im ersten Quartal 2009 auf 19,7 Mio. belaufen. Dies ergebe im Jahresvergleich ein Minus von 2,5 %. Bei den lokalen und regionalen Abonnementzeitungen falle das Minus mit 1,8 % geringer aus. Deutlich stärker als die Abonnements (-1,96 %) habe hierbei der Einzelverkauf (-4,7 %) verloren. Auch in Baden-Württemberg wiesen die Quartalszahlen eine negative Auflagenentwicklung aus. Mit Verlusten von 1,5 % (Abonnements: -1,3 %; Einzelverkauf: -4,3 %) falle der Rückgang indes wie bereits in den Vorjahren schwächer als der Bundesdurchschnitt aus.

Bezüglich der Gremienarbeit im abgelaufenen Jahr konzentrierte sich Herr Poppen auf die bei der VSZV-Vertriebsleitertagung am 16. September 2008 in Neckarsulm thematisierten Briefaktivitäten der Zeitungsverlage sowie auf die im Raume stehenden Gesetzesänderungen beim Telefonmarketing. Mit Blick auf die Folgen der PIN-Insolvenz im Dezember 2007 sowie auf die Allgemeinverbindlicherklärung des Postmindestlohns bilanzierte Herr Poppen ein „Jahr der Konsolidierung und der Neuausrichtung der privaten Postaktivitäten“. Der Ausschussvorsitzende zeigte sich erfreut über die Tatsache, dass viele Verlage bis heute erfolgreich im Zustellgeschäft aktiv seien. Weder der Deutschen Post AG als einer der treibenden Kräfte der Mindestlohndiskussion noch dem Gesetzgeber sei es gelungen, den Zeitungsverlagen die Briefzustellung als Geschäftsfeld zu nehmen. Hinsichtlich des Telefonmarketings müsse betont werden, dass nicht die Zeitungsverlage, sondern andere Branchen im Mittelpunkt der diesbezüglichen Gesetzesdiskussion stünden. Unabhängig vom jeweils gültigen Wettbewerbsrecht bleibe das Telefonmarketing für die Zeitungsverlage jedoch von großer Bedeutung.

Abschließend bilanzierte Herr Poppen die Entwicklung des vom VSZV in Abstimmung mit dem baden-württembergischen Kultusministerium auf Landesebene koordinierten Projekts „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ im Berichtsjahr. Herr Poppen lud die anwesenden Verlagsvertreter ein, den Teilnehmerkreis von „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ zu ergänzen.

Die von VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte Abrechnung des Jahres 2008 und der von Verleger Matthias Schlecht, Kreiszeitung Böblinger Bote, vorgetragene Rechnungsprüfungsbericht wurden einstimmig genehmigt, ebenso der Etat-Voranschlag für das Jahr 2009. Außerdem beschloss die Mitgliederversammlung einstimmig die Änderung der Bestimmungen der VSZV-Satzung zur OT-Mitgliedschaft und die Erweiterung des Vorstands auf bis zu zehn Mitglieder einschließlich Vorsitzendem. Die Eintragung dieser Änderungen wurde der VSZV-Geschäftsstelle mit registergerichtlichem Schreiben vom 13. November 2009 bestätigt.

Auf der Mitgliederversammlung hatten turnusgemäß Wahlen zum Vorstand und die Wahl der stellvertretenden Delegierten des VSZV auf Bundesebene zu erfolgen. Darüber hinaus waren Wahlen und Benennungen zu den Verbandsgremien und Fachausschüssen erforderlich. Bei Enthaltung des Betroffenen wurde Valdo Lehari jun. hierbei einstimmig im Amt des VSZV-Vorsitzenden bestätigt. In der konstituierenden Vorstandssitzung, die traditionell nach der Mitgliederversammlung stattfand, wurden Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Eßlinger Zeitung, und Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, zu stellvertretenden Vorsitzenden bestimmt.

Bezüglich der weiteren Personalien sei auf den Tabellenteil XI des Jahresberichts verwiesen.

Zum Abschluss der Mitgliederversammlung berichtete der Geschäftsführer des Verbands Druck und Medien in Baden-Württemberg, Michael Hüffner, über die gegenwärtige Tarifsituation in der Druckindustrie. Die Tarifverhandlungen für die Beschäftigten in der Druckindustrie seien am 30. April 2009 in der zweiten Runde nach langen Gesprächen vertagt worden. Die Arbeitgeber hätten ein Angebot vorgelegt, das die Gewerkschaft ver.di als zu gering zurückgewiesen habe. Es sehe eine Einmalzahlung im Oktober 2009 in Höhe von 200 Euro vor sowie eine lineare Lohnerhöhung von 1,4 % ab dem 1. April 2010. Die Laufzeit des Vertrages solle, rückwirkend ab dem 1. April 2009, 24 Monate betragen. Beide Lohnkomponenten sollten je nach wirtschaftlicher Lage des Betriebes aufgeschoben bzw. abgesenkt werden können. Man

habe in den Verhandlungen deutlich gemacht, dass die Unternehmen diese Öffnungen als flexibles Steuerungsinstrument in Zeiten der Krise dringend benötigten, erläuterte Herr Hüffner. Die Betriebe sähen in diesem Jahr keinen Verteilungsspielraum.

Zusätzlich sprach Herr Hüffner das Thema „OT-Mitgliedschaften“ an. Herr Hüffner ging diesbezüglich auf zwei Gesetze ein, deren Inhalte die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen für Arbeitgeber außerhalb tariflicher Regelungen künftig mit beeinflussen könnten: das Arbeitnehmer-Entsendegesetz, auf dessen Grundlage in Deutschland in bestimmten Branchen Mindeststandards für Arbeitsbedingungen festgelegt werden könnten, sowie das kürzlich reformierte Mindestarbeitsbedingungengesetz (MiArbG). Das aus dem Jahr 1952 stammende Mindestarbeitsbedingungengesetz sei reformiert worden, um Mindestlöhne festzusetzen, wenn die tarifgebundenen Arbeitgeber in einem Wirtschaftszweig bundesweit weniger als die Hälfte der in den Geltungsbereich der Tarifverträge fallenden Arbeitnehmer beschäftigten. Im Bundesarbeitsministerium werde ein Hauptausschuss eingerichtet, dessen Aufgabe es sei, festzustellen, ob Mindestlöhne als Mindestarbeitsbedingungen festgesetzt werden müssten. Zusätzlich werde für die betroffene Branche ein Fachausschuss gebildet. Dieser lege dann fest, wie hoch der Mindestlohn im konkreten Fall sein solle. Der von einem Fachausschuss vorgeschlagene Mindestlohn könne dann auf Vorschlag des Bundesarbeitsministeriums durch eine entsprechende Verordnung des Bundeskabinetts festgesetzt werden. Da das MiArbG insofern einen erheblichen Eingriff in die Tarifautonomie darstelle, lasse sich vor diesem Hintergrund durchaus feststellen, dass ein funktionsfähiger Flächentarifvertrag auch die Betriebe vor staatlicher Einflussnahme schütze, meinte Herr Hüffner.

3. Festveranstaltung von VSZV und VBZV

Ansprache des VSZV-Vorsitzenden Valdo Lehari jun.

Herr Lehari jun. ging in seiner Rede auf die Entwicklung der Pressefreiheit in Europa und in Deutschland ein. Bedauerlicherweise mehrten sich auch in europäischen Ländern Anzeichen pressefeindlicher Regelungen. Selbst in der Bundesrepublik sei die Pressefreiheit nicht un gefährdet. Herr Lehari jun. erinnerte in diesem Zusammenhang an unverhältnismäßige staatliche Reaktionen im „Fall Cicero“ und an die Diskussion um die Vorratsdatenspeicherung und das BKA-Gesetz. Die Pressefreiheit könne von zwei Seiten gefährdet werden: von staatlicher Seite, was den verfassungsrechtlichen Schutz sowie den wirtschafts- und ordnungspolitischen Rahmen betreffe, sowie durch Marktbedingungen und die Wirtschaftslage.

Der VSZV-Vorsitzende betonte den hohen Qualitätsanspruch der Tageszeitungen und merkte an, dass auch nach jüngsten Untersuchungen die Tageszeitung, was den Faktor Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit angehe, von keinem anderen Medium übertroffen werde. Dies gelte auch für jüngere Zielgruppen. Die tägliche Berichterstattung über die aktuelle ökonomische und gesellschaftlich-soziale Lage in der Region, im Land und weltweit sei eine immense redaktionelle Herausforderung. Hierbei helfe die gute qualitative Ausbildung der Redaktionen.

Herr Lehari jun. dankte dem Ministerpräsidenten des Landes Baden-Württemberg, Günther Oettinger, für dessen Einsatz für einen für die Verlage akzeptablen Kompromiss bei der Ausformulierung des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags. Er appellierte an den Ministerpräsidenten, darauf zu achten, dass die Drei-Stufen-Tests nach rechtsstaatlichen Prinzipien durchgeführt werden. Hinsichtlich der Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wies er darauf hin, dass die Zeitungsverleger unverändert der Auffassung seien, dass „bezahlte Schleichwerbung“ in leichten Unterhaltungssendungen im Fernsehen die Agenturen und Werbetreibenden dazu bringen könnten, eine entsprechende Handhabung auch im redaktionellen Angebot der Zeitungen zu verlangen. Damit würde letztendlich die Glaubwürdigkeit der Tageszeitung unterminiert.





Der VSZV-Vorsitzende sprach sich weiterhin für die Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage im Urheberrecht aus. Seit Jahren finde durch Suchmaschinenanbieter oder große Internetportale eine nicht mehr hinnehmbare ungenehmigte Nutzung der redaktionellen Leistungen der Tageszeitungen statt. Dieser „Kultur des Kostenlosen“ müsse politisch mit der gleichen Energie wie beim Daten- und beim Verbraucherschutz entgegengewirkt werden. Die Zeitungen hätten denselben Schutz wie die Musik- und Filmindustrie verdient. Herr Lehari jun. forderte darüber hinaus, es beim reduzierten Mehrwertsteuersatz für Zeitungsverlage zu belassen und erteile weiteren Werberegulierungen, wie sie gegenwärtig im Bereich der Alkoholwerbung, der Lebensmittelwerbung und der Automobilwerbung im Raume stünden, eine deutliche Absage. Werbung für legale Produkte genieße verfassungsrechtlichen Schutz und sei für die Existenz der Verlage von zentraler Bedeutung.

Zum Abschluss ging Herr Lehari jun. auf das Projekt „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ ein, das der VSZV in Zusammenarbeit mit der Landesregierung in den zurückliegenden Jahren erfolgreich auf den Weg gebracht habe. Die tägliche Nutzung der Zeitung im Schulunterricht helfe Kindern und Jugendlichen beim Erwerb ihrer Bildung und bei ihrer Erziehung zu mündigen Bürgern. Sowohl die Zeitungen als auch das Land hätten ein Interesse daran, die Einbindung der Tageszeitung in den Schulunterricht nun zu verstetigen und zu verbriefen.

Festvortrag des baden-württembergischen Ministerpräsidenten

Der baden-württembergische Ministerpräsident Günther Oettinger bekannte sich als Festredner der gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV zur Tageszeitung als unangefochtenes gesellschaftliches Leitmedium. Dem partnerschaftlichen Verhältnis der beiden Verlegerverbände zollte Herr Oettinger Respekt. Ganz gleich, ob in sportlichen, wirtschaftlichen oder kulturellen Belangen sei der deutsche Süden stark, so der Ministerpräsident. Auch eine miteinander verbundene Medienlandschaft sei in diesem Zusammenhang förderlich und bewahrend.

Im Gegensatz zu anderen Branchen vereinten die Zeitungsverlage die Arbeitgeberfunktion mit einer kulturschöpferischen Tätigkeit. Diese Melange zu erhalten, müsse der Politik mit Blick auf die Bedeutung der Zeitungsverlage für die Verankerung der Demokratie in der Gesellschaft am Herzen liegen. Der Ministerpräsident umriss das Wachstumspotential der süddeutschen Medienhäuser („Ihre Antwort auf die Globalisierung ist der Erhalt der regionalen Bindung“) und betonte die Notwendigkeit, mit konzertierten Aktionen wie dem vom VSZV in Zusammenarbeit mit dem baden-württembergischen Kultusministerium auf Landesebene koordinierten und schon von seinem Vorredner angesprochenen Projekt „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ um junge Leser zu werben. Hierbei könne es hilfreich sein, landesweit Redakteure in Schulen zu entsenden und den Jugendlichen die „Zeitung zu erklären“.

„Wenn lebenslanges Lernen ernst gemeint ist, sind Sie dafür das entscheidende Element. Nirgendwo lernen die Menschen so stark, wie durch Sie“, würdigte Herr Oettinger das Engagement der Verlage für die Bildung und die Vermittlung von Grundwerten. Der Staat, betonte der Ministerpräsident, wolle die Verlage bei ihrem werthaltigen Einsatz nach seinen Möglichkeiten unterstützen, nicht zuletzt in Zeiten rückläufiger Anzeigenvolumina, in denen gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Medien ein Wettbewerbsvorteil zukomme. Als Beispiel für denkbare staatliches Entgegenkommen erwähnte Herr Oettinger die gegenwärtigen Überlegungen zur Änderung des Pressefusionsrechts und zur Erleichterung nachbarschaftlicher Verlagskooperationen. „Im Rahmen dessen, was Sie begleiten und befürworten können, sind wir bereit, etwas mehr in Richtung Kooperation zu gehen“, sagte der Ministerpräsident den Zeitungsverlegern seine Unterstützung zu.



Grußworte

Der wiedergewählte VBZV-Vorsitzende Andreas Scherer, Augsburger Allgemeine, dankte der Südwest Presse für die Ausrichtung der Tagung und brachte seine Freude über das Treffen mit den baden-württembergischen Kollegen im „befreundeten Ausland“ zum Ausdruck. Herr Scherer sprach sich dagegen aus, dass die kostenlosen Internetangebote der Zeitungsverlage für kommerzielle Zwecke genutzt werden dürfen. „Wer die Leistung eines anderen nutzt, der muss dafür bezahlen, nämlich das, was diese Leistung wert ist“, sagte Herr Scherer. Wie bereits der baden-württembergische Ministerpräsident unterstrich auch Herr Scherer die Bedeutung der Jugendarbeit der Zeitungsverlage. In Bayern wolle man bei der Positionierung der Zeitung im Wettbewerb um junge Köpfe mit einem „Medienführerschein“ neue Wege gehen und Jugendliche wieder verstärkt für das gedruckte Medium interessieren. „Wir stehen für eine hoch innovative Branche, die mit viel Know-how, hohen technischen Standards und außerordentlicher Kreativität ein fantastisches Produkt, nämlich unsere vielfältigen Tageszeitungen, täglich neu erschafft“, betonte der VBZV-Vorsitzende.

Der Ulmer Oberbürgermeister Ivo Gönner erheiterte die Tagungsgäste mit einem humorigen Grußwort. Wie bereits Ministerpräsident Oettinger sprach sich Herr Gönner für eine noch engere Verbindung und Verzahnung der beiden süddeutschen Bundesländer aus. Als entscheidenden Faktor hierfür benannte der Ulmer Oberbürgermeister den Ausbau der Infrastruktur, nicht zuletzt durch eine zügige Verwirklichung des Projekts „Stuttgart 21“ einschließlich der ICE-Trasse zwischen Stuttgart und Ulm. In der gegenwärtigen wirtschaftlichen Krisensituation gelte es, alles zu unternehmen, um das unternehmerische Potential Süddeutschlands zu sichern und Gefahr von den „industriellen Kernen“ abzuwenden.

Referat „Copyright Initiative: Leistungsschutzrecht für Presseverlage“

Christoph Keese, Konzerngeschäftsführer Public Affairs der Axel Springer AG, beleuchtete die unbefriedigende betriebswirtschaftliche Situation journalistischer Webangebote im Internet und stellte fest, dass deutschlandweit kaum eine auch wirtschaftlich erfolgreiche journalistische Website zu finden sei. Zur Verdeutlichung der hieraus erwachsenden Problematik verwies Herr Keese auf den wirtschaftlichen Erfolg des amerikanischen Suchmaschinenbetreibers Google. Dieser habe im Jahr 2008 über 4 Mrd. Gewinn ausgewiesen – fast mehr, als die beiden größten deutschen Verlagshäuser zusammen als Umsatz erwirtschafteten.

Herr Keese führte weiter aus, dass sich im Internet eine „Kostenlos-Kultur“ für Medieninhalte eingebürgert habe, die das Erlöspotential publizistischer Onlineangebote erheblich beeinträchtigt. Versuche, Presseinhalte auf Webseiten kostenpflichtig zu machen, hätten überwiegend zum Einbruch der Zugriffszahlen geführt. Gegenwärtig subventionierten die Verlage ihre Internetangebote durch das Printgeschäft quer.

Die Zeitungsverleger, so Herr Keese, müssten sich vor dem Hintergrund dieser Situation Gedanken darüber machen, ob nicht noch andere Erlösquellen erschlossen werden könnten. In Frage komme hier die Etablierung eines urheberrechtlichen Leistungsschutzrechts für Verlage, wie es in ähnlicher Form u.a. bereits für ausübende Künstler, Veranstalter, Systemhersteller, Tonträgerhersteller und Sendeunternehmen existiere. Leistungsschutzrechte schützten Personen und Institutionen, die zwar nicht selbst Urheber seien, aber bei der Vermittlung urheberrechtlich geschützter Werke eine erhebliche Rolle spielten. Der Lösungsansatz über die Einführung eines eigenen Leistungsschutzrechtes beinhaltet einen originären Rechtsschutz für Presseerzeugnisse (Zeitungen, Zeitschriften, Online-Portale). Er ermögliche weiterhin bessere Lizenzierungsmöglichkeiten und eine Beteiligung an Geräteabgaben. Für ein verlegerisches Leistungsschutzrecht sprächen darüber hinaus der damit einhergehende Investitionsschutz, der Schutz der Vielfalt urheberrechtlich geschützter Werke, der Schutz vor der Ausnutzung

verwaister Werke, die Sicherung von Qualitätsinhalten im Internet und somit letztendlich die Sicherung der Pressevielfalt.

In Fortführung des Vortrags erläuterte Dr. Dietrich von Klaeden, Leiter der Abteilung Regierungsbeziehungen der Axel Springer AG, dass das Thema „Leistungsschutzrecht“ anlässlich der Schaffung des Urheberrechtsgesetzes bereits 1965 auf der Agenda gestanden, damals aber nicht entsprechend verfolgt worden sei. Anschließend habe es keine konzertierte Aktion der Presseverleger mehr zur Etablierung eines solchen Rechts gegeben. Im europäischen Ausland gebe es bereits Leistungsschutzrechte für Presseverleger, bspw. in Großbritannien. Dort ließen sowohl die britischen Zeitungs- als auch die Zeitschriftenverleger ihre Rechte durch Verwertungsgesellschaften wahrnehmen. Diese seien gegenwärtig auch damit befasst, neue Lizenzmodelle für den Online-Bereich zu entwickeln. Auch in Griechenland und Portugal existiere bereits ein – bislang auf Printmedien begrenztes – Leistungsschutzrecht.

Herr Dr. von Klaeden führte aus, dass die Axel Springer AG die Idee eines Leistungsschutzrechtes für Presseverlage Ende 2008 wieder aufgegriffen habe. Im Februar 2009 habe daraufhin eine Arbeitsgruppe „Copyright Initiative“ aus Vertretern von BDZV und VDZ die Arbeit aufgenommen. Am 16. April 2009 habe ein erstes Gespräch im Bundeskanzleramt mit Staatsminister Bernd Neumann stattgefunden, ein weiteres Gespräch am 12. Mai 2009 mit der Bundesministerin der Justiz, Brigitte Zypries. Sowohl Herr Neuman als auch Frau Zypries hätten signalisiert, dass sie die Initiative der Verleger unterstützten. Positive Signale seien auch von Oppositionsparteien gekommen. Auf europäischer Ebene habe sich die ENPA des Themas angenommen. Herr Dr. von Klaeden sprach dem VSZV-Vorsitzenden und ENPA-Präsidenten Valdo Lehari jun. seinen Dank hierfür aus.

Abendveranstaltung

Auf Einladung der Südwest Presse fand die gemeinsame Jahrestagung von VSZV und VBZV mit einem Empfang und festlichen Abendessen im Keplersaal des Ulmer Maritim Hotels ihren Ausklang. Beim gemeinsamen Aperitif sprachen der Geschäftsführer der Südwest Presse, Thomas Brackvogel, und der 2. Vorsitzende des VBZV, Dr. Laurent Fischer, zu den Gästen. Der bayerische Staatsminister und Leiter der bayerischen Staatskanzlei, Siegfried Schneider, fungierte als Dinnerspeaker.

4. Vorstand

Der VSZV-Vorstand traf sich im Berichtszeitraum am 18. März 2009 sowie am 27. Juli 2009 jeweils in Stuttgart.

Auf der Tagesordnung der Sitzung am 18. März 2009 standen neben den Verbandsregularien u.a. folgende Themen:

- Tarifrunde Verlagsangestellte
- Urhebervertragsrecht
- Handelsregisteranzeigen / Bekanntmachungsverordnung
- Novellierung des Landesmediengesetzes
- Pressefusionskontrolle
- Medienpolitik auf EU-Ebene

Bei der Sitzung am 27. Juli 2009 ging es im Schwerpunkt um

- Tarifpolitik
- Drei-Stufen-Test des SWR
- Datenschutz / Listenprivileg
- Amtliche Publizistik
- Digitalisierung des terrestrischen Rundfunks

Weiterhin hatte sich der Vorstand im Jahr 2009 mit dem Neuabschluss eines Gehaltstarifvertrages für die baden-württembergischen Verlagsangestellten sowie mit einer beitriffsrechtlichen Frage aufgrund der Umfirmierung eines Mitgliedsunternehmens zu befassen.

Außerdem kam der VSZV-Vorstand am 3. November 2009 zu einem Gedankenaustausch mit Ministerpräsident Günther Oettinger und dem baden-württembergischen Staatsminister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart im Staatsministerium in Stuttgart zusammen.

5. Gründung eines VSZV-Ausschusses Digitale Medien

In den vergangenen Jahren wurde aus Mitgliederkreisen immer wieder der Wunsch an die Verbandsgeschäftsstelle herangetragen, auf VSZV-Ebene einen Ausschuss für die Angelegenheiten digitaler Medien zu installieren. Der VSZV-Vorstand hat dieses Anliegen und die mögliche inhaltliche Ausrichtung eines solchen neuen Verbandsorgans seit Mai 2008 in mehreren Sitzungen intensiv erörtert und, insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung der Online-Aktivitäten der Zeitungsverlage, für die Einrichtung eines solchen Gremiums votiert. Bei seiner Zusammenkunft am 27. Juli 2009 hat der VSZV-Vorstand den Geschäftsführer der Südwest Presse, Thomas Brackvogel, mit der Leitung des neuen Ausschusses betraut. Am 7. Oktober 2009 fand in Stuttgart die konstituierende Sitzung des Gremiums statt. Anschließend kam der neue Ausschuss am 4. November 2009 in Ulm sowie am 7. Dezember 2009 in Mannheim zu weiteren Sitzungen zusammen.

Auf der Tagesordnung der Sitzung am 4. November 2009 standen u.a. folgende Themen:

- Das E-Reader-Projekt MoRE der Lufthansa Systems IS Consulting GmbH
- iPhone-App für die Zeitungsverlage?
- Online-Nutzerbefragungen von Mitgliedsverlagen
- Nutzen und Mängel verfügbarer Mediennutzungsstudien

Themen der Sitzung vom 7. Dezember 2009 waren

- Sachstandsbericht iPhone-App / Webseitenoptimierung für mobile Endgeräte
- Präsentation des Online-Benchmarking-Projekts der BDZV-AG Elektronisches Publizieren / Multimedia
- Das Vereinsportal der Badischen Zeitung
- Der Online-Adventskalender der Schwäbischen Post
- Besichtigung des Newsrooms des Mannheimer Morgen

Hauptanliegen des neuen Ausschusses ist die Ermöglichung eines intensiven Erfahrungs- und Meinungsaustauschs. Der VSZV-Ausschuss Digitale Medien soll die Funktion eines landesweiten Forums zu Onlinethemen erhalten und durch eine Einbeziehung hiermit verwandter anderer digitaler Themenkreise auch eine intensivere Verzahnung der Arbeit des VSZV mit dem Tätigkeitsfeld des in der VSZV-Geschäftsstelle beheimateten Verbands Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg (VPRA) ermöglichen.

III. Recht und Sozialpolitik

1. Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte

Zum 31. März 2009 hatte die Gewerkschaft ver.di den Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der baden-württembergischen Zeitungsverlage gekündigt. Gleichzeitig wurden auch der GTV für die Angestellten der Druckindustrie sowie das Lohnabkommen für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie gekündigt. Die Zentrale Tariffkommission der Gewerkschaft forderte sowohl für den Bereich der Druckindustrie als auch für die Zeitungsverlage in Baden-Württemberg eine Erhöhung der Löhne und Gehälter um 5 % auf 12 Monate, eine Forderung, die von den Arbeitgeberverbänden als unrealistisch zurückgewiesen wurde. Eine solche Erhöhung sei angesichts der zurückliegenden sowie der zu erwartenden wirtschaftlichen Entwicklung für die Unternehmen untragbar. Lohnerhöhungen in dieser Größenordnung würden angesichts der Auftragseinbrüche in der Industrie unmittelbar auf das Auftragsvolumen der Medienunternehmen durchschlagen und zur Gefährdung der bestehenden Arbeitsplätze führen.

Wie in der Vergangenheit nahm am 2. April 2009 zunächst die Druckindustrie die Tarifverhandlungen auf, nachdem im Vorfeld mit Vertretern aus den Zeitungsverlagen eine Einschätzung der Situation vorgenommen worden war. Dabei wurde auch die Frage erörtert, ob ggf. die bestehenden Manteltarifverträge zum 31. Dezember 2009 gekündigt werden sollten. Bereits in der zweiten Verhandlungsrunde am 30. April 2009 legten die Arbeitgeber ein erstes Angebot vor: eine Einmalzahlung in Höhe von 200 Euro im Oktober sowie eine lineare Lohnerhöhung von 1,4 % ab dem 1. April 2010, bei einer Laufzeit des Vertrages von zwei Jahren, rückwirkend ab dem 1. April 2009. Nachdem dieses Angebot von ver.di zurückgewiesen wurde, kam es zu den ersten Streiks, von denen ab dem 29. Mai 2009 auch die ersten Zeitungsverlage in Baden-Württemberg betroffen waren.

Am 2. Juni 2009 einigten sich Vertreter der Druckindustrie und Gewerkschaft auf eine lineare Erhöhung der Tariflöhne um 2,0 % zum 1. April 2010. Für das Jahr 2009 wurde eine Einmalzahlung im September in Höhe von 280 Euro sowie für Auszubildende und Altersteilzeitbeschäftigte in Höhe von 130 Euro festgelegt. Der Lohnstarifvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. März 2011. Gleichzeitig vereinbarten die Tarifvertragsparteien, dass der derzeit gültige Manteltarifvertrag ein Jahr länger in Kraft bleibt und frühestens zum 31. Dezember 2010 gekündigt werden kann. Nach Ablauf der Erklärungsfrist am 7. Juli 2009 traten die Vereinbarungen in Kraft.

Nachdem die Tarifvereinbarungen der Druckindustrie wirksam geworden waren, war innerhalb der Gremien des VSZV eine Entscheidung herbeizuführen, ob man sich diesen, wie in der Vergangenheit überwiegend praktiziert, im Wege der Übernahme des Verhandlungsergebnisses anschließen sollte. Nach sorgfältiger Abwägung der Situation empfahl der VSZV-Vorstand den Mitgliedern hierauf am 5. Oktober 2009 die Übernahme. Mit Ablauf der Erklärungsfrist zum 16. Oktober 2009 wurde der Tarifabschluss der Druckindustrie im Wesentlichen übernommen, lediglich der Auszahlungspunkt der Einmalzahlung wurde zeitlich angepasst: Mit Wirkung zum 1. April 2010 wurden somit die Tarifgehälter ab dem 1. April 2010 um 2,0 % erhöht und eine Einmalzahlung in Höhe von 280 Euro brutto, zahlbar mit dem Oktobergehalt vereinbart, für Auszubildende ein Betrag von 130 Euro brutto. Teilzeitbeschäftigte und Angestellte in Altersteilzeit erhielten die Einmalzahlung anteilig. Der GTV kann erstmals zum 31. März 2011 mit einmonatiger Frist gekündigt werden. Die Tarifparteien verpflichteten sich weiterhin, den Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage frühestens zum 31. Dezember 2010 zu kündigen. Dabei sollen im Falle der Kündigung die bei einem Neuabschluss vereinbarten Änderungen frühestens zum 1. September 2011 wirksam werden.

2. Streiksituation während der Tarifverhandlungen

Während der Tarifverhandlungen in der Druckindustrie kam es bundesweit zu Streikaktionen, von denen ab dem 29. Mai 2010 auch Zeitungshäuser in Baden-Württemberg betroffen waren. Zu schwerwiegenden Auswirkungen auf das Erscheinen der Zeitungen kam es nicht; allerdings erschienen einige Zeitungsausgaben in reduziertem Umfang.

3. Urhebervertragsrecht / Urheberrecht

Gemeinsame Vergütungsregeln

Mit Wirkung ab 1. Juli 2002 hatte der Gesetzgeber fraktionsübergreifend die Regelungen zum Urhebervertragsrecht verabschiedet. Sein in der Gesetzesbegründung genanntes Ziel war, die wirtschaftliche Lage der Urheber zu verbessern. Danach hat der Urheber einen unabdingbaren Anspruch auf eine angemessene Vergütung, die er gegebenenfalls auch nachträglich geltend machen kann, wenn er das vertraglich vereinbarte Honorar für zu niedrig hält. Gleichzeitig wurden Verwerter- und Urheberverbände in dem Gesetz aufgerufen, gemeinsame Vergütungsregeln zu vereinbaren. Darüber hinaus wurde den Urheberverbänden, wozu insbesondere die beiden Gewerkschaften DJV und ver.di gehören, gesetzlich die Möglichkeit eingeräumt, statt die Verwerterverbände die einzelnen Verwerter, also die Verlage, zu entsprechenden Verhandlungen aufzufordern.

Für den Fall, dass in freien Verhandlungen kein Ergebnis erzielt wird, können die Gewerkschaften verlangen, diese in einer Schlichtungsinstanz fortzusetzen. Der einzelne Verlag kann sich weder der Verhandlungsaufforderung noch den Schlichtungsverhandlungen entziehen.

Nachgebildet ist das Schlichtungsverfahren dem aus dem Betriebsverfassungsgesetz bekannten Einigungsstellenverfahren. Es endet auf jeden Fall mit einem Schlichtungsspruch, der dann zwar abgelehnt werden kann, nach Auffassung des Gesetzgebers und der maßgebenden Urheberrechtsautoren aber faktische Wirkung zeigt, weil sich die Gerichte im Streitfall nach ihm richten.

Bereits heute ist feststellbar, dass Gerichte auf die Tarifsätze im Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten zurückgreifen, wenn es um die Bemessung der Honorarhöhe geht, auch wenn dieser Tarifvertrag nicht einschlägig ist.

Um die Verlage davor zu bewahren, in Einzelverhandlungen mit den Gewerkschaften eintreten zu müssen, haben der BDZV unter Vorsitz von Werner Hundhausen und Vertreter einzelner Landesverbände (der VSZV wurde durch seinen Geschäftsführer Stephan Bourauel vertreten) über sechs Jahre mit den Gewerkschaften verhandelt. Dabei wurde von vornherein klar gestellt, dass sich das Verhandlungsmandat der Verlegervertreter nicht auf die neuen Bundesländer (mit Ausnahme von Sachsen), Berlin und Hessen bezieht.

Die Verhandlungen wurden am 30. November 2009 beendet. Kernpunkte des Verhandlungsergebnisses sind:

- Das Regelwerk gilt nur für hauptberufliche freie Journalisten und damit nicht für Nebenberufler wie z.B. dem Lehrer, der in seiner Freizeit Artikel für die Zeitung schreibt.
- Mit dem Honorar werden die wesentlichen Urheberrechte, die im Regelwerk genannt sind, abgegolten. Dabei ersetzt dieses nicht den Individualvertrag. Kein Verlag ist gehindert, mit den Autoren individualrechtlich das Urheberrecht anders zu regeln. Die im Regelwerk genannten Honorare sind Bemessungsgrundlage für dort ausgewiesene Honorare, wenn sich der Verlag individualrechtlich die genannten Nutzungsrechte einräumen lässt.

- In ihrer Struktur lehnen sich die gemeinsamen Vergütungsregeln an die des Tarifvertrages für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an, weichen jedoch von ihm ab. Die erste Abweichung betrifft die Höhe der Honorare für Wortbeiträge. Sie sind nicht als Fixbeträge ausgewiesen, sondern als Spannenwerte. Dabei liegen sie regelmäßig 7,5 % bis 15 % unterhalb der Honorare im Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten. Des Weiteren wurde eine neue Auflagenstaffel „über 200.000“ eingeführt, bei der der untere Spannenwert ebenfalls niedriger ist als das Honorar im Tarifvertrag für Zeitungen mit einer Auflage von „über 100.000“.
- Wie im Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen wird zwischen Erst- und Zweitdruckrecht unterschieden, wobei die Spannenwerte zum Zweitdruckrecht um rund 20 Prozent unterhalb der in den gemeinsamen Vergütungsregeln ausgewiesenen Honorare zum Erstdruckrecht liegen. In vielen Fällen reicht den Verlagen das Zweitdruckrecht aus.
- Welche Rechte mit dem Honorar abgegolten sind, ist ebenfalls bestimmt. Nicht durchzusetzen war, dass mit dem Honorar sämtliche Verwertungsrechte, die denkbar sind, bezahlt werden. Dabei spielte auch die Regelung im MTV Redakteure eine Rolle, wonach der Redakteur zwar dem Verlag sämtliche Nutzungsrechte einräumt, in bestimmten Fällen aber Anspruch auf eine zusätzliche Bezahlung hat.

Keine Einigung konnte über die Höhe der Bildhonorare erzielt werden. Der BDZV hat sich deswegen bereit erklärt, seinen Mitgliedern zu empfehlen, die von ihm genannten Honorare nicht zu unterschreiten. Während der DJV und ver.di die Übernahme der Sätze aus dem Tarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen freien Journalisten verlangt hatten, hatte der BDZV wesentlich niedrigere Beträge vorgeschlagen.

Innerhalb des VSZV wurde eine Erklärungsfrist für den 19. Januar 2010 festgelegt, die, ohne dass Einwendungen erhoben wurden, verstrichen ist. Auf BDZV-Ebene wurde die Erklärungsfrist aufgrund weiteren Diskussionsbedarfs einiger Mitgliedsverlage aus anderen Landesverbänden auf den 29. Januar 2010 verlängert, um anstehende Sachfragen in einer Telefonkonferenz des Erweiterten Präsidiums mit Vertretern der Verlage abschließend klären zu können.

Die gemeinsamen Vergütungsregelungen gelten seit dem 1. Februar 2010.

Urheberrechte in der wissensbestimmten Wirtschaft

Mit Schreiben vom 26. November 2009 hat der VSZV gegenüber Staatsminister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart Stellung zu aktuellen urheberrechtlichen Fragen genommen. Dem war am 3. November 2009 ein Treffen mit Ministerpräsident Günther Oettinger vorausgegangen, bei dem die Entwicklung des Urheberrechts ebenfalls auf der Tagesordnung stand. So ging es dabei um die Erweiterung des Urhebergesetzes, um ein Leistungsschutzrecht für die Presseverlage sowie um die Anpassung des Urheberrechts in der „wissensbestimmten Wirtschaft“. Letztere Fragen werden ggw. in den zuständigen Gremien der Europäischen Gemeinschaft beraten und werden künftig Gegenstand von Abstimmungen in Bundestag und Bundesrat. Dabei geht es u.a. darum, die Urheberrechte von Verlagen durch Erweiterung und Ergänzung bestehender urheberrechtlicher Schrankenbestimmungen zugunsten von Bibliotheken, Archiven, Wissenschaftlern und Suchmaschinen einzuschränken, was mit der Gefahr verbunden ist, dass der Vertrieb, vor allem aber auch die Refinanzierungsmöglichkeiten von Zeitungsinhalten weiter geschwächt werden, wenn dadurch weitere Teile redaktioneller Angebote den Lesern im Wesentlichen unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden sollen. Vorgetragen wurde, dass das Angebot hochwertiger redaktioneller Inhalte nicht in bestehendem Maße aufrechterhalten werden könne, wenn die Finanzierungsquellen der Verlage weiterhin beschnitten würden. Erforderlich sei dagegen, darüber nachzudenken, wie die schwindenden Finanzierungsmög-

lichkeiten der Presse stabilisiert bzw. verbessert werden können, um die Rahmenbedingungen für eine freie, unabhängige, vielfältige und wettbewerbsfähige Presse auch in Zukunft zu gewährleisten.

4. Ehrenamtliche Richter

Bei den Arbeitsgerichten des Landes waren im Berichtsjahr als ehrenamtliche Richter tätig:

Dr. Volker Diesbach, Weinheim,
beim Landesarbeitsgericht Mannheim,

Manfred Gläser, Bietigheim,
beim Landesarbeitsgericht Stuttgart,

Dr. Hansjörg Jaumann, Lörrach,
beim Arbeitsgericht Lörrach,

Michael Schuchardt, Mannheim,
beim Arbeitsgericht Mannheim,

Martin Jooß, Stuttgart,
beim Arbeitsgericht Stuttgart.

IV. Medienpolitik

1. Änderungen des Rundfunkstaatsvertrages

11. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Der 11. Rundfunkänderungsstaatsvertrag enthielt nur die Umsetzung der KEF-Empfehlung für die Erhöhung der Rundfunkgebühr. Der Staatsvertrag ist zum 1. Januar 2009 in Kraft getreten. Seitdem beträgt die Grundgebühr 5,76 Euro, die Fernsehgebühr 12,22 Euro.

12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Von erheblichem Interesse für die Zeitungsverlage sowie alle Beteiligten des dualen Rundfunksystems waren die Inhalte des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (12. RfÄndStV), der die Umsetzung der Zusagen gegenüber der EU-Kommission im Rahmen des EU-Beihilfeverfahrens gegen ARD und ZDF beinhalten sollte.

Einen der Kernpunkte bildete hier die Frage, mit welchen Angeboten und wie sich die öffentlich-rechtlichen Anbieter im Internet präsentieren können.

Bereits im Mai des Jahres 2008 war hier die Diskussion, die sich mit der Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten des Internets zunehmend verschärft hat, voll entbrannt. Die Gefahr, dass durch Angebote im Internet die herkömmliche Zeitungsnutzung substituiert wird, ist grundsätzlich nicht von der Hand zu weisen.

Die Position der Verlegerverbände war hierzu immer, dass Angebote von ARD und ZDF im Internet, die über die Anstaltspräsentation hinausgehen, nur sendungsbezogen zulässig sein sollen und eine „elektronische Presse“ nicht stattfindet. Mit Rundfunkgebühren dürfe nicht ein ungebremseter Wettbewerb öffentlich-rechtlicher Sender zulasten privater Anbieter im Netz finanziert werden.

Der Drei-Stufen-Test

In Konsequenz der Evaluierung des Rundfunkstaatsvertrages war nun ein Testverfahren in das Regelwerk eingebracht worden, mit dem geprüft werden sollte, ob ein geplantes oder die Veränderung eines bereits etablierten Angebots noch zum öffentlichen Auftrag der Anstalt gehört. Dieses Testverfahren wird als der sog. Drei-Stufen-Test bezeichnet (§ 11 f Absatz 3 des RfStV). Der Drei-Stufen-Test soll der Feststellung dienen,

- inwieweit ein Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht und
- ob es in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beitragen kann
- und dient der Bewertung, welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.

Weiterhin soll geprüft werden, in welcher Quantität und Qualität in dem von einem öffentlich-rechtlichen Online-Angebot betroffenen Bereich frei zugängliche private Angebote vorhanden sind und welche marktlichen Auswirkungen das geplante öffentlich-rechtliche Angebot haben wird.

Mit Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages am 1. Juni 2009 waren alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten angehalten, ihre Online-Angebote dem neu geschaffenen Drei-Stufen-Test zu unterziehen.

Außerdem wurden abgestufte Regelungen zur Begrenzung des Programmangebotes der Anstalten im Internet getroffen:

- Sendungen von Programmen dürfen auf Abruf sieben Tage nach deren Ausstrahlung,
 - Sendungen von bestimmten Großereignissen sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga dürfen auf Abruf bis zu 24 Stunden danach
- sowie
- inhaltlich und zeitlich auf eine konkrete Sendung bezogene Telemedien bis zu sieben Tage
- bereit gehalten werden.

Unter der Prämisse des Durchlaufens des oben bereits erwähnten Drei-Stufen-Tests (§ 11f Absatz 3 RfStV) dürfen allerdings die bereits o.g. Sendungen und sendungsbezogene Telemedien nach Ablauf bestimmter Fristen sowie auch nichtsendungsbezogene Telemedien bereit gestellt werden. Hier war auf massive Intervention der Verlegerverbände erreicht worden, dass in den entsprechenden Telemedienangeboten eine Befristung für die Verweildauer vorzunehmen ist; gleichzeitig war in den Rundfunkänderungsstaatsvertrag aufgenommen worden, dass nicht sendungsbezogene presseähnliche Angebote unzulässig sind, § 11f Abs. 2 Ziff. 3 RfStV.

Ebenfalls wichtig sind einige Grenzziehungen, die in § 11d Abs. 5 des neuen RfStV niedergelegt wurden. Dort ist geregelt, dass Werbung und Sponsoring in Telemedien nicht zulässig ist. Weiterhin wurde dort bestimmt, dass eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht zulässig ist.

Sehr wichtig war weiterhin, dass auf Intervention der Verlegerverbände erstmalig eine sog. Negativliste in die Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages aufgenommen worden ist. Die in einer Anlage zum Rundfunkstaatsvertrag aufgeführten Angebotsformen sind in Telemedienangeboten öffentlich-rechtlicher Anbieter nicht zulässig. Hier hatten der BDZV und seine Landesverbände bereits in den Jahren zuvor durch Anfertigung einer Stoffsammlung einen maßgeblichen Beitrag dazu geleistet, dass einige marktrelevante Betätigungsformen durch öffentlich-rechtliche Anbieter von vornherein ausgeschlossen werden.

Diese Negativliste (Anlage zu § 11d Abs. 5 Satz 4 RfStV) beinhaltet folgende Punkte:

1. keine Anzeigenportale, Anzeigen oder Kleinanzeigen
2. keine Branchenregister und -verzeichnisse
3. keine Preisvergleichsportale sowie Berechnungsprogramme (z.B. Preisrechner, Versicherungsrechner)
4. keine Bewertungsportale für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkte
5. keine Partner-, Kontakt-, Stellen- und Tauschbörsen
6. keine Ratgeberportale ohne Sendungsbezug
7. keine Business-Networks
8. keine Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes
9. keine Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches
10. keine Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich
11. keinen Routenplaner

12. keine Verlinkung ohne redaktionelle Prüfung;
Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen und nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen
13. kein Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen
14. keine Spieleangebote ohne Sendungsbezug
15. kein Fotodownload ohne Sendungsbezug
16. kein Veranstaltungskalender
(sendungsbezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig)
17. keine Foren, Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung;
Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig.
Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

Bedauerlicherweise wurden nicht alle Argumente der Zeitungsverleger gleichermaßen berücksichtigt.

Kritik gibt es nach wie vor an der praktischen Durchführung und Ausgestaltung des Drei-Stufen-Tests: Hauptkritikpunkt der Verbände ist die Tatsache, dass die Kriterien für die Ermittlung, wann neue oder veränderte Angebote vorliegen – und das Testverfahren also überhaupt anzuwenden ist – durch die Anstalten in Eigenregie festgelegt werden. Erst wenn die Sender zu dem Ergebnis kommen, dass dies gegeben ist, sind die Rundfunkgremien mit dem Testverfahren zu befassen. Private Stellen können nur im Wege einer Stellungnahme, die innerhalb einer Frist von „mindestens sechs Wochen nach Veröffentlichung des Vorhabens erfolgen soll“, an den Entscheidungen beteiligt werden. Nach § 11 f Abs. 5 des RfStV trifft der Rundfunkrat dann mit der Mehrheit von zwei Dritteln der Mitglieder eine Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots den o.g. Anforderungen des Drei-Stufen-Tests genügt. Dabei muss in den Entscheidungsgründen lediglich unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen dargelegt werden, ob das neue oder veränderte Angebot vom Auftrag der Rundfunkanstalt umfasst ist.

Wie zu befürchten, hat sich gezeigt, dass es nicht zu harten Entscheidungen gekommen ist – gerade auch deshalb, weil die kurzen Fristen es kaum möglich machen, sich allen aufgeworfenen Sachfragen in der erforderlichen Breite zu widmen.

Noch bevor die Regelungen des Rundfunkstaatsvertrages vollumfänglich in Kraft getreten sind, hat bereits der Streit um die Qualität des Drei-Stufen-Tests begonnen: Im Dezember 2008 haben der NDR und der MDR vorgezogene Prüfungen einzelner Telemedienangebote initiiert. Es handelte sich dabei um Angebote des MDR für neue digitale Angebote des KI.KA (KI.Kaninchen und KI.KAplus) sowie um die NDR-Mediathek. Dabei drängte sich der Eindruck auf, dass mit Blick auf den künftigen Drei-Stufen-Test schon vor Inkrafttreten des 12. RfÄndStV Fakten geschaffen und somit zu diesem Zeitpunkt noch ausstehende Entscheidungen der Landesparlamente unterlaufen werden sollten.

Noch vor dem eigentlichen Inkrafttreten des Rundfunkstaatsvertrages wurde außerdem deutlich, dass die eingeräumten Fristen zur Stellungnahme bei weitem nicht ausreichen konnten, um eine sachgerechte Ermittlung der wettbewerbsrelevanten Betroffenheit der Mitgliedsunternehmen durchführen zu können. Der Rundfunkrat des NDR ist den expansiven Bestrebungen der Anstalt nicht entgegengetreten und im Frühjahr 2009 zu dem Ergebnis gekommen, dass die NDR-Mediathek vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst sei und den Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrages gerecht werde. Auch der MDR-Rundfunkrat kam kurze Zeit später zu gleichen Ergebnissen.

Auch an der Abfassung der sog. Negativliste, deren Aufnahme in den RfStV grundsätzlich sehr zu begrüßen ist, lässt sich Kritik üben.

Unklar ist, ob die Liste in der derzeit vorliegenden Form dazu geeignet ist, den ursprünglich zugesagten illustrativen Charakter zu wahren, also veranschaulichend und erläuternd zu wirken. Darüber hinaus beinhaltet die Aufzählung in der Liste einige Unklarheiten, die der Präzisierung bedürfen. Nicht nachvollziehbar ist, um ein Beispiel zu nennen, warum das Angebot „soziale Netzwerke“ nicht aufgenommen wurde. Ausdrücklich sind nur „Business-Networks“ unzulässig. Beide Arten von Netzwerken werden jedoch in großem Maße von privaten Anbietern angeboten. Es besteht kein öffentlicher Bedarf auf Erbringung solcher Dienstleistungen durch einen gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter.

Auch die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) übte Anfang Juni 2009 an der Art und Weise, wie die vorgezogenen Verfahren bei NDR und MDR durchgeführt worden waren, Kritik: Nach Auffassung der DLM seien die Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages nicht hinreichend umgesetzt worden. So sei eine sachlich ausgewogene Ergebnisfindung bei den vorliegenden Gutachten nicht gegeben, so dass die Ergebnisse zum Vorteil der Auftraggeber beliebig gesehen werden könnten. Gleich sei bei allen Gutachten, dass öffentlich-rechtliche Angebote per se als höherwertig einzustufen seien als private Angebote.

Neben handwerklichen Fehlern kritisierte die DLM auch falsche und unbegründete Schlüsse und Interpretationen zu den ökonomischen Auswirkungen auf die privaten Angebote, Erlösaussichten sowie Werbemärkte und deren Entwicklung. Bei der Marktdefinition ermittelten die Landesmedienanstalten eine Beliebigkeit bei der methodischen Vorgehensweise. Ebenso sahen die Landesmedienanstalten eine teilweise mangelnde Repräsentativität bei der Datenerhebung.

Das Testverfahren zu den SWR-Angeboten in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz

Zum 3. Juni 2009 begann das Drei-Stufen-Testverfahren für die SWR-Angebote

- SWR.de
- SWR3.de
- DASDING.de
- Kindernetz.de
- Planet-Schule.de (kooperiertes Angebot mit dem WDR)
- SWR2 Archivradio (ausschließlich im Internet verbreitetes Hörfunkprogramm)

Dazu noch federführend durch den SWR für die ARD:

- ARD.de
- EinsPlus.de

Den Verbänden waren hierzu umfangreiche Gutachten des SWR zugänglich gemacht worden. Die Äußerungsfrist war bis zum 29. Juli 2009 bemessen.

Bereits im Vorfeld hatten sowohl BDZV und VSZV als auch die Rundfunkverbände APR und VPRA ihre Mitgliedsunternehmen über die geplanten Verfahren ausführlich informiert und Abfragen unter den Unternehmen durchgeführt, durch welche Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter besondere Beeinträchtigungen zu befürchten seien. Um eine möglichst effektive Bearbeitung der Stellungnahmen zu garantieren, hatten sich VSZV, VPRA und der Verband der Zeitungsverleger in Rheinland Pfalz und Saarland dazu entschlossen, eine gemeinsame Stellungnahme für die in den Landesgebieten des SWR-Staatsvertrages erstellten SWR-Angebote zu fertigen. Federführend wurde die Stellungnahmen durch den VSZV erstellt.

Noch vor Abgabe der Stellungnahme wurde dem damaligen CDU-Fraktionsvorsitzenden und heutigen Ministerpräsidenten Stefan Mappus am 22. Juli 2009 durch den VSZV-Vorsitzenden Valdo Lehari jun. und Geschäftsführer Stephan Bourauel in einem Gespräch die medienpolitische Situation erläutert und in diesem Zusammenhang auch über die Online-Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gesprochen. Anlässlich des laufenden Testverfahrens wurden dem Fraktionsvorsitzenden die Bedenken der Zeitungsverleger ausführlich dargelegt.

Am 27. Juli 2009 haben der VSZV, der VPRA und der Verband der Zeitungsverleger in Rheinland-Pfalz und Saarland ihre Stellungnahmen gegenüber dem Vorsitzenden des SWR-Rundfunkrats, Dr. Harald Augter, abgegeben.

In der Stellungnahme wurde aufgezeigt, dass die vom SWR vorgelegten Telemedienkonzepte keine Grundlage für eine ernsthafte Überprüfung des Bestandsangebots nach Maßgabe der rundfunkstaatsvertraglichen Vorgaben liefern können. Alle Konzepte versäumten es, substantiierte Angaben zum Sendungsbezug der einzelnen Telemedienangebote zu machen; ferner begnügten sie sich mit Blick auf das in § 11d Abs. 2 Nr. 3 RfStV enthaltene Verbot nicht sendungsbezogener presseähnlicher Angebote mit eher untauglichen bzw. pauschalen Feststellungen. Gleiches gelte für das durch § 11d Abs. 5 Satz RfStV gesetzlich geregelte Verbot flächendeckender Online-Lokalberichterstattung.

Außerdem wurde dargelegt, dass die vorgenommenen Wettbewerbspriorisierungen sowie die vorgelegten Verweildauerkonzepte schwerwiegende Mängel aufwiesen. Stattdessen sei die Konzeptbeschreibung an vielen Stellen von Formelhaftem und von Selbstverständlichkeiten geprägt. Zahlreiche in den Konzepten enthaltene Aussagen verfehlten den Kern dieses Drei-Stufen-Test-Verfahrens.

Klargestellt wurde weiterhin, dass ungeachtet der vielfach vorgenommenen inhaltlichen Selbstbewertung des SWR als „Garant für Meinungsvielfalt“ mit solchen Behauptungen keine Auftragsrelevanz eines kommunikativen Bedürfnisses unterfüttert werden könne. Der SWR hatte mit einer Vielzahl derartiger Einschätzungen zu seiner Rolle in der Medienlandschaft Stellung bezogen, ohne hierdurch zur Sachprüfung seiner einzelnen Online-Angebote beizutragen. So erklärte er pauschal, die in der Anlage zu § 11d Abs. 5 Satz 4 RfStV enthaltene Negativliste zu respektieren, ohne sich in den vorgelegten Gutachten hierzu auch inhaltlich zu äußern.

Letztendlich kamen die Verbände in ihrer Stellungnahme zu dem Ergebnis, dass die Befassung mit den Inhalten von www.SWR.de, www.SWR3.de, www.DASDING.de sowie für das Archivradioprojekt des Südwestrundfunks in den Aufgabenbereich der verantwortlichen Rundfunkräte fallen oder die Prüfung einem vorgabenkonformen Folgeverfahren vorbehalten bleiben müsse.

Auch nachdem die Stellungnahmen zu den Telemedienangeboten des SWR abgegeben waren bestand weiterhin die Notwendigkeit, die Diskussion mit den Beteiligten zu führen, um auf die Mängel der Verfahren hinzuweisen. Bei einem Treffen mit Vertretern des SWR-Rundfunkrats am 3. Dezember 2009 haben VSZV und BDZV die Diskussion um die o.g. Mängel des Drei-Stufen-Tests fortgeführt und den Gremienmitgliedern die Kritik der Medienverbände nochmals anhand praktischer Beispiele erläutert.

Zu den Online-Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat der VSZV zuletzt gegenüber dem baden-württembergischen Ministerpräsidenten Stefan Mappus (Schreiben vom 11. März 2010) sowie dem Mitglied des SWR-Rundfunkrats, Prof. Hans-Peter Mengele, Industrie- und Handelskammertag Baden-Württemberg (Schreiben vom 12.3.2010), Stellung genommen.

13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Die Evaluierung der Rundfunkstaatsverträge nahm auch im Jahre 2009 ihren Fortgang. Die bereits im Jahre 2007 verabschiedeten Regelungen der EU-Fernsehrichtlinie (Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste 2007/65/EG vom 11. Dezember 2007, AVMDRL) sollten in den Rundfunkstaatsvertrag eingearbeitet werden.

Hier geht es zum einen darum, fernsehähnliche audiovisuelle Mediendienste dem Anwendungsbereich der Fernsehregulierung zuzuordnen, eine Auffassung, die die Zeitungsverleger immer abgelehnt haben. Die Regelungen der Fernsehrichtlinie sollen für alle Dienste auch im Internet gelten, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Bewegtbildern ist. Aus Sicht der Verlegerverbände ist es aber ein falscher Weg, die sehr restriktiven Regelungen für den Rundfunk, die aus einer Zeit der Frequenzknappheit stammen, auf den neuen Medienvertriebsweg Internet zu übertragen. So ist ein Nachrichtenportal eines Zeitungsverlages, das auch Nachrichtenvideos auf Abruf enthält, keinesfalls mit dem klassischen Fernsehen zu vergleichen.

Die Verlegerverbände werden weiterhin dafür eintreten, dass eine Ausweitung der Rundfunkregulierung unterlassen wird.

Zum anderen geht es auch um Fragen der sog. Produktplatzierung, die nach den Bestimmungen der Richtlinie nun zwar grundsätzlich verboten, aber in bestimmten Programmformaten erlaubt ist, so in Filmen, Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Die Richtlinie eröffnet jedem Mitgliedsstaat die Möglichkeit, die Produktplatzierung auch für den genannten Ausnahmebereich entweder vollständig oder teilweise zu verbieten.

Die Zeitungsverleger haben sich immer für ein Verbot der Produktplatzierung ausgesprochen und hierbei u.a. auf das strenge presserechtliche Reglement hinsichtlich der Kennzeichnungspflicht von Anzeigen in Presseprodukten hingewiesen. Die für die Unabhängigkeit der Medien wichtige Trennung von Programm und Werbung wird mit Produktplatzierungen praktisch aufgehoben, da Programminhalte auf die Bedürfnisse der beworbenen Produkte angepasst werden müssen. Diese Entwicklung könnte dazu führen, dass Werbetreibende in Zeitungen ebenfalls eine Form des „Product Placements“, beispielsweise im Rahmen von redaktioneller Werbung, erwarten – die Glaubwürdigkeit der Presse steht somit auf dem Spiel.

Auch für den Verbraucherschutz ist diese Entwicklung nicht wünschenswert, denn Verbraucher werden zukünftig keinen Einfluss mehr darauf haben, ob und wann sie Werbebotschaften aufnehmen möchten.

Ursprünglich wollte die EU das gezielte „Product Placement“, also die bewusste und bezahlte Platzierung von Produkten, sogar grundsätzlich zulassen. Im Rechtssetzungsverfahren war es den Verlegerverbänden in der Vergangenheit gelungen, durchzusetzen, dass Produktplatzierungen nun grundsätzlich verboten bleiben. Weitreichende Ausnahmen von dem Verbot in der Richtlinie sind aber bedenklich (z.B. in fiktionalen Sendungen). Erreicht werden konnte jedoch, dass in diesem Fall von den Sendern auf die Produktplatzierung ausdrücklich hingewiesen werden muss. Auch wurde durchgesetzt, dass die Mitgliedsstaaten strengere Regelungen erlassen können.

Nicht Gegenstand des 13. RfÄndStV sollten die Änderungen beim Sponsoring in den Programmen von ARD und ZDF werden. Es entsprach dem Beschluss einer Ministerpräsidentenkonferenz bereits aus dem Herbst des Jahres 2008, dass zukünftig bei ARD und ZDF Sponsoring wie Werbung behandelt werden soll, was zur Folge haben wird, dass die 20 Uhr-Werbegrenze gilt. Allerdings ist es wohl politischer Konsens, dass es eine weit reichende Ausnahme für große Sportereignisse wie Fußball oder Olympia geben soll. Da diese politische Absicht erst

in der neuen Gebührenperiode ab dem 1. Januar 2013 umgesetzt werden soll, findet sich hierüber noch nichts im 13. RfÄndStV.

Der BDZV und seine Landesverbände werden die Situation weiterhin sorgfältig beobachten und sich dafür einsetzen, dass Produktplatzierungen in Deutschland weiterhin einer strengen Kontrolle unterworfen werden.

2. Leistungsschutzrecht für Zeitungsverlage

Bei der gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV am 14. Mai 2009 in Ulm berichtete Christoph Keese, Axel Springer AG, über die Vorstellungen der Presseverlage zur Etablierung eines urheberrechtlichen Leistungsschutzrechts (vgl. hierzu auch S. 20 f. dieses Jahresberichts).

Bereits im Februar 2009 hatte sich eine Arbeitsgruppe aus Vertretern von BDZV und VDZ mit dieser Thematik befasst. Am 16. April 2009 fand ein erstes Gespräch mit dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien, Bernd Neumann, im Bundeskanzleramt statt, ein weiteres Gespräch am 12. Mai 2009 mit der Bundesministerin der Justiz, Brigitte Zypries. Sowohl Herr Neumann als auch Frau Zypries signalisierten, dass sie die Initiative der Verleger unterstützten. Positive Signale kamen anschließend auch von Oppositionsparteien der vergangenen Legislaturperiode. Auf europäischer Ebene nahm sich parallel zu den Bemühungen auf Bundesebene die ENPA des Themas an. ENPA-Präsident Valdo Lehari jun. hat die komplexe Rechtsmaterie auf einer Vielzahl von Veranstaltungen immer wieder erläutert und für das Anliegen der Verleger geworben.

Am 8. Juli 2009 konstituierte sich endgültig der Arbeitskreis „Leistungsschutzrecht“ von BDZV und VDZ, in dem auch Vertreter des VSZV – der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun., der Verleger der Kreiszeitung Böblinger Bote, Matthias Schlecht, Peter Selzer, kaufmännischer Leiter des Südkurier, Konstanz, Dr. Holger Paesler, Südwest Presse, Ulm, und VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel – mitarbeiten. Gegenstand der ersten Sitzung waren die Konkretisierung des Schutzgegenstandes eines solchen Leistungsschutzrechtes, der Stand der politischen Umsetzung sowie Fragen der urheberrechtlichen Wahrnehmung eines solchen Leistungsschutzrechtes durch eine Verwertungsgesellschaft. In einer weiteren Sitzung am 24. November 2009 wurden diese Einzelfragen vertieft.

Die Bemühungen der Verleger, die Politik zur Etablierung eines solchen Leistungsschutzrechtes zu bewegen, scheinen Gehör gefunden zu haben. Das erste Ziel, einen Prüfauftrag zum Thema in den Koalitionsvertrag einzubringen, ist zumindest übertroffen worden. Dieser beinhaltet nun, dass ein Leistungsschutzrecht angestrebt werden soll. Anfang des Jahres 2010 wurden die Gespräche mit Staatsminister Neumann fortgeführt. VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel nahm in Vertretung des VSZV-Vorsitzenden an den Gesprächen teil.

3. Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg

Valdo Lehari jun., Verleger und Geschäftsführer des Reutlinger General-Anzeiger und stellvertretender Verwaltungsratsvorsitzender der Antenne Radio GmbH & Co KG, Stuttgart, wurde auf der Mitgliederversammlung des VSZV-Schwesterverbandes VPRA am 30. Juni 2009 in Stuttgart erneut zum Vorsitzenden des VPRA gewählt.

4. Änderung des Landesmediengesetzes: Lizenzverlängerung

Medienrat und Vorstand der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) haben im Jahr 2009 allen lokalen und regionalen privaten Radioveranstaltern ihre zugewiesenen UKW-Frequenzen in Baden-Württemberg für fünf Jahre bis zum 31. Dezember 2015 verlängert.

Vorausgegangen war eine Änderung des Landesmediengesetzes in Baden-Württemberg, in dem dieser Schritt ohne Ausschreibung auf Antrag der Veranstalter einmalig ermöglicht wurde. Ausgehend vom Regelfall der Verlängerung prüften Vorstand und Medienrat bei allen Anträgen, ob in der zurückliegenden Lizenzperiode Gründe hervorgetreten waren, die Verlängerung ausnahmsweise zu versagen. Dies war im Ergebnis bei keinem der 16 Verlängerungskandidaten der Fall.

Die Verlängerung der Lizenzen beruhte auf einer Forderung des VPRA bereits aus dem Jahre 2005. Der VPRA hatte diese in einer Stellungnahme vom 2. März 2009 vor dem Hintergrund der anstehenden Digitalisierung der terrestrischen Verbreitungswege erneut gefordert, um die Anbieter in die Lage zu versetzen, die erforderlichen Investitionen in die neue Technologien und die Kosten der digitalen Verbreitung auch wieder refinanzieren zu können, was gegenwärtig nach wie vor sehr schwierig erscheint. Der Verband hatte eine Laufzeitverlängerung bis 2025 als sinnvoll erachtet, was der Gesetzgeber jedoch vor dem Hintergrund der geltenden Regelungen des Telekommunikationsgesetzes (Auslaufen der UKW-Frequenzen in 2015, § 63 Abs. 5 TKG) zurückgewiesen hat. Ob dieser Termin allerdings umgesetzt wird oder die Abschaltung um mehrere Jahre verschoben wird, ist bislang noch unklar. Durch die Verlängerung der Lizenzen blieb den Veranstaltern ein sehr zeit- und kostenintensives Neulizenzierungsverfahren erspart.

Allerdings stellte die LFK in Aussicht, dass es mit Blick auf 2015 eine Neubewertung der Rahmenbedingungen geben müsse: „Die Verlängerung der UKW-Frequenzen schafft einen wichtigen Zeitpuffer, um die Entwicklung beim digitalen Radio zu beobachten und mittelfristig ein nachhaltiges Frequenz- und Hörfunkkonzept für Baden-Württemberg zu entwickeln, das in die Zukunft gerichtet ist“ äußerte sich LFK-Präsident Langheinrich.

Verlängert wurden:

- „baden.fm“ (Funkhaus Freiburg GmbH & Co. KG)
- „Die Neue 107.7“ (Radio L 12 GmbH & Co. KG)
- „die neue welle“ (Radio Karlsruhe GmbH & Co. KG)
- „Donau 3 FM“ (M.O.R.E. Lokalfunk Baden-Württemberg GmbH & Co. KG)
- „ENERGY“ (BCF Radiobetriebs- und Beteiligungsgesellschaft mbH)
- „ENERGY Region Stuttgart“ (RMR Radiobetriebs- und Beteiligungsgesellschaft mbH)
- „Hit-Radio ANTENNE 1“ (Antenne Radio GmbH & Co. KG)
- „Hitradio Ohr“ (Private Rundfunkgesellschaft Ortenau KG)
- „Radio Neckarburg“ (Radio Neckarburg GmbH)
- „Radio Regenbogen“ (Radio Regenbogen Hörfunk in Baden GmbH & Co. KG)
- „Radio Ton Heilbronn/Franken“ (Radio TON-Regional Hörfunk GmbH & Co. KG)
- „Radio TON Ostwürttemberg“ (Lokalradio Ostwürttemberg GmbH & Co. KG)
- „Radio TON Neckar Alb“ (Lokalradio Services GmbH & Co. KG)
- „Radio 7“ (Radio 7 Hörfunk GmbH + Co. KG)
- „Radio Seefunk“ (Radio Seefunk GmbH & Co. KG)
- „sunshine live“ (RNO Rhein-Neckar-Odenwald Radio GmbH & Co. KG)

Auch die nichtkommerziellen Lokalradios (NKL) in Baden-Württemberg erhielten per Gesetz die Verlängerungsmöglichkeit ihrer UKW-Ausstrahlung bis 2015.

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Der VSZV-Anzeigenausschuss kam im Berichtsjahr unter der Leitung von Hans-Jörg Wilhelm, Verleger der Heidenheimer Zeitung, am 26. Januar 2009 in Stuttgart zusammen.

Angesichts eines seit Herbst 2008 konjunkturbedingt stark rückläufigen Anzeigenaufkommens nutzten die Ausschussmitglieder die Sitzung zu einer ausführlichen Aussprache. Anschließend widmete sich das Gremium am Beispiel einer Best-Practice-Präsentation der Eßlinger Zeitung (Magazin „bei uns“) dem sublokalen Werbemarkt. Außerdem erläuterte Timo Eidebenz, Direktor Key-Account-Management und Mitglied der Geschäftsleitung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, strukturelle Veränderungen der TV-Vermarktung und deren Auswirkungen auf die Zeitungsverlage.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Handelsregisteranzeigen
- Beilagenstatistik
- 12. und 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag
- Werbeverbote und -beschränkungen
- VSZV-Anzeigenleitertagung 2009

2. Anzeigenleitertagung

Die VSZV-Anzeigenleitertagung fand im Berichtsjahr auf Einladung der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten am 6. Oktober 2009 in Stuttgart statt. Als Gäste nahmen Urszula Wrzeciono und Tino Eidebenz (ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt), Dr. Rainer Meckes (Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partner, Bonn) und Matthias Litzenburger, Mittelbayerische Zeitung, Regensburg, teil.

Zu Beginn der Tagung hieß der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Hans-Jörg Wilhelm, die Teilnehmer im Mövenpick Hotel Stuttgart Airport willkommen und dankte den gastgebenden Verlagen für die Ausrichtung der Zusammenkunft. Herr Wilhelm bilanzierte eine seit der vorangegangenen Tagung im September 2008 stark rückläufige Geschäftsentwicklung und äußerte die Erwartung, dass eine nachhaltige Konsolidierung noch auf sich warten lassen werde. Mit Blick auf die gegenwärtige wirtschaftliche Lage thematisierte Herr Wilhelm die Notwendigkeit von Strukturveränderungen und Kosteneinsparungen. Ziel der Verlage müsse hierbei jedoch sein, die Qualität der Zeitungen zu erhalten oder sogar zu steigern. Darüber hinaus müssten die Zeitungen den Anzeigenmarkt mit ungebrochener Kreativität bearbeiten. „Ich wünsche mir, dass Sie Ihre Möglichkeiten suchen, sie in Ihren Märkten umsetzen und Ihren Zeitungen und Anzeigenblättern damit eine positive Zukunft geben“, ermutigte Herr Wilhelm die Teilnehmer der Veranstaltung.

Auch Bernhard H. Reese von der gastgebenden Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung thematisierte in seinem Grußwort sowohl die wirtschaftliche Krisensituation als auch die Strukturprobleme der Tageszeitungen. Ungeachtet aller Momentaufnahmen sei festzuhalten, dass die baden-württembergischen Tageszeitungen nach wie vor über außerordentlich günstige Rahmenbedingungen verfügten. Auch gehe es den Zeitungen gegenwärtig noch deutlich besser als zahlreichen anderen Branchen. „Die Frage wird sein, ob wir aus dieser Krise gestärkt oder weiter geschwächt herausgehen“, gab Herr Reese den Teilnehmern zu bedenken. Er regte an, sich in diesem Zusammenhang künftig noch enger mit den am Folgetag am selben Ort zusammenkommenden Vertriebsleitern kurzzuschließen und damit der Tatsache Rechnung zu tragen, dass die Vertriebserlöse immer wichtiger für die Verlage würden.

Die weiteren Themen der Tagung:

- Aus der Arbeit der ZMG:
Anzeigenentwicklung im ersten Halbjahr 2009
Aktuelles aus dem Key-Account
Sachstand OBS
Der neue L-Wert der Tageszeitungen
- Preispolitik und Preisstrategien
- Erfolgsfaktoren lokaler Magazine
- Die „Wetter-Wette“ der Mittelbayerischen Zeitung

Im Anschluss an die Anzeigenleitertagung versammelten sich die Teilnehmer zu einem von den gastgebenden Verlagen ausgerichteten geselligen Abend auf dem Cannstatter Volksfest („Wasen“) in Stuttgart-Bad Cannstatt.

3. Handelsregisteranzeigen

Zum 1. Januar 2009 endete die Veröffentlichungspflicht von Handelsregisteranzeigen in Tageszeitungen. Auf intensives Betreiben des VSZV (vgl. VSZV-Jahresbericht 2008, S. 37) werden interessierte Verlage jedoch auch seitdem von den Registergerichten mit den Bekanntmachungen beliefert. Eine Vielzahl von VSZV-Mitgliedsverlagen nutzt diese Möglichkeit oder nimmt externe Dienstleister in Anspruch, um die Registerdaten weiterhin abbilden zu können. Die Verfahrensweise der baden-württembergischen Tageszeitungen mit den Daten nach dem Ende der Veröffentlichungspflicht wurde Mitte 2009 evaluiert. 83 % der baden-württembergischen Verlage veröffentlichten die Handelsregisterdaten demnach zu diesem Zeitpunkt in der Tageszeitung, in einem anderen Printprodukt und/oder im Internet. Dieser Wert verdeutlicht die nach wie vor große Bedeutung der Registerinformationen als Lesestoff. Lediglich 17 % der Verlage veröffentlichten im Erhebungszeitpunkt keinerlei Registermaterial. Im Verhältnis zur Auflage belief sich die Veröffentlichungsquote sogar auf fast 90 %.

Auf die einzelnen Publikationswege verteilt gestaltete sich die Veröffentlichung von Handelsregisterinformationen nach der Verlagsabfrage wie folgt:

Veröffentlichung in der Tageszeitung:	61 %
Veröffentlichung in anderem Produkt:	7 %
Veröffentlichung im Internet:	46 %
davon ausschließlich:	15 %
Veröffentlichung insgesamt:	83 %

An der Abfrage nahmen 94% der Mitgliedsverlage teil.

4. Gemeindebekanntmachungen

Seit mehreren Jahren befassen sich die VSZV-Gremien mit von Gemeindeseite unternommenen Bemühungen, den Landesgesetzgeber für die Aufhebung der Veröffentlichungspflicht von Pflichtbekanntmachungen in Tageszeitungen und für die Verlagerung solcher Bekanntmachungen ins Internet zu gewinnen. Im August 2009 hat die VSZV-Geschäftsstelle die Mitgliedsverlage gebeten, sie über die mit den amtlichen Pflichtbekanntmachungen erzielten Umsätze zu informieren. Diese Abfrage hat ergeben, dass die gemeindlichen Bekanntmachungen für die baden-württembergischen Zeitungsverlage von großer wirtschaftlicher Bedeutung sind. Dies wurde im Berichtszeitraum u.a. bei einem Gespräch des VSZV-Vorstands mit dem damaligen Ministerpräsidenten Günther Oettinger und dem seinerzeitigen Staatsminister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart zur Sprache gebracht.



VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsausschuss tagte im Berichtsjahr unter der Leitung von Wolfgang Poppen, Verleger der Badischen Zeitung, am 29. Juni 2009 in Stuttgart.

Den inhaltlichen Schwerpunkt der Zusammenkunft bildeten die im Sommer 2009 in Kraft tretenden teilweisen Neuregelungen des Telefonmarketings und der bei Werbemaßnahmen zu beachtenden datenschutzrechtlichen Gesetzeslage (vgl. hierzu im Folgenden). VSZV-Justiziar Martin Jooß informierte das Gremium über den aktuellen Sachstand. Mit Blick auf alternative Möglichkeiten des Abo-Marketings gab die Marketingleiterin der Heilbronner Stimme, Christina Krautter, anschließend einen Einblick in die Aktivitäten ihres Verlagshauses im Bereich der Haustürakquise. Darüber hinaus diskutierten die Ausschussmitglieder den sich abzeichnenden künftigen Rechtsrahmen des Vertriebsmarketings und die hierdurch erwarteten praktischen Veränderungen und Herausforderungen.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss
- Vertriebsleitertagung 2009
- Verpackungsnovelle
- Sachstand „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“

2. Vertriebsleitertagung

Die VSZV-Vertriebsleitertagung fand im Berichtsjahr auf Einladung der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten am 7. Oktober 2009 in Stuttgart statt. Als Gäste nahmen Milva-Katharina Klöppel (Heilbronner Stimme) und Andreas Moder (Lufthansa Systems IS Consulting GmbH, Norderstedt) teil.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung am Vorabend in Form eines geselligen Kollegenabends der Vertriebsleiter mit den Teilnehmern der am 6. Oktober 2009 am selben Ort abgehaltenen Anzeigenleitertagung auf dem Cannstatter Volksfest („Wasen“) in Stuttgart-Bad Cannstatt.

Eingangs der Tagung hießen der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses und Verleger der Badischen Zeitung, Wolfgang Poppen, und der Geschäftsführer der gastgebenden Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, Bernhard H. Reese, die Teilnehmer im Mövenpick Hotel Stuttgart Airport willkommen. Herr Reese zog in seinem Grußwort eine positive Bilanz des vorangegangenen Kongresstages sowie der gemeinsamen Vorabendveranstaltung und bekundete die Freude seines Hauses über die diesjährige Gastgeberschaft.

Herr Poppen gab den Vertriebsleitern anschließend einen Überblick über die Auflagenentwicklung der Tageszeitungen im zweiten Quartal 2009 und über die Entwicklung der Abonnement-Auflage im zurückliegenden Jahrzehnt. Seit 1999 sei die Zahl der Abonnements der lokalen und regionalen Tageszeitungen um 2,89 Mio. oder um 18,4 % auf 12,8 Mio. (ehemals 15,69 Mio.) gesunken. Herr Poppen stellte fest, dass das geänderte Mediennutzungsverhalten zu massiven Reichweitenverlusten führe. Dessen ungeachtet nehme die wirtschaftliche Bedeutung der Vertriebserlöse für die Verlage zu.

In Anknüpfung hieran erläuterten Gertraud Paul und Matthias Horst, Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, den Vertriebsleitern die Rahmendaten sowie die Umsetzung des zum 20. Juni 2009 durchgeführten Relaunchs der Stuttgarter Zeitung. Hierbei habe die Stuttgarter

Zeitung umfangreiche Änderungen bei der Gliederung und im Erscheinungsbild vorgenommen; dessen ungeachtet bleibe ihr Anspruch als Qualitäts- und journalistisches Leitmedium jedoch unberührt. Als Hauptgründe für den Relaunch führte Herr Horst das bereits von Herrn Poppen angesprochene geänderte Mediennutzungsverhalten im Internet-Zeitalter sowie die Ausschöpfung von Marktpotentialen an; außerdem sei man bemüht gewesen, jüngeren Menschen den Zugang zur Zeitung zu erleichtern. Um diese Ziele erreichen zu können, habe man die Interessen und die Zufriedenheit der Leserschaft im Vorfeld des Relaunchs mit professioneller Unterstützung mehrmals untersucht. Nun sei die Stuttgarter Zeitung klarer gegliedert, hintergrundorientierter und ansprechender aufgemacht. Außerdem sei das Online-Portal der Stuttgarter Zeitung im Zuge des Relaunchs generalüberholt und optisch seinem gedruckten Pendant angepasst worden; mit dem Projekt sei eine umfangreiche Medien- und Werbekampagne unter Einbeziehung auch bislang wenig genutzter Kanäle (z.B. Funkspots, Schaufensterwerbung) verbunden worden.

Die weiteren Themen der Tagung:

- Abo-Akquise per Brief und Telefon: Rechtslage und Austausch
- Das Jugendportal „stimmt.de“ der Heilbronner Stimme
- Gemeinsame Nutzung der E-Reader-Technologie als Chance für die Zeitungsbranche

3. Telefonwerbung / Bundesdatenschutzgesetz

Nach mehrmonatigen, teilweise kontroversen Beratungen in den Fachgremien des Deutschen Bundestages und auf Länderebene und unter intensiver Anteilnahme der Öffentlichkeit sind am 4. August und am 1. September 2009 umfangreiche Änderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) mit unmittelbaren Auswirkungen auf das Vertriebsmarketing der Zeitungsverlage in Kraft getreten.

Das am 4. August 2009 in Kraft getretene „Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung“ verbietet Werbeanrufe bei Verbrauchern ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung und schreibt die Anzeige der Rufnummer des Anrufenden bei telefonischer Werbung verbindlich vor; Verstöße hiergegen können von der Bundesnetzagentur verfolgt und mit Geldbußen von bis zu 50.000 Euro geahndet werden. Außerdem haben Verbraucher künftig auch bei telefonischen Vertragsschlüssen mit einem Mindestumfang von weniger als 200 Euro ein Widerrufsrecht. Anfang 2010 gab die Bundesnetzagentur bekannt, erste Bußgelder gegen Auftraggeber von Werbeanrufen und gegen Call-Center verhängt zu haben.

Entgegen der politischen Ursprungsintention statuiert das Gesetz jedoch keine Pflicht zur schriftlichen Bestätigung eines telefonisch geschlossenen Abonnementvertrags durch den Kunden; auch ein besonderes Formerfordernis für Einwilligungen in telefonische Werbung wurde nicht realisiert. Diese zu Beginn des Gesetzgebungsverfahrens (vgl. hierzu bereits VSZV-Jahresbericht 2008, S. 39 f.) erwogenen Regelungen hätten das Abo-Marketing der Zeitungen nochmals erheblich erschwert. Die zum 1. September 2009 in Kraft getretene Datenschutznovelle ermöglicht den Zeitungsverlagen darüber hinaus auch weiterhin sowohl die Verwendung von Adressdaten aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen sowie – mit Einschränkung – die Werbung mit Hilfe listenmäßig zusammengefasster Fremddaten („Listenprivileg“).

VSZV und BDZV hatten sich während des gesamten Gesetzgebungsverfahrens hierum bemüht und die politischen Entscheidungsträger in etlichen Schreiben und persönlichen Gesprächen insb. über die Bedeutung der Kundenansprache mithilfe listenmäßig zusammengefasster Drittadressen für die baden-württembergischen Zeitungsverlage informiert.

Über die Einzelheiten der Novelle wurde im Verlauf des Berichtsjahres in mehreren VSZV- und BDZV-Rundschreiben sowie in einer ganztägigen Seminarveranstaltung in Stuttgart, in den VSZV-Gremien und bei der VSZV-Vertriebsleitertagung (s.o.) informiert. Außerdem wurde ein elfseitiger Leitfaden „Fragen und Antworten zum Thema Telefonwerbung“ erarbeitet und den Zeitungsverlagen bereits vor Inkrafttreten der Telefonwerbe-Novelle übersandt.

4. Schule mit Zeitung – SCHmitZ

Seit dem Jahr 2007 haben sich mittlerweile 18 baden-württembergische Zeitungsverlage an dem von der VSZV-Geschäftsstelle betreuten Schulzeitungsprojekt „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ beteiligt. Die VSZV-Geschäftsstelle hat sowohl den Teilnehmerkreis als auch die gesamte Mitgliedschaft im Berichtsjahr fortlaufend über den Projektstand und über Entwicklungsmöglichkeiten informiert und eine Evaluierung durchgeführt.

Seit März 2009 präsentiert sich „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ auch im Internet. Der vom VSZV in enger Abstimmung mit dem Kultusministerium erarbeitete und auf dem Internetserver des Ministeriums platzierte Auftritt www.schmitz-bw.de (vgl. hierzu bereits VSZV-Jahresbericht 2008, S. 41) bietet eine umfangreiche Dokumentation der Projekthintergründe, des bisherigen Verlaufs und seiner Ergebnisse. Insbesondere werden die bislang ermittelten fächerübergreifenden Einsatzmöglichkeiten der Zeitung im Schulunterricht sowie die Berichterstattung der teilnehmenden Verlage über das Projekt dokumentiert. Des Weiteren enthält www.schmitz-bw.de eine landesweite Schuladressdatenbank, eine Übersicht über die teilnehmenden Verlage nebst Verlinkung zum vollständigen VSZV-Mitgliederverzeichnis auf der im Berichtsjahr ebenfalls neu gestalteten Verbandshomepage www.vszv.de sowie Downloads und ein Formular zur Kontaktierung der Projektkoordination.

Gegenwärtig ist die VSZV-Geschäftsstelle in Zusammenarbeit mit einigen bereits beteiligten Verlagshäusern und in Abstimmung mit dem baden-württembergischen Kultusministerium um die Weiterentwicklung von „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ und darum bemüht, auch den bislang nicht eingebundenen Mitgliedern eine Einstiegsperspektive zu eröffnen.

Die Bedeutung der schulischen Leseförderung und der Einbeziehung des Mediums Tageszeitung in den Schulunterricht wurde darüber hinaus im Berichtsjahr in mehreren politischen Gesprächen ausführlich thematisiert. Der seinerzeitige baden-württembergische Ministerpräsident Günther Oettinger würdigte das Projekt als Festredner der gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV am 13. Mai 2009 in Ulm (siehe auch S. 18) als vorbildhaft und bekundete seinen Respekt gegenüber dem Engagement der Verlage für die Bildung und die Vermittlung von Grundwerten.

VII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Der VSZV unterhielt im Berichtsjahr ein vielfältiges Seminarangebot für die kaufmännischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Zeitungsverlage.

Im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) wurden in Stuttgart und München 22 Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Vertrieb, Online, Personal und Recht ausgeschrieben, von denen 15 stattfinden konnten. Die neun von der VSZV-Geschäftsstelle organisierten Schulungen wurden allesamt durchgeführt.

An den insgesamt 15 Veranstaltungen nahmen 138 Personen teil, 87 davon aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 51 aus bayerischen Zeitungshäusern.

Folgende Seminare wurden 2009 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Lohnsteuerrecht aktuell 2010	5. Februar 2009	VSZV
Lokales Anzeigengeschäft im Wettbewerb mit digitalen Angeboten	12. Februar 2009	VSZV
Stärken der Haustürakquise	5. März 2009	VSZV
Aktuelles Anzeigenrecht	13. März 2009	VBZV
Rechtsfragen Telefonwerbung und Vertriebsmarketing	21. April 2009 22. April 2009	VSZV VBZV
Online-Basics für Medienverkäufer	18. Mai 2009	VBZV
Crossmediastrategien für den Anzeigenverkauf	23. Juni 2009	VSZV
Das 1x1 des Anzeigenverkaufs	30. Juni 2009	VBZV
Erfolgreich texten im Anzeigenverkauf	17. Juli 2009	VBZV
Datenschutz im Unternehmen	21. Juli 2009	VSZV
Sonderveröffentlichungen und Sonderprodukte erfolgreich verkaufen	10. + 11. September 2009	VSZV
Fallstricke des Wettbewerbsrechts	20. Oktober 2009	VSZV
Rechtsfragen Zustellpersonal	22. Oktober 2009	VSZV
Praxisworkshop „Communities“	27. November 2009	VBZV

Die Weiterbildungsbilanz der beiden süddeutschen Zeitungsverlegerverbände liest sich für die vergangenen Jahre damit wie folgt:

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Teilnehmer VSZV	21	70	67	63	47	12	87
Teilnehmer VBZV	27	31	16	38	31	27	51
gesamt	48	104	83	101	78	39	138

Ausgehend von der Erkenntnis, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten der Aus- und Weiterbildung im Beruf eine immer größere Bedeutung zukommt, setzt die VSZV-Geschäftsstelle bei ihren Veranstaltungen auf qualifizierte Referenten sowie auf größtmögliche Aktualität und Praxisrelevanz. Die VSZV-Geschäftsstelle steht in engem Kontakt zu den Verlagen und ist hierdurch imstande, zeitnah auf Trends und Anregungen zu reagieren.

2. Praxisseminar für Media-Planer

In der bewährten Kooperation mit Bischofberger & Schaible Medienpartner, dem Verlagsbüro Süd und der Stuttgarter Zeitung haben der VSZV und die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft am 22. und 23. Juli 2009 das inzwischen elfte Praxisseminar „Einfach Zeitung“ für junge Mediaplaner durchgeführt. Zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter baden-württembergischer Mediaagenturen wurden im Stuttgarter Pressehaus über die Werbequalitäten der Tageszeitung informiert und erhielten einen umfassenden Einblick in die neueste Planungstechnik. Am Abend des ersten Seminartages fanden darüber hinaus eine Betriebsführung der Pressehaus Stuttgart Druck GmbH und ein gemeinsames Abendessen statt.

Am zweiten Seminartag konnten die Teilnehmer ihr am Vortag erworbenes Wissen in die Praxis umsetzen und in kleinen Arbeitsgruppen eine Zeitungskampagne planen, die anschließend vor einer „Kundin“ – Andrea Sihler aus der Marketing-Abteilung der Daimler AG – zu präsentieren war. Die Gruppenpräsentationen waren von hoher Qualität und alle Teilnehmer mit der Veranstaltung sehr zufrieden.

Neben den Mitarbeitern der Verlagsbüros referierten Helena Anwander-Ramolla, Obingen, Anita Benesch, Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, Stefanie Buchert und Urszula Wrzeciono, ZMG, Silke Gress, phd Stuttgart, und Robert Schützendorf, Stuttgart.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote

Mittlerweile im 27. Jahr organisierte der VSZV zusammen mit seinen Partnerverbänden, dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband (SZV) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, Prüfungsvorbereitungseminare für auszubildende Kaufleute im Verlagswesen. Seit der Reform des Berufsbildes zum 1. August 2006 heißt der Ausbildungsberuf „Medienkaufmann/Medienkauffrau Digital und Print“.

Seit Bestehen dieses Bildungsangebotes (1983) haben bis Ende des Jahres 2009 insgesamt 2.210 Auszubildende an den Seminaren teilgenommen, davon kamen im Durchschnitt etwa 39 % der Teilnehmer aus Zeitungsverlagen. Im Jahre 2009 (70 Teilnehmer) ist die Teilnehmerentwicklung im Vergleich zu 2008 (72 Teilnehmer) im Wesentlichen stabil geblieben; alle drei geplanten Kurse konnten stattfinden. Für das Jahr 2010 zeichnet sich ebenfalls eine zufriedenstellende Teilnehmerentwicklung ab.

Bereits seit Anfang des Jahres 2008 nehmen nun Absolventen des reformierten Berufsbildes „Medienkaufmann/Medienkauffrau Digital und Print“ an den Prüfungsvorbereitungskursen teil. Obwohl die Ausbildungsdauer unverändert auf drei Jahre gesetzlich festgeschrieben ist, machen nach wie vor viele Verlage von der Möglichkeit einer Verkürzung der Ausbildungszeit nach Absprache mit den zuständigen Industrie- und Handelskammern und den Berufsschulen Gebrauch.

Nach wie vor wird diskutiert, ob die mögliche Verkürzung der Ausbildungszeiten vor dem Hintergrund der anspruchsvollen Rahmenlehrpläne noch angezeigt ist. Es entsteht ein Spannungsfeld, in dem insbesondere auch die Bedürfnisse derjenigen Auszubildenden abzuwägen sind, die die Hochschulreife erworben haben und besonders auf Lehrzeitverkürzung drängen,

und denen des Verlages, der eine ordnungsgemäße Ausbildung nach den gesetzlichen Vorgaben zu gewährleisten hat.

Vor dem Hintergrund, dass sowohl in der berufsschulischen als auch in der IHK-Prüfung die Neugliederung der Inhalte des Berufsbildes nun voll zum Tragen kommen, haben die drei beteiligten Verlegerverbände die Seminarinhalte weiterhin an die Anforderungen der neuen Prüfung angepasst. So fand hierzu am 23. Januar 2009 auf Einladung der Verbände ein Treffen der Seminarreferenten statt, auf dem diese Fragen besprochen wurden. Auch Anfang des Jahres 2010 wurden die Inhalte weiter optimiert.

Nach wie vor unterstützen die veranstaltenden Verlegerverbände die berufsschulische Ausbildung durch anteilige Mitfinanzierung sog. Nebenlehrer an Berufsschulen gemeinsam mit dem baden-württembergischen Kultusministerium. Diese Mittel erwirtschaften die Verbände ausschließlich aus den Teilnehmerentgelten für die Prüfungsvorbereitungsseminare. Auch aus Mitgliedsunternehmen sind Mitarbeiter in dieser Funktion an den Berufsschulen tätig. Diese werden von ihren Betrieben zu diesem Zwecke freigestellt.

4. Fortbildungsveranstaltungen für Mitarbeiter privater Hörfunkunternehmen

Der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA) organisiert darüber hinaus zusammen mit der Landesanstalt für Kommunikation ein Fortbildungsprogramm für die Mitarbeiter privater kommerzieller Rundfunkveranstalter. Im Jahr 2009 waren dies sieben Tages-Veranstaltungen zum Bereich Presserecht, Produktion, Recherche, Lokale Themenfindung, Moderation, Sprechtraining (Kurse für Anfänger und Fortgeschrittene), an denen 40 Mitarbeiter privater Rundfunkveranstalter teilgenommen haben. Organisiert und betreut werden die Seminare durch den VPRA-Justiziar Ralf Wetzel. 2010 wird die Seminarreihe, die durch Fördermittel der Landesanstalt für Kommunikation unterstützt wird, grundlegend neu gestaltet. So sind mittlerweile 12 Veranstaltungen geplant und das Themenspektrum ist erheblich erweitert worden.

VIII. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2009

Im Jahr 2009 wurden von der JBB 37 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr 34). Dazu kamen fünf von der JBB organisierte Veranstaltungen für den vfm, den Verein Fortbildung Medienarchivare/-dokumentare (Vorjahr: drei). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren, die vorwiegend in Stuttgart und Blaubeuren stattfanden, nahmen 392 Personen teil (Vorjahr: 399). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 42 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 521 Teilnehmern.

Erstmalig angeboten wurde ein Seminar „Investigativer Journalismus“, das mit 14 Teilnehmern auch gleich gut besucht war.

Das Seminar „Europa- und Kommunalwahl“ wurde mit dem Seminar zu den Bundestagswahlen zusammengelegt. Das Seminar „Schreibcoaching“ musste mangels ausreichender Teilnehmerzahl abgesagt werden, wird aber im Jahr 2010 wieder angeboten. Das Seminar „Haushalt der Gemeinde“ im Frühjahr 2009 wurde aus ökonomischen Gründen mit dem identischen Seminar im Herbst zusammengelegt. Abgesagt werden musste auch das Tagesseminar zum Urheberrecht. Hier war wohl maßgeblich, dass Journalisten und Redakteure nicht die richtige Zielgruppe für diese Thematik bilden. Ebenfalls abgesagt werden musste das Seminar zum Sportjournalismus. Hier ist festzustellen, dass es immer weniger Sportvolontäre bei den Tageszeitungen gibt. Ebenso ausfallen musste das Seminar „Modernes Zeitungsdesign“.

Generell war festzustellen, dass zwar die Ausbildungsseminare für Volontäre noch gut belegt werden, nicht aber die Weiterbildungsseminare für Redakteure.

Beim Thema „Videografie“ haben viele Verlage festgestellt, dass ein entsprechendes qualitatives Angebot doch mit sehr hohem Aufwand und großen Kosten einhergeht, die durch Werbeeinnahmen nicht refinanziert werden können. Entsprechend wird das Thema von vielen Verlagen nicht favorisiert. So musste die Informationsveranstaltung „Internet-TV und Videografie für die Tageszeitung“ ebenfalls ausfallen.

Ausgebucht waren im Jahr 2009 die Grund- und Aufbau-seminare, wobei keine nennenswerte Warteliste entstand, die eine Aufstockung der Anzahl der Seminare notwendig erscheinen lassen würde. Ausgebucht war ebenfalls das Seminar „Digitales Fotografieren für die Tageszeitung und fürs Web“.

Wie schon in den vergangenen Jahren nahmen wieder zahlreiche Volontäre und Redakteure aus anderen Bundesländern und von anderen Institutionen an den JBB-Veranstaltungen teil, was auf die Bekanntheit, Beliebtheit und Qualität der Seminare schließen lässt.

Teilnehmer von außerhalb kamen etwa von: Weser Kurier, Bremen, Mindener Tagblatt, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln, Kieler Magazin Verlag, Rhein-Zeitung, Koblenz, Frankfurter Neue Presse, Mittelbayerischer Verlag, Regensburg, Neue Osnabrücker Zeitung, Wetzlarer Neue Zeitung, Presseamt Stadt Frankfurt, Doc.med Medien GmbH, München, IHK Heilbronn, KZBV, Köln, Westdeutsche Zeitung, Düsseldorf, Landesapothekerverband, Stuttgart, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Fliege, Chefredaktion, Neuhütten, Juve Verlag, Köln, Dow Jones News, Frankfurt, Giessener Allgemeine Zeitung, Die Glocke, Oelde, Hoffmann-La Roche, Basel, Caritas-Verband, Stuttgart, Donaukurier, Ingolstadt, Kölnische Rundschau, Wetzlardruck, Rheinisch-Westfälische Verlagsgesellschaft, Essen, Springer Medizin Verlag, Heidelberg, Wirtschaftsblatt Düsseldorf, BASF, Ludwigshafen.

2. Umfrage zur Volontärsausbildung

Seit 2007 wird auf der Basis eines Kurzfragebogens in allen Bundesländern die Zahl der Redakteure und Volontäre jährlich bei den Mitgliedsverlagen erhoben. Diese Daten sind unter anderem Grundlage für die Verteilung der Reprographie-Gelder unter den Landesverbänden und der ABZV. Gleichzeitig dienen sie als Grundlage für Tarifverhandlungen und gewähren einen Blick auf den journalistischen Ausbildungs- und Arbeitsmarkt insgesamt. Stichtag ist jeweils der 1. Januar des Jahres.

Die Umfrage des VSZV zur Volontärsausbildung ergab zum Stichtag 1. Januar 2009 folgendes Bild: In 40 Verlagen, davon 38 Mitgliedsverlage und 2 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2008: 37 Verlage, 35 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage) wurden insgesamt 163 Volontäre ausgebildet, 102 Volontärinnen (63 %) und 61 Volontäre (37 %). Damit hat sich die Anzahl der Volontäre im Vergleich zur letzten Umfrage zum 1. Januar 2008 um 10 Personen erhöht. Gleichzeitig gibt es deutlich mehr Volontärinnen als Volontäre. Die Anzahl der ausbildenden Verlage hat wieder zugenommen.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen ausschnitthaften Überblick über die vom Verband erhobenen Daten seit 1983:

	1983		1990		2001		2007		2008		2009	
VOLONTÄRE		%		%		%		%		%		
insgesamt	183		241		210		149		153		163	
weiblich	64	35,0	117	48,6	93	44,3	79	53,0	86	56,2	102	62,6
männlich	119	65,0	124	51,5	118	56,2	70	47,0	67	43,8	61	37,4
VOLONTARIAT												
2-jährig	151	82,5	198	82,2	176	83,8	139	93,3	147	96,1	156	95,7
verkürzt	32	17,5	43	17,8	24	11,4	10	6,7	6	3,9	7	4,3
ABSCHLUSS												
Abitur	94	51,4	73	30,3	56	26,7	18	12,1	18	11,8	15	9,2
Fachhochschule	8	4,4	10	4,2	11	5,2	5	3,4	3	2	6	3,7
Universität*	53	29,0	126	52,3	130	61,9	114	76,5	124	81	134	82,2
Uni ohne Abschluss	21	11,5	16	6,6	17	8,1	7	4,7	4	2,6	7	4,3
Sonstige	7	3,8	16	6,6	2	1,0	5	3,4	4	2,6	1	0,6
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	7	3,8	4	1,7	17	8,1	29	19,5	30	19,6	30	18,4
REDAKTEURE					1912		1774		1878		1849	
Volontäre + Redakteure					2122		1923		2031		2012	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2009 genau 1.849 Redakteure beschäftigt wurden. Das sind im Vergleich zum Jahr 2008 (1.878) 29 Redakteure weniger. Die Anzahl der Vollzeitstellen, auf die sich diese Redakteure verteilten, betrug 1.806 im Jahr 2009, in dem diese Zahl zum ersten Mal erhoben wurde.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss hat generell weiter zugenommen und zwar von 76,5 % (2007) über 81 % (2008) auf nunmehr 82,2 %. Der Anteil der Volontäre mit letztem Abschluss Abitur hat von 12,1 % (2007) über 11,8 % (2008) auf 9,2 % abgenommen. Dem gegenüber ist der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 4,7 % (2007) über 2,6 % (2008) auf 4,3 % (2009) in etwa konstant geblieben.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:

3 zweiwöchige Grundlagenseminare

3 einwöchige Aufbau-seminare

19 zweitägige Seminare

12 eintägige Seminare

Bei insgesamt 37 Seminaren (95 Seminartage; Vorjahr: 34 Seminare, 93 Seminartage) nahmen 392 Personen (Vorjahr: 399 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.333 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr 1414). Mit den Archivaren waren es sogar 1.744 Teilnehmerbildungstage. Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 10,6 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 11,7).

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 23. Juli hat eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB stattgefunden. Dabei wurden unter anderem die Verdienste von Verleger Frank Distelbarth um die JBB gewürdigt.

Der Altverleger der Heilbronner Stimme hat am 30. August 2008 seinen 80. Geburtstag gefeiert. 42 Jahre lang hat der gebürtige Löwensteiner die Geschicke des Verlages bestimmt. Ein großes Anliegen von Frank Distelbarth ist die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses gewesen. Unter seiner Mitwirkung ist in Zusammenarbeit von VSZV und den Vorläuferorganisationen des DJV Baden-Württemberg 1976 die Arbeitsgemeinschaft Journalistische Berufsbildung (AJB) und schließlich 1986 die Journalistische Berufsbildung (JBB) entstanden. Zusammen mit Erich F. Jetter hat er in zahlreichen Sitzungen und Verhandlungen Inhalte und Aufbau der Arbeitsgemeinschaften erarbeitet. Vorstand und Beirat der JBB gratulierten nachträglich ganz herzlich.

Werner Scheib, dpa-Journalist, ehemaliger dpa-Büroleiter Baden-Württemberg, langjähriges JBB-Beiratsmitglied und JBB-Referent ist am 24. April 2009 von der dpa in den Ruhestand verabschiedet worden. Vorstand und Beirat der JBB wünschten ihm Gesundheit und alles Gute für den Ruhestand.

Bei der gemeinsamen Sitzung von Vorstand und Beirat wurden die Entwicklung der Volontärszahlen sowie der Ablauf der Seminararbeit erörtert und das Seminarprogramm 2010 besprochen. Im Jahr 2010 werden alle Seminare, die im Jahr 2009 erfolgreich waren, wieder angeboten.

Vorstand und Beirat der JBB setzen sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt folgendermaßen zusammen:

5. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Eßlinger Zeitung (Sprecherin)

Stephan Bourauel, VSZV

Tilmann Distelbarth, Heilbronner Stimme

Gerhard Ulmer, Ludwigsburger Kreiszeitung

6. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

Werner Schwarzwälder, ehem. Südkurier, Konstanz (Sprecher)
Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten, Tauberbischofsheim
Kathrin Konyen, Südwest Presse, Ulm
Hans-Dieter Weißbecher, Ludwigsburger Kreiszeitung

7. JBB-Beirat

Jörg Bischoff
Karl Geibel
Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
Werner Scheib
Magnus Schlecht, Pforzheimer Zeitung
Susanne Stiefel
Klaus Siegmeier, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Hartmut Troebbs, Reutlinger General-Anzeiger

8. Seminarprogramm 2010

Im Jahr 2010 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2009 genügend Interessenten gefunden haben. Weiterhin auch die Seminare „Schreibcoaching“, „Modernes Zeitungsdesign“, „Sportjournalismus“ und „Gerichtsberichte für die Tageszeitung“.

Das Seminarprogramm 2010 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt 42 Seminare sind geplant, außerdem wieder fünf Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

Die genauen Beschreibungen der Seminarinhalte enthält das im Herbst 2009 an alle Mitglieder versandte Seminarprogramm 2010.

Sämtliche Seminarveranstaltungen des VSZV für Redakteure und Volontäre sind im Übrigen in der Rubrik „Berufsbildung“ der im Berichtsjahr neu gestalteten Internetseite www.vszv.de des Verbandes aufgeführt.

IX. Journalistenpreise

Wächterpreis der deutschen Tagespresse

Am 6. April wurde Jürgen Bock von den Stuttgarter Nachrichten für seine Serie über die Notfallversorgung in Stuttgart der Wächterpreis (dritter Platz) zuerkannt.

Axel-Springer-Preis

Ebenfalls für diese Serie wurde Jürgen Bock mit dem ersten Preis beim Axel-Springer-Preis für junge Journalisten in der Kategorie Print ausgezeichnet.

Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

Wie schon im vergangenen Jahr gingen auch dieses Jahr gleich zwei Auszeichnungen beim Deutschen Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung an die Redaktion der Stuttgarter Zeitung. Frank Buchmeier, Reporter im Regionalressort, hat mit der Serie „Nachgeforscht“, die auf der regionalen Reportageseite erschienen ist, den zweiten Preis gewonnen. Die von der Lokalredaktion betreute Reihe „Von Zeit zu Zeit“ gewann in der Sonderkategorie „Crossmediale Serie“.

In beiden Fällen handle es sich um herausragende journalistische Leistungen, so die Begründung der Jury. Buchmeier hat in seiner Serie kurzen Zeitungsmeldungen nachgespürt und akribisch die Geschichte dahinter recherchiert – von der Tragödie um einen Grillabend bis hin zu den Folgen eines Blitzschlags.

Bei dem Projekt „Von Zeit zu Zeit“, das von Thomas Faltin und Hilke Lorenz geleitet wurde, waren unterdessen auch die Leser der Stuttgarter Zeitung beteiligt. Sie haben mehr als 6000 bisher unveröffentlichte Fotos aus privaten Beständen in die Geschichtswerkstatt eingebracht und damit dazu beigetragen, das kollektive Gedächtnis Stuttgarts zu erweitern.

Neben der Stuttgarter Zeitung wurden bei der diesjährigen Vergabe des Deutschen Lokaljournalistenpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung zwei weitere baden-württembergische Tageszeitungen bedacht:

Hohe Anerkennung für den Reutlinger General-Anzeiger: Bei der Verleihung des Deutschen Lokaljournalistenpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung am 31. August 2009 in Braunschweig haben die Chefredakteure Christoph Irion und Hartmut Troebbs sowie Monique Cantré, Leiterin des Kulturressorts, einen der begehrten Preise entgegengenommen. Ausgezeichnet wurde die Kunst-Ausgabe des GEA vom 8. November 2008 in der Kategorie „Aktion“. Für den Kunst-GEA hatten nach fast einjähriger Planung Redakteure aus allen Ressorts gemeinsam mit rund 30 Künstlerinnen und Künstlern aus der Region Neckar-Alb eine Zeitungsausgabe gestaltet. Mitarbeiter aus allen Bereichen des Verlags waren in die Produktion kreativ eingebunden. Die Jury unter Leitung von Dr. Dieter Golombek würdigte diese einzigartige Zeitungsausgabe als „eigenes Kunstwerk“.

Der Zeitungsverlag Waiblingen wurde in der Kategorie „Redaktionelles Marketing“ geehrt. In einer Serie haben die Zeitungstitel des Waiblinger Verlagshauses (Waiblinger Kreiszeitung, Schorndorfer Nachrichten, Winnender Zeitung, Welzheimer Zeitung) eine „Familien-Zeitung“ gestaltet und dabei die Berichterstattung mit eigenen Freizeitangeboten für Familien verbunden.

Herbert Quandt Medien-Preis

Michael Ohnewald von der Stuttgarter Zeitung erhielt von der Johanna-Quandt-Stiftung den Herbert Quandt Medien-Preis 2009 für seine Artikelserie „Eine Familie in China“ in der Stuttgarter Zeitung in der Kategorie Lokaljournalismus.

European Newspaper Design Award

Die Jury des Newspaper Design Award verlieh der neu gestalteten Stuttgarter Zeitung den Titel „best gestaltete Regionalzeitung Europas“. Überzeugt haben das internationale Gremium aus neun Ländern unter anderem die neuen Schriften, das Konzept der Titelseite, die Zusatzelemente mit weiteren Informationen zu den Texten, die Infografiken und die Bilder. Die StZ ist die erste deutsche Regionalzeitung, die dieses Prädikat erhält.

Die Stuttgarter Nachrichten gehören ebenfalls zu den Siegern des wichtigsten europäischen Wettbewerbs für Zeitungsdesign. Gleich fünf Preise bekam die Redaktion: in den Kategorien Titelseite Regionalzeitung, Innenseiten mit Anzeigen, Fotografie und Bildschnitt, Visualisierung sowie Spezial: Wahlen.

X. Aus den Verlagen

Badische Zeitung

Die Badische Zeitung bietet nach dem Relaunch ihrer Website ein umfassendes Paket für die Vereine in Südbaden. Über 1.300 Vereine können aus dem bisher genutzten Vereinsregister auf neue Web 2.0-Funktionen zurückgreifen. Hier können sich Mitglieder treffen, um über das Vereinsleben zu diskutieren oder Neuigkeiten aus dem eigenen Verein zu veröffentlichen. Auf „BZ Vereine“ findet man alle wichtigen Informationen über die Vereine Südbadens: Wie viele Mitglieder hat ein Verein? Wie hoch ist der Mitgliedsbeitrag? Welche Abteilungen gibt es? Wann sind die Trainingszeiten? Wie ist die Adresse der offiziellen Vereinshomepage? Die Nutzung des Angebots ist kostenlos.

Die Oberbadische

Unicef-Lörrach und die Oberbadische haben sich das gemeinsame Ziel gesetzt, mit Aktionen und Projekten auf die Kinderrechte in Lörrach aufmerksam zu machen, diese stärker ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken und zu sensibilisieren. Erstes Projekt auf diesem Weg ist der KinderrechtsBaum. Diesen Baum – eine Linde – pflanzten die Juniorbotschafter (25 Kinder und Jugendliche) der Lörracher Unicef-Gruppe im Herbst 2008 im Park der Villa Aichele. Jeden Monat wird dieser Baum von den Kindern thematisch neu dekoriert. Die Oberbadische veröffentlicht jeden Monat ein Foto davon, erklärt den Sinn des jeweiligen Baumschmucks und stellt ein Kinderrecht dazu.

Im Juni 2009 wurde dieses gemeinsame Projekt beim bundesweiten Unicef-Wettbewerb 2009 unter rund 100 Einsendungen mit dem 3. Preis ausgezeichnet.

Eßlinger Zeitung

Das Nachrichtenportal www.ez-online.de der Eßlinger Zeitung hat ein neues Design bekommen. Verbesserte Nutzerführung, ein zeitgemäßes Aussehen und neue Vermarktungsmöglichkeiten waren die Hauptziele, die der Bechtle Verlag mit dem Relaunch des Webangebotes verband. Das neue Design stammt aus der Feder der Newsfactory in Augsburg, die schon diverse Lokalzeitungen beim Redesign beraten hat.

Dem Esslinger Unternehmen Bechtle Verlag&Druck wurde der Preis als „Zeitungsdrucker des Jahres“ vom Hamburger Fachmagazin Druck&Medien verliehen. Die Auszeichnung der 21-köpfigen Jury bezieht sich sowohl auf die Qualitäts- wie auch die Geschäftspolitik des Unternehmens. Dabei werden die internen Abläufe und deren Anpassung an die Marktanforderungen ebenso berücksichtigt wie die Innovationskraft und die Aktivitäten am Markt. Den Juroren gefiel auf der Qualitätsebene bei Bechtle besonders das „sehr homogene Druckbild“.

Gmünder Tagespost

Die Gmünder Tagespost hat in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen gefeiert. Sie ist die jüngste Tageszeitung in Württemberg. Die Verleger Dr. Johannes Binkowski und Dr. Konrad Theiss entschieden sich, vom 1. Dezember 1959 an die Gmünder Tagespost herauszugeben. Die Gmünder Tagespost ist heute eine lebendige Heimatzeitung, die nicht nur erfolgreich die Themen der Menschen in der Region aufnimmt, sondern sich auch mit einer Vielzahl von Aktionen für Schwäbisch Gmünd stark gemacht hat.

Anlässlich des Jubiläums ist Ende Juni eine 72 Seiten starke Sonderbeilage erschienen. Ein weiterer Höhepunkt der zahlreichen Jubiläumsaktionen war das Leserfest mit über 10.000 Besuchern.

Haller Tagblatt

Der Verlag des Haller Tagblatts hat gegen das Urteil des Verwaltungsgerichts Stuttgart vom 18. Dezember 2008, das ein von der Polizei erlassenes Fotografierverbot während eines spektakulären SEK-Einsatzes in einer Fußgängerzone bestätigte, Berufung eingelegt. Der Verlag beantragte beim Verwaltungsgerichtshof in Mannheim die Zulassung der Berufung, die ihm vom Verwaltungsgericht Stuttgart versagt wurde. Der Verlag sieht in dem Urteil grundsätzlich eine unzulässige Einschränkung des Rechts auf freie Berichterstattung.

Das Monatsmagazin Hohenlohe trends erscheint ab Januar 2010 in einer Tochterfirma des Haller Tagblatts. Zur Zukunftssicherung der Zeitschrift wurde der Titel an den Verlag Hohenlohe Trends GmbH & Co. KG veräußert. Die Zeitschrift hat eine Auflage von 22.500 und wird in der Region Hohenlohe unentgeltlich vertrieben.

Heidenheimer Zeitung

Im Oktober 2009 hat der Verlag der Heidenheimer Zeitung das neue Jugendmagazin noise herausgebracht. Das Printmagazin noise ist Teil des Abonnements der Heidenheimer Zeitung, der Heidenheimer Neue Presse und des Brenztal-Boten und ist zudem im Einzelverkauf erhältlich. Täglich aktuell ist die Internetseite www.noise-online.de. Hier können gebloggte Fotos, Videos und Artikel gesehen, gelesen und kommentiert werden. Jeden Samstag erscheint die Jugendseite noise-weekly in den Heidenheimer Tageszeitungen. Die Inhalte des Magazins, der Jugendseite in den Tageszeitungen und von noise-online werden mediengerecht miteinander verknüpft.

Heilbronner Stimme

„Welche Schulausbildung braucht man, um Fußballer zu werden?“ oder „Wenn Bayern jetzt 35 Millionen für Mario Gomez bietet, verkaufen Sie ihn dann?“, das wollten 120 Mädchen und Jungen am 28. April 2009 in Heilbronn wissen. Sie schlüpfen in die Rolle von Journalisten und löcherten den Präsidenten des VfB Stuttgart, Erwin Staudt, sowie den Profikicker Julian Schieber mit Fragen. Gelegenheit dazu gab ihnen die 6. Kinder-Pressekonferenz der Heilbronner Stimme. Die Schüler bekamen viele klare Antworten. Zum Beispiel, warum ein Trainer ausgewechselt wird, wenn die Mannschaft schlecht ist. „Weil es einfacher ist, einen Mann zu entlassen als 26 Spieler“, rechnete Staudt den Kindern vor. Julian Schieber verriet den jungen Fans, dass es sich schlimmer anfühlt als eine Sechser in der Schule, wenn man vor 50.000 Zuschauern ein Spiel verliert.

Vom 24. Juni bis 31. Juli 2009 fand mit fünf prominenten Spitzenpolitikern die Veranstaltungsreihe „Wahl-Check“ des Medienunternehmens Heilbronner Stimme im Forum „Unter der Pyramide“ in der Heilbronner Kreissparkasse statt. Den Auftakt machte der FDP-Vorsitzende Guido Westerwelle. Der Abend begann jeweils mit einer 30-minütigen Rede des Politikers, gefolgt von einer Fragerunde. Das Westerwelle-Forum war mit 500 Plätzen in kürzester Zeit ausgebucht.

Auf eine große Resonanz stieß das vom Medienunternehmen Heilbronner Stimme im Internet unter www.stimme.de präsentierte Volksfest-TV. Jeden Abend wurde die Sendung im Festzelt-Studio des Unterländer Volksfestes in Heilbronn aufgenommen und dann jeweils am Folgetag ab 12 Uhr ausgestrahlt. Neben den amüsanten Volksfesteinblicken – einem täglichen Film vom Geschehen hinter den Kulissen – gab es im Studio immer ein Interview mit interessanten Gästen zu einem aktuellen Thema, ein Gewinnspiel für die Zuschauer, ein Rückblick auf das Geschehen im Festzelt sowie einen Ausblick auf den Folgetag.

Das Medienunternehmen Heilbronner Stimme möchte es den Arbeitssuchenden in der Region einfacher machen und hat das Internetportal www.jobstimme.de grundlegend modernisiert.

Ziel ist es, den Nutzern einen Komplettüberblick über die offenen Stellen in der Region und in angrenzenden Gebieten zu geben.

Mit „heilbronn, highlights“ hat das Medienunternehmen Heilbronner Stimme in Kooperation mit der Stadtinitiative Heilbronn ein Buch auf den Markt gebracht, das die moderne, urbane Seite der Käthchenstadt zeigt und den Bogen spannt von Kunst und Kultur über Wein und Genuss, Freizeitmöglichkeiten bis hin zum Einzelhandel. Mehr als 70 Geschäfte und Einrichtungen werden in dem 192 Seiten starken Buch vorgestellt. „heilbronn, highlights“ ist in einer Auflage von 10.000 Exemplaren erschienen und im örtlichen Buchhandel sowie in den Geschäftsstellen des Medienunternehmens Heilbronner Stimme erhältlich.

Die Heilbronner Stimme hat ein Kochkursheft herausgegeben. „Abgeschmeckt“ heißt die bunte Broschüre, die Hobbyköche und Kochwillige einlädt, den Profis einmal über die Schulter zu schauen. Mehr als 30 Termine stehen zur Wahl – in Restaurants zwischen Kraichgau, Unterland und Hohenlohe. Einfach durchblättern, anmelden, lernen und natürlich genießen. Denn am Ende eines jeden Kurses steht immer der gemeinsame Genuss eines leckeren Menüs.

Die Eppinger-Verlag OHG, Schwäbisch Hall, kooperiert ab 1. Januar 2010 mit der Druck & Medien Heilbronn GmbH, Heilbronn. Die zum Medienunternehmen Heilbronner Stimme gehörende Firma beteiligte sich mit 50,1 % an der Eppinger-Verlag OHG, die ab Januar 2010 als Eppinger-Verlag GmbH & Co. KG umfirmiert. Das mittelständische Familienunternehmen mit 11 Mitarbeitern gibt die Monatspublikationen „pro – Magazin für die Region Heilbronn-Franken“ (10. Jahrgang) sowie das bundesweit führende kommunale Fachmagazin „der Gemeinderat – Das unabhängige Magazin für die kommunale Praxis“ (52. Jahrgang) heraus.

Hohenloher Tagblatt

TNT Post, ein Tochterunternehmen des weltweit tätigen Post- und Expressdienstleisters TNT, hat die Tochtergesellschaft des Hohenloher Druck- und Verlagshauses, die Südwest-Mail Hohenlohe, mit dem 3. Preis für Zustellqualität 2009 ausgezeichnet. Bereits 2007 wurde Südwest-Mail Hohenlohe mit dem 1. Platz des TNT Post-Awards für Zustellqualität gewürdigt.

Leonberger Kreiszeitung

Ein Zeichen gegen die Krise setzte der Zeitungsverlag Leonberg mit einem 40 Seiten starken Sonderheft, das in einer Auflage von 28.000 Exemplaren erschienen ist. „Durchstarten – der Altkreis Leonberg blickt nach vorne“ hieß die Sonderveröffentlichung, in der heimische Unternehmen vorgestellt wurden, die der Krise zum Trotz auch von guten Geschäftsergebnissen oder positiven Vorhaben berichten konnten. Darüber hinaus hat die Redaktion lokale Wirtschaftsexperten, etwa den IHK-Kammerpräsidenten oder die Vorstände der heimischen Banken, um eine Einschätzung der aktuellen Lage gebeten.

Ludwigsburger Kreiszeitung

Ulrike Trampus (39) ist seit 1. September 2009 neue Chefredakteurin der Ludwigsburger Kreiszeitung. Sie löste Isabell Funk ab, die in gleicher Funktion zum Trierischen Volksfreund wechselte. In den achteinhalb Jahren ihrer Tätigkeit verantwortete Funk die inhaltliche und optische Neuausrichtung der Ludwigsburger Kreiszeitung. Unter ihrer Leitung erhielt die Zeitung eine neue Blattstruktur und wurde konsequent regionalisiert. Die gebürtige Schwäbin Trampus begann 1995 ihre journalistische Laufbahn bei der Pforzheimer Zeitung, wo sie unter anderem Chefin vom Dienst und stellvertretende Chefredakteurin war. Von 2003 bis 2007 war sie in einer Doppelspitze Chefredakteurin des Wiesbadener Kuriers. Danach arbeitete sie als Dozentin für Pressejournalismus an der Universität Mainz.

Mannheimer Morgen

Seit März bietet die kostenlose Stellensuchmaschine „jobmorgen“ die Möglichkeit, schnell und übersichtlich die Stellenangebote der Region zu sichten. Dies gewährt eine serviceorientierte Möglichkeit - nicht nur für Zeitungsleser, sondern für alle Bewohner der Metropolregion und des Main-Tauber-Kreises –, sich einfach, schnell und umfassend über das Stellenangebot in der Region zu informieren. Mit diesem Onlineangebot wird die Tageszeitung wieder ihrer Rolle als wichtiges Informationsmedium für alle Bereiche des täglichen Lebens gerecht.

Im April wurde mit Gästen in Mannheim die „Anzeige des Jahres 2008“ gefeiert. Die bereits zum neunten Mal ausgerichtete Werbegala hat sich als Schaufenster der regionalen Werbebranche etabliert.

Die Dr. Haas GmbH hat Anteile des Direktverteilunternehmens AFD Werbung GmbH in Laudenbach erworben. Die AFD Werbung GmbH wurde im Jahre 1967 gegründet und ist seit 1998 ein Tochterunternehmen der EGRO-Direktwerbung GmbH, Obertshausen.

Zum vierten Mal startete die große Online-Auktion der Zeitungstitel der Dr.-Haas-Gruppe. Auf den Online-Portalen des Mannheimer Morgen, Südhessen Morgen, Bergsträßer Anzeigers, der Schwetzingen Zeitung sowie der Fränkischen Nachrichten standen 1.950 Top-Artikel mit einem Neuwarenwert von 1.070.000 Euro zur Versteigerung an.

Die Mediengruppe Dr. Haas GmbH feierte in diesem Jahr ihr 125-jähriges Bestehen. 18 Unternehmen und Beteiligungen mit insgesamt 700 Mitarbeitern erwirtschafteten 2008 einen Jahresumsatz von knapp 110 Mio. Euro. Die Hauptaktivitäten teilen sich in die Bereiche Zeitung, Druck, Dienstleistungen und Hörfunk auf. Neben den Tageszeitungen Mannheimer Morgen, Südhessen Morgen, Bergsträßer Anzeiger, Schwetzingen Zeitung sowie den Fränkischen Nachrichten erscheinen im Printbereich das Wirtschaftsmagazin „Econo“, das Lifestyle-Magazin „Ubi bene“, sowie die Sonntagszeitungen Sonntag Aktuell und Der Sonntag. Externe Druckaufträge wie die Weinheimer Nachrichten, die Odenwälder Zeitung sowie eine Teilaufgabe der Financial Times Deutschland sorgen für insgesamt rund 210.000 zu druckende Exemplare täglich.

Zum Bereich Dienstleistungen gehören der Postzustelldienst Morgenpost-Briefservice, der Redaktionsdienstleister Impuls sowie die Kreativagentur Xmedias. Weiterhin sorgt der Logistik-Dienstleister pdk dafür, dass alle Zeitungen der Haas-Gruppe pünktlich beim Leser sind. Jüngste Beteiligung ist das Direktverteil-Unternehmen AFD, das auf die zuverlässige und kostengünstige Zustellung von Handzetteln, Werbeprospekten und Katalogen spezialisiert ist.

Das Mediengeschäft der Haas-Gruppe deckt neben den Printmedien auch den Hörfunk ab. Das Unternehmen ist unter anderem Anteilseigner der Sender Radio Regenbogen, bigFM, Antenne Stuttgart und Radio Ton Heilbronn.

Zum ersten Mal veranstaltete der Mannheimer Morgen eine Immobilienmesse. Besucher erhielten einen umfangreichen Service durch zahlreiche Fachvorträge und rund 50 Aussteller an 60 Messeständen.

Im Dezember konnten die virtuellen Türchen des Online-Adventskalenders im morgenweb, der Nachrichtenplattform für die Metropolregion Rhein-Neckar geöffnet werden. Neben verschiedenen Fragen gab es vom 1. bis 24. Dezember auch wieder kurzweilige Online-Spiele. Die täglichen Preise wurden unter allen Teilnehmer verlost.

Murrhardter Zeitung

Vier Generationen und 125 Jahre: Die Murrhardter Zeitung feierte dieses Jahr Jubiläum. Die von Höhen und Tiefen geprägte Geschichte der Murrhardter Zeitung hat der Historiker Andreas Kozlik in der Sonderbeilage „125 Jahre Murrhardter Zeitung“ nachgezeichnet. Am 27. September 1884 lief die erste Ausgabe vom Band, nachdem Friedrich Lang die Zeitung gegründet und für seine Druckerei Räume in der Karlstraße 5 in Murrhardt gemietet hatte. Die Besonderheit: Die Murrhardter Zeitung erschien immer mit dem gleichen Titel und seit Anbeginn in einer für die Zeit untypischen, wegweisenden Aufmachung – die Berichte aus Nah und Fern auf den ersten, die Anzeigen auf der letzten Seite – war es damals doch üblich, die Werbung an den Anfang zu setzen. 1891 zog der Verlag in die Grabenstraße 23, hat somit seit 118 Jahren seine Betriebs- und Druckerei-Räume dort. 1912 übernahm Hermann Lang den Betrieb. Nach dem Tod Hermann und Maria Langs wurde der Stab Anfang der 60er-Jahre an Walter und Elisabeth Mauser weitergegeben, bis 1985 dem ältesten Sohn Fritz Mauser die Leitung übertragen wurde. Nach seinem frühen Tod übernahm Michael Mauser 2001 die Geschäfte. Neben der Geschichte wirft die 56 Seiten starke Sonderbeilage auch Schlaglichter auf das unmittelbare Umfeld: die Stadt Murrhardt, ihre Städtepartnerschaften mit Frankreich, England und Polen, die Geschichte der Stadtbezirke, die wichtige Rolle des Waldes sowie Murrhardt als Stadt der Maler.

Pforzheimer Zeitung

Die Pforzheimer Zeitung hat am 1. Oktober ihr 60-jähriges Bestehen gefeiert. Zu diesem Anlass druckte die PZ die erste, 22-seitige Ausgabe vom 1. Oktober 1949 nach und legte sie der Zeitung vom 1. Oktober 2009 bei. Darüber hinaus zierte die erste Titelseite der PZ von damals – eingebunden mit einem Geschenkband – die Seite eins dieses Tages. Die Aktion stieß in der Leserschaft auf große positive Resonanz.

Auch PZ-news, der Internetauftritt der Pforzheimer Zeitung, stand ganz im Zeichen des Jubiläums. Die Homepage erschien am 1. Oktober mit Texten aus der ersten Ausgabe. Darüber hinaus drehte die Online-Redaktion Schwarz-Weiß-Videos unter anderem mit einem Anzeigenkunden, der bereits in der ersten Ausgabe inseriert hatte, und mit Passanten der Pforzheimer Fußgängerzone, die zur PZ von heute und damals befragt wurden.

Tags darauf erschien eine 68-seitige Jubiläumsausgabe, in der die Entwicklung der Zeitung in den vergangenen Jahrzehnten und die Bedeutung der PZ für die Region aufgezeigt wurden. Gleichzeitig war dies der Startschuss für einen großen Jubiläumswettbewerb. Unter dem Motto „Meine PZ und ich“ sollten Leser kreativ sein und ihr Verhältnis zur PZ auf originelle Art und Weise darstellen. Zu gewinnen gab es bei dem Wettbewerb unter anderem ein Auto im Wert von 17.000 Euro.

Jakob und Rosa Esslinger hatten den Verlag aus den Trümmern der fast vollständig zerstörten Stadt wieder funktionsfähig gemacht, damit im Oktober 1949 wieder eine Pforzheimer Zeitung erscheinen konnte. Die Vorgängerin der PZ (Pforzheimer Rundschau) wurde eingestellt, weil sie den Nationalsozialisten nicht linientreu genug war.

Reutlinger General-Anzeiger

Nach einem Komplett-Relaunch ist www.gea.de, das Online-Portal des Reutlinger General-Anzeigers, im Dezember 2009 vollständig neu an den Start gegangen. Damit präsentiert sich www.gea.de nun in einem einheitlichen und aufgeräumten Erscheinungsbild, optimiert auf moderne Inhalte-Präsentation und hohen Gebrauchswert. Leichtigkeit und Klarheit des Designs in Verbindung mit einer spürbar verschlankten Navigation über reduzierte Ebenen verbessern den Bedienkomfort, reduzieren den „Lese-Stress“ und erleichtern es dem User, sich auf das

Wesentliche zu konzentrieren. www.gea.de enthält nun deutlich mehr hochaktuelle Lokal- und Regionalnachrichten, umfangreiche Nachrichten aus Baden-Württemberg, der Bundesrepublik und der Welt. Die Inhalte werden mit signifikant mehr Fotos und Videos sowie attraktiven Foto- und Videogalerien aufgewertet. Für die jungen Leser wurden umfangreiche aktuelle Kinder-Nachrichten mit zahlreichen interaktiven Grafiken und Hörstücken (Podcasts) integriert. Der klassische Online-Journalismus wird durch zahlreiche Service-Funktionen ergänzt. Zur Realisierung des Web-Auftritts wird das Content-Management-System in allen Verlagsbereichen eingesetzt. www.gea.de wird auch als Mobil-Version oder als RSS-Feed angeboten. Der Reutlinger General-Anzeiger ist auch als E-Paper erhältlich.

Zum ersten Mal brachte der Reutlinger General-Anzeiger das Wirtschaftsmagazin: Region Neckar-Alb mit einem Umfang von 48 Seiten und einer Auflage von 50.000 Exemplaren heraus. Neben aktuellen wirtschaftspolitischen Themen werden im Wirtschaftsmagazin: Region Neckar-Alb besondere Unternehmensleistungen aufgegriffen und Unternehmer-Persönlichkeiten porträtiert. Das Magazin erscheint zwei Mal im Jahr.

Schwäbische Zeitung

Das Medienhaus Schwäbischer Verlag hat seinen Internetauftritt modernisiert und aktualisiert. Unter www.schwaebischer-verlag.de finden Leser, Anzeigenkunden, Geschäftsfreunde, Bewerber oder einfach nur Interessierte alles Wissenswerte über das Medienhaus und seine Tochterunternehmen.

Schwäbische Post

Die Tageszeitungen Schwäbische Post und Gmünder Tagespost schufen mit dem „SchwäPo-/Tagespost-Wahlhelfer“ zur Bundestagswahl einen regionalen „Wahl-O-Mat“. Neben einer umfangreichen lokalen Vorberichterstattung war dies ein weiterer Bestandteil des redaktionellen Konzepts. Mit dem interaktiven Tool wurde den Bürgern des Ostalbkreises eine zusätzliche Hilfestellung zur Wahl geboten. Dem User wurden zehn Fragen zu aktuellen regionalen und überregionalen Themen gestellt, die er mit „Stimme zu“, „Neutral“ und „Stimme nicht zu“ beantworten musste. Das Ergebnis zeigte den regionalen Bundestagskandidaten und dessen dazu gemachte Aussagen mit der höchsten Übereinstimmung zuerst. Nachfolgend wurden die weiteren Kandidaten, deren Statements und Abweichungen angezeigt. Der User konnte somit direkt seine Meinung mit den Ansichten der Kandidaten seines Wahlkreises vergleichen.

Schwäbisches Tagblatt

Der Verlag Schwäbisches Tagblatt hat zusammen mit der Agentur für Klimaschutz im Landkreis Tübingen zu den wichtigen Themen Erneuerbare Energien und Energiesparen mit „Klima vor Ort“ ein neues Hochglanzmagazin für sein Verbreitungsgebiet auf den Markt gebracht (verbreitete Auflage: 7.000). Das Magazin soll künftig drei Mal jährlich erscheinen und richtet sich an alle regionalen Hausbesitzer, Unternehmen, Kommunen, Handwerker und Architekten, die eine Investition im Energiesparbereich planen oder sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen präsentieren wollen. Auf 60 modern gestalteten Seiten (Innenteil 100 % Recyclingpapier mit blauem Umweltengel) erfahren die Leserinnen und Leser rund um eine Titelgeschichte alles Wissenswerte beispielsweise zum Thema Solartechnik. Neben leicht verständlichen Artikeln zu dem Schwerpunktthema werden zahlreiche gut gelungene Sanierungsprojekte von unterschiedlichsten Bauprojekten aus dem Landkreis Tübingen ausführlich in weiteren Artikeln mit Bildern, Grafiken und Kostenangaben vorgestellt. Dazu kommen fundierte Expertentipps von Handwerkern und Architekten, Veranstaltungshinweise, die Beschreibung der neuen KfW-Förderrichtlinien für Energieeffizienz und Klimaschutz, nützliche Weblinks sowie andere relevante Artikel zum Energiesparen.

Rechtzeitig zum bundesweit bekannten Schokoladenfestival ChocoART erschien das neue Back- und Kochmagazin des Verlags Schwäbisches Tagblatt. „Alles Schoko! – Kuchen, Pralines & Co. zum Selbermachen“ präsentiert über 50 Rezepte rund um Schokolade. Von schokoladigen Schupfnudeln über leckere Schoko-Birnen-Kuchen und süße Torten bis hin zur Pralinentarte oder aparten Pfeffertrüffeln reicht das Spektrum der Köstlichkeiten in dem modern gestalteten Hochglanzheft. Eingeschickt wurden die Schokorezepte von fast 100 talentierten Hobbyköchen, die sich von einem Aufruf der Zeitung begeistern ließen. Eine hochkarätig besetzte Jury wählte anschließend die besten aus und testete auch gleich, wie die Back-Empfehlungen der Amateure in der Küchenpraxis funktionieren. Darunter sind auch zahlreiche Leckereien, die gut mit Kindern zu backen sind. Außer den Rezepten der Hobbyköche finden die Leser in „Alles Schoko“ auf über 50 Seiten auch noch viele Tipps und Geschichten rund ums Thema Schokolade sowie Rezepte von erfahrenen Back- und Küchenprofis (unter ihnen auch die Starköche Eckard Witzigmann und Johann Lafer).

Sindelfinger Zeitung

Hans-Jörg Zürn besetzt seit 1. Juli die neu geschaffene Position des Verlagsleiters. Gleichzeitig bleibt er Chefredakteur mit der Zuständigkeit für den Raum Böblingen und besondere Schwerpunktthemen wie Bildung, Flugfeld oder Autobahnausbau sowie den Online-Bereich des Verlages. Jürgen Haar übernimmt zusätzliche Aufgaben in der Redaktionsleitung und treibt den Bereich der Wirtschaftspublikationen des Verlages voran.

Stuttgarter Nachrichten

Die Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl (HCS) und die Stuttgarter Nachrichten (StN) sind zum 1. Januar 2010 eine redaktionelle Partnerschaft eingegangen. Die HCS-Zeitungen beziehen überregionale redaktionelle Inhalte über die Stuttgarter Nachrichten. Dies gilt für die Beiträge von StN-Korrespondenten ebenso wie für jene der Berliner Redaktion und der StN-Redakteure. Zum selben Zeitpunkt löste die Verlagsgruppe HCS die bisher ausgegliederte Mantelredaktion auf und übertrug die Produktion der überregionalen Seiten auf die bestehenden Newsdesks in Hof (für die fränkischen Zeitungen) und in Suhl (für die thüringischen Zeitungen). Die Beiträge von Redakteuren und Korrespondenten der Stuttgarter Nachrichten erreichen künftig eine verkaufte Auflage von täglich mehr als 540.000 Exemplaren.

Die Verlagsgruppe HCS erscheint mit ihren Titeln „Frankenpost“ (Hof), „Neue Presse“ (Coburg), „Freies Wort“ (Suhl) und „Südthüringer Zeitung“ (Bad Salzungen) in Bayern und Thüringen. Gemeinsam verkaufen sie 170.000 Exemplare.

Südkurier

Das Online-Nachrichtenportal des Südkurier ist mit dem suedkurier.de-Branchenbuch in den Markt für lokale Suche eingestiegen. Bereits über 30.000 Einträge verzeichnete das regionale Online-Branchenbuch zum Start. Die Einträge reichen von Einzelhändlern, Handwerkern, Restaurants und Dienstleistern bis hin zu öffentlichen Einrichtungen und Vereinen in den Regionen Bodensee, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Hochrhein. Der Basiseintrag mit einem hohen Funktionsumfang ist kostenlos.

Das Südkurier Medienhaus und der Südwestrundfunk (SWR) haben eine Zusammenarbeit im Online-Bereich vereinbart. Das Nachrichtenportal suedkurier.de übernimmt TV-Beiträge vom SWR aus dessen Landesprogramm Baden-Württemberg. „Dies ist die erste Online-Kooperation des SWR mit einem Verlagshaus“, so Peter Boudgoust, der Intendant des SWR. „Die Zusammenarbeit hat für den SWR Modellcharakter. Qualitätszeitungen und der öffentlich-rechtliche Rundfunk haben ein gemeinsames Interesse an solider professioneller Information für die Bürger.“

Die Zusammenarbeit sieht vor, dass der SWR regionale Nachrichtenbeiträge aus seinem Angebot dem Web-TV-Bereich von suedkurier.de in Form der Verlinkung zur Verfügung stellt. Das Fenster, in dem die Beiträge präsentiert werden, wird aufgrund der rechtlichen Vorgaben, denen der SWR unterliegt, werbefrei bleiben.

Der Anzeiger Konstanz läuft als erstes hauseigenes Produkt von der neuen Rotationsdruckmaschine, in die das Südkurier Medienhaus am Standort Konstanz rund 30 Mio. Euro investiert hat.

Das Internet gewinnt weiter an Bedeutung für die Information über Urlaubsregionen und die Unterkunftssuche. Dieser Trend wird bestätigt durch den Erfolg von bodenseeeferien.de, dem Online-Portal für die Bodenseeregion. Bereits im Juli verzeichnete das Portal über 1 Mio. Seitenaufrufe. Das Portal bietet unter anderem Auskünfte zu Regionen und Orten, einen umfangreichen Veranstaltungskalender und Ausflugstipps.

Südwest Presse

Wie interaktive Leser-Blatt-Bindung realisiert werden kann, zeigt das erste Backmagazin aus dem Medienhaus Südwest Presse. „Wir Backen!“ – diesem Aufruf folgten weit über 200 Hobbybäckerinnen und -bäcker aus der Ulmer und Neu-Ulmer Region. Entstanden ist ein Hochglanzprodukt, das auf 64 Seiten über 80 ausgesuchte Leserrezepte und Backideen von Profis und Promis präsentiert. Auf Herz und Nieren wurden die Backwerke von einer professionellen Jury getestet. Dieses 12-köpfige Expertenteam bestand aus Konditorinnen und Konditoren namhafter Bäckereien und Cafés, einem Backmittelhersteller, einer technischen Lehrkraft im Fachbereich Nahrung und dem Prüfungsvorsitzenden der Konditoreninnung Baden-Württemberg.

Seit dem 16. November 2009 zeigt sich die Website aus dem Medienhaus der Südwest Presse in einem neuen Erscheinungsbild und mit innovativer Regionalisierungsfunktion. Umfassende User-Studien im Vorfeld des Relaunchs machen swp.de zu dem, was Informationsbegeisterte jeden Alters von dem Onlineportal eines regionalen Medienhauses erwarten. Die Regionalisierbarkeit von Informationen, Unterhaltung und Services ist der Vorteil, den nur ein regionales Medium erfüllen kann. Die Lieblingsregion wird vom Nutzer individuell ausgewählt, entsprechende Einstellungen automatisch gespeichert und schon können diese Inhalte bei den nächsten Besuchen umgehend abgerufen werden. So wird die Nutzung der Internetseite dank einer sich selbst erklärenden Navigation zu einem Kinderspiel.

Waiblinger Kreiszeitung

Die Kommunalwahl in Baden-Württemberg ist vor allem eine Persönlichkeitswahl. Deshalb hat der Zeitungsverlag Waiblingen (ZVW) zum Superwahltag am 7. Juni ein interaktives Wahlportal gestartet. Unter wahlen.zvw.de stellten sich 2.164 Kandidaten von 171 Wahllisten vor, die bei der Regional-, Kreistags-, Gemeinderats- und Ortschaftsratswahl antraten. Die Kandidaten pflegten selber ihre Bilder und Texte in das Portal ein. Die Wählerinnen und Wähler hatten im Portal die Möglichkeit, jedem Kandidaten Fragen zu stellen.

XI. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2009

VSZV

Vorstand

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	stv. Vorsitzende
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	stv. Vorsitzender
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme	
Klaus Jetter	Zollern-Alb-Kurier	
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	
Rainer Wiesner	Südkurier	
Stephan Bourauel	VSZV	Geschäftsführer
Otto Wolfgang Bechtle	Eßlinger Zeitung	Ehrenvorsitzender
Konrad A. Theiss	Aalen	Ehrenvorsitzender
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Kooptiertes Mitglied
Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	Kooptiertes Mitglied
Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	Kooptiertes Mitglied

Rechnungsprüfer

Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	
Matthias Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Dr. Hansjörg Jaumann	Die Oberbadische	Stellvertreter

Schlichtungsausschuss

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Otto Wolfgang Bechtle	Eßlinger Zeitung	
Frank Distelbarth	Heilbronner Stimme	
Eberhard Ebner	Südwest Presse	
Konrad A. Theiss	Aalen	

JBB (Vorstandsmitglieder des VSZV)

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Sprecherin
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme	
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	Vorsitzender
Jürgen Bauder	Hohenloher Tagblatt	
Peter Bender	Schwäbische Zeitung	
Dr. Verena Ehrlicher	Badische Zeitung	
Michael Eyckeler	Reutlinger General-Anzeiger	
Matthias Hofer	Badisches Tagblatt	
Arthur Hubert	Zollern-Alb-Kurier	
Wolfgang Köppl	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Günther Kouba	Eßlinger Zeitung	
Klaus-D. Müller	Südkurier	
Peter Roth	Heilbronner Stimme	
Heinz-Uwe Vogel	Schwäbische Post	
Raimond Werner	Stuttgarter Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Martin Jooß	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	Vorsitzender
Natalie Bankston	Eßlinger Zeitung	
Dr. Thomas Baumann	Südwest Presse	
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Andreas Gruczek	Südkurier	
Stefan Horig	Badisches Tagblatt	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	
Kevin Jetter	Zollern-Alb-Kurier	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Eberhardt Looser	Heidenheimer Neue Presse	
Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Stephan Bourauel	VSZV	
Martin Jooß	VSZV	

Ausschuss Digitale Medien

Thomas Brackvogel	Südwest Presse	Vorsitzender
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme	
Stefan Gläser	Bietigheimer Zeitung	
Matthias Kiechle	Südkurier	
Bernhard Klumpp	Mannheimer Morgen	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger	
Thomas Löbel	Schwäbische Zeitung	
Wolfgang Meisen	Heidenheimer Zeitung	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
Jörg Röver	Schwäbisches Tagblatt	
Magnus Schlecht	Pforzheimer Zeitung	
Johannes Sommer	Südwest Presse	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Stephan Bourauel	VSZV	
Martin Jooß	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Vertriebsausschuss

Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	Vorsitzender
Harald Bender	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Erwin Dohm-Acker	Südkurier	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Björn Knippen	Südwest Presse	
Ronald Koppelt	Schwäbische Zeitung	
Cornelia Neuburger	Heilbronner Stimme	
Gertraud Otero	Vaihinger Kreiszeitung	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Egon Ruf	Schwäbisches Tagblatt	
Wolfgang Schenk	Eßlinger Zeitung	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Alexander Wolf	Haller Tagblatt	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Martin Jooß	VSZV	

BDZV

Präsidium

Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	stv. Präsident
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Ehrenmitglied

Erweitertes Präsidium

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Delegierte

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Klaus Jetter	Zollern-Alb-Kurier
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung

Stellvertretende Delegierte

Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Rainer Wiesner	Südkurier
Eberhard Ebner	Südwest Presse
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote
Albert Esslinger-Kiefer	Pforzheimer Zeitung
Dr. Wolfgang Röhm	Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung
Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung
Manfred Gläser	Bietigheimer Zeitung
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung
Alexander Frate	Schwäbisches Tagblatt
Dr. Dietmar Greiser	Badisches Tagblatt
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen
Trude Maier	Nürtinger Zeitung
Axel Ziegler	SWP/Die Neckarquelle
Stephan Bourauel	VSZV

Anzeigenausschuss

Bernhard H. Reese
Hans-Jörg Wilhelm

Stuttgarter Zeitung
Heidenheimer Zeitung

Stellvertreter

Kevin Jetter
Stephan Körting

Zollern-Alb-Kurier
Reutlinger General-Anzeiger

Vertriebsausschuss

Gertraud Otero
Wolfgang Poppen

Vaihinger Kreiszeitung
Badische Zeitung

Stellvertreter

Gertraud Paul
Joachim Eggert

Stuttgarter Zeitung
Reutlinger General-Anzeiger

Sozialpolitischer Ausschuss

Jürgen Bauder
Dr. Dietmar Greiser

Hohenloher Tagblatt
Badisches Tagblatt

stv. Vorsitzender

Stellvertreter

Dr. Björn Jansen
Valdo Lehari jun.
Stephan Bourauel

Mannheimer Morgen
Reutlinger General-Anzeiger
VSZV

Schlichtungs- und Einigungsausschuss

Eberhard Ebner

Südwest Presse

Finanzbeirat

Dr. Christine Bechtle-Kobarg Eßlinger Zeitung

Stellvertreterin

Monika Krichenbauer Nürtinger Zeitung

Arbeitsgruppe Elektronisches Publizieren/Multimedia

Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	Vorsitzender
Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
Matthias Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Stephan Bourauel	VSZV	

Medienpolitischer Arbeitskreis

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse
Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote
Stephan Bourauel	VSZV

Arbeitsgruppe Recht

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse
Stephan Bourauel	VSZV

Arbeitsgruppe Medienkaufmännische Aus- und Weiterbildung

Ralf Wetzel VSZV

Arbeitsgruppe Steuern

Reinhard Cap
Harald Gärtner

Südwest Presse
Heilbronner Stimme

Andere Gremien

ENPA - European Newspaper Publishers' Association

Valdo Lehari jun.

Reutlinger General-Anzeiger

Präsident

Deutsche UNESCO-Kommission

Dr. Brigitte Weyl

Universitätsverlag Konstanz

Ehrenmitglied

dpa Deutsche Presse Agentur GmbH

Aufsichtsrat

Otto Wolfgang Bechtle
Valdo Lehari jun.

Eßlinger Zeitung
Reutlinger General-Anzeiger

Ehrenvorsitzender

Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V.

Vorstand und Aufsichtsrat

Dr. Wolfgang Röhm
Hans-Ulrich Wetzel

Sindelfinger Zeitung /
Böblinger Zeitung
Mühlacker Tagblatt

stv. Vorsitzender

Pressestiftung Baden-Württemberg

Stephan Bourauel
Dr. Christine Bechtle-Kobarg
Monika Krichenbauer
Gerhard Ulmer

VSZV
Eßlinger Zeitung
Nürtinger Zeitung
Ludwigsburger Kreiszeitung

Vorstandsmitglied
Stiftungsrat
Stiftungsrat
Stiftungsrat

Sozialfonds der Landespresse e.V.

Stephan Bourauel	VSZV	Vorstandsmitglied
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Mitgliedervertreter
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	Mitgliedervertreter
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	Mitgliedervertreter

Stiftung „Freiheit der Presse“

Stiftungsrat

Klaus Jetter	Zollern-Alb-Kurier
Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung

Journalistenpreis der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis

Jury

Christoph Irion	Reutlinger General-Anzeiger
-----------------	-----------------------------

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)

Medienrat

Stephan Bourauel	für VSZV und SZV
------------------	------------------

**IVW - Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V.**

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung
-------------------	----------------------

Technische Kommission Verbreitungsanalyse

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung
-------------------	----------------------

Technische Kommission Online-Medien

Jesko Kehl	Stuttgarter Zeitung
------------	---------------------

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft

Aufsichtsrat

Dr. Björn Jansen

Mannheimer Morgen

Projektgruppe „TOP 100“

Gerhard Haeberle

Mannheimer Morgen

stv. Leiter

Anita Benesch

Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „Marktentwicklung & Media Leistung, M & M“

Eberhardt Looser

Heidenheimer Neue Presse

Bernhard H. Reese

Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „ZeitungKreativ“

Dr. Björn Jansen

Mannheimer Morgen

Projektgruppe „Online-Vermarktung der Zeitungen“

Martin Kufner

Heilbronner Stimme

Manfred Neufang

Badische Zeitung

XII. Wir betrauern

Heinz Gessler

Verleger und Gesellschafter des Schwäbischen Verlages, Leutkirch
verstorben am 17. Oktober 2009
im Alter von 86 Jahren

Winfried Knorr

Verleger, Mitherausgeber, Geschäftsführer und Chefredakteur der
Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg
verstorben am 1. Januar 2009
im Alter von 77 Jahren

Horst Reichert

ehemaliger Verleger der Kornwestheimer Zeitung
verstorben am 26. Februar 2009
im Alter von 80 Jahren

Hermann Daniel Stetter

früherer Verlagsdirektor des Schwarzwälder Boten, Oberndorf
verstorben am 17. Dezember 2009
im Alter von 83 Jahren

XIII. Wir gratulierten

Geburtstage

80 Jahre

Dr. Claus Gottlieb

Verleger des Teckboten, Kirchheim/Teck
am 23. Juni 2009

80 Jahre

Rolf Wankmüller

Verleger des Hohenloher Tagblatt, Gerabronn
am 22. August 2009

75 Jahre

Maria Reiner

Altverlegerin des Hohenloher Druck- und Verlagshauses, Crailsheim
am 17. März 2009

75 Jahre

Herbert Schwendemann

Altverleger der Schwarzwälder Post, Zell am Harmersbach
am 18. Dezember 2009

Jubiläen

125 Jahre

Mediengruppe Dr. Haas GmbH, Mannheim

125 Jahre

Murrhardter Zeitung

60 Jahre

Hohenloher Tagblatt, Gerabronn / Crailsheim

60 Jahre

Pforzheimer Zeitung

50 Jahre

Gmünder Tagespost, Schwäbisch Gmünd

XIV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2009

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2009	IV/2008
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	179.131	(180.692)
Badische Zeitung	Freiburg	148.278	(149.504)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	145.161	(148.929)
Südkurier	Konstanz	131.911	(133.501)
Südwest Presse	Ulm/Donau	129.188	(130.693)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	101.303	(103.806)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	93.278	(94.724)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	92.323	(93.110)
Mannheimer Morgen	Mannheim	86.454	(88.392)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	65.065	(67.036)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	44.089	(44.873)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	43.263	(43.248)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	41.024	(41.706)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	40.478	(41.446)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	39.311	(40.470)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	35.394	(35.951)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	34.352	(34.420)
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	28.379	(28.217)
Schwäbische Post	Aalen	25.084	(25.342)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	23.423	(23.922)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	21.823	(22.128)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	20.438	(20.562)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	19.784	(20.303)
Die Oberbadische	Lörrach	17.988	(19.336)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	17.319	(17.303)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.746	(17.370)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	16.657	(16.914)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	15.537	(15.811)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	15.178	(15.500)
Geislinger Zeitung	Geislingen	13.036	(13.337)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	12.567	(12.730)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	12.558	(12.950)
Gäubote	Herrenberg	12.042	(12.152)
Übertrag:		1.738.562	(1.766.378)

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2009	IV/2008
Übertrag		1.738.562	(1.766.378)
Lahrer Zeitung	Lahr	10.823	(10.937)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	10.225	(10.120)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	8.725	(8.933)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	8.049	(8.182)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.975	(8.162)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	7.579	(7.674)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	7.056	(7.239)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	3.541	(3.651)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.813	(2.934)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.559	(2.629)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Auflagenhöhe Mitglieder:		1.810.207	(1.839.139)
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	134.233	(136.601)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	41.313	(41.571)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	13.182	(13.267)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	12.794	(12.853)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		201.522	(204.292)
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		2.011.729	(2.043.431)

Mitgliederstand

	Mitgliederverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2008	49 *	1.839.139
am 31.12.2009	49 *	1.810.207

* davon 5 Verlage über Südwest Presse

Ehrevorsitzende: Otto Wolfgang Bechtle, Konrad A. Theiss

Ehrenmitglied des VSZV: Frank Distelbarth

Persönliche Mitglieder: Jürgen Dannenmann, Helmut Eckoldt, Horst Reichert † 26.2.2009, Dr. Erwin Stemmle, Gregor Stemmle, Dr. Brigitte Weyl

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2009

(verkaufte Auflage IV. Quartal nach IVW)

1980	2.226.345				
1981	2.249.630	+	23.285	=	1,05 %
1982	2.261.125	+	11.495	=	0,51 %
1983	2.258.712	./.	2.413	=	./. 0,11 %
1984	2.263.904	+	5.192	=	0,23 %
1985	2.281.594	+	17.690	=	0,78 %
1986	2.294.398	+	12.804	=	0,57 %
1987	2.310.909	+	16.511	=	0,72 %
1988	2.320.840	+	9.931	=	0,43 %
1989	2.338.237	+	17.397	=	0,74 %
1990	2.359.384	+	21.147	=	0,90 %
1991	2.356.297	./.	3.087	=	./. 0,13 %
1992	2.354.824	./.	1.473	=	./. 0,07 %
1993	2.353.100	./.	1.724	=	./. 0,08 %
1994	2.344.074	./.	9.026	=	./. 0,38 %
1995	2.330.322	./.	13.752	=	./. 0,59 %
1996	2.318.127	./.	12.195	=	./. 0,52 %
1997	2.300.751	./.	17.376	=	./. 0,75 %
1998	2.286.505	./.	14.246	=	./. 0,62 %
1999	2.276.381	./.	10.124	=	./. 0,44 %
2000	2.254.714	./.	21.667	=	./. 0,95 %
2001	2.244.299	./.	10.415	=	./. 0,47 %
2002	2.211.467	./.	32.832	=	./. 1,47 %
2003	2.181.904	./.	29.563	=	./. 1,34 %
2004	2.150.056	./.	31.848	=	./. 1,46 %
2005	2.126.889	./.	23.167	=	./. 1,08 %
2006	2.098.529	./.	28.360	=	./. 1,33 %
2007	2.070.276	./.	28.253	=	./. 1,35 %
2008	2.043.431	./.	26.845	=	./. 1,29 %
2009	2.011.729	./.	31.702	=	./. 1,55 %

Die Tageszeitungen in Auflagensgruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2009 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagensgruppen:

Auflagensgruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage	
			IV/2009	IV/2008
bis 5.000	4	(4)	11.213	(11.514)
5.001 bis 10.000	5	(5)	39.384	(40.190)
10.001 bis 25.000	18	(18)	282.120	(287.495)
25.001 bis 50.000	10	(10)	372.687	(377.244)
50.001 bis 125.000	5	(5)	438.423	(447.068)
über 125.000	6	(6)	867.902	(879.920)
	48	(48)	2.011.729	(2.043.431)

In der Gruppe „bis 5.000“ erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2008

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

(Stand: 31.12.2009)

Publizistische Einheiten			
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage			
			verk. Auflage IVW IV/2009
1	Schwäbische Zeitung, Leutkirch		179.131
2	Badische Zeitung, Freiburg		148.278
3	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart		145.161
4	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		134.233
5	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		93.278
6	Heilbronner Stimme, Heilbronn		92.323
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		41.024
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		40.478
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		39.311
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden		35.394
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen			
11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	359.524
12	Südwest Presse, Ulm	+ 19	340.611
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4*	153.742
14	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	132.414
15	Südkurier, Konstanz	+ 1	131.911
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	54.495
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	43.077

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Leutkirch

Auflage IV/2009: 179.131

Ausgabe Bad Waldsee
Ausgabe Biberach
Ausgabe Ehingen
Ausgabe Friedrichshafen
Ausgabe Laupheim
Ausgabe Leutkirch
Ausgabe Markdorf
Ausgabe Pfullendorf
Ausgabe Ravensburg
Ausgabe Riedlingen
Ausgabe Bad Saulgau

Ausgabe Sigmaringen/Messkirch
Ausgabe Tettnang
Ausgabe Alb-Donau
Ausgabe Wangen
Lindauer Zeitung, Lindau
Heuberger Bote, Spaichingen
Trossinger Zeitung, Trossingen
Gränzbote, Tuttlingen
Ipf- und Jagstzeitung, Ellwangen
Aalener Nachrichten, Aalen

2. Badische Zeitung, Freiburg

Auflage IV/2009: 148.278

Ausgabe Bonndorf
Ausgabe Freiburg-Denzlingen
Ausgabe Freiburg-Gundelfingen
Ausgabe Breisgau-Kaiserstuhl
Ausgabe Freiburg Dreisamtal
Ausgabe Südlicher Breisgau
Ausgabe Freiburg-Kaiserstuhl
Ausgabe Elztal
Ausgabe Emmendingen
Ausgabe Ettenheim
Ausgabe Freiburg

Ausgabe Hochschwarzwald
Ausgabe Lahr
Ausgabe Lörrach
Ausgabe Markgräflerland
Ausgabe Offenburg
Ausgabe Rheinfelden
Ausgabe Bad Säckingen
Ausgabe St. Blasien
Ausgabe Weil/Kandern
Ausgabe Wiesental

3. Stuttgarter Zeitung, Stuttgart

Auflage IV/2009: 145.161

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

4. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe

Auflage IV/2009: 134.233

BNN, Karlsruhe
Bruchsaler Rundschau, Bruchsal
Brettener Nachrichten, Bretten
Pforzheimer Kurier, Pforzheim
Acher- und Bühler Bote, Bühl

BNN - Ettlingen
BNN - Hardt
BNN - Rastatt/Murgtal
BNN - Baden-Baden

5. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg

Auflage IV/2009: 93.278

RNZ-Bad Rappenauer Bote,
Eppinger Nachrichten
RNZ-Bergstraße/Mannheim
RNZ-Mosbacher Nachrichten
RNZ-Nordbadische Nachrichten
RNZ-Schwetzingen Nachrichten

RNZ-Sinsheimer Nachrichten
RNZ-Eberbacher Nachrichten
RNZ-Heidelberger Nachrichten
RNZ-Weinheimer Rundschau
RNZ-Wieslocher Nachrichten/
Walldorfer Rundschau

6. Heilbronner Stimme, Heilbronn

Auflage IV/2009: 92.323

HSt - Heilbronn	HSt - Ausgabe Südost
HSt - Ausgabe Nord Mitte	HSt - Ausgabe Südwest
HSt - Ausgabe Nordost	Kraichgau Stimme
HSt - Ausgabe Weinsberger Tal	Hohenloher Zeitung
HSt - Ausgabe Leintal	

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen

Auflage IV/2009: 41.024

Reutlinger General-Anzeiger	Echaz-Bote
Metzinger Uracher General-Anzeiger	

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg

Auflage IV/2009: 40.478

Ludwigsburger Kreiszeitung	Neckar- und Enzbote
----------------------------	---------------------

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim

Auflage IV/2009: 39.311

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden

Auflage IV/2009: 35.394

Ausgabe Baden-Baden	Ausgabe Rastatt
Ausgabe Bühl	Ausgabe Murgtal

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen**11. Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart**

Gesamt-Auflage IV/2009: 229.410

Stuttgarter Nachrichten mit Lokalausgaben Fellbacher Zeitung, Kornwestheimer Zeitung, Marbacher Zeitung	Stuttgart
Backnanger Kreiszeitung	Backnang
Gäubote	Herrenberg
Heidenheimer Neue Presse *	Heidenheim
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker
Murrhardter Zeitung	Murrhardt
Nürtinger Zeitung	Nürtingen
Wendlinger Zeitung	
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd
Sindelfinger Zeitung/ Böblinger Zeitung	Sindelfingen
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen
Schorndorfer Nachrichten, Welzheimer Zeitung Winnender Zeitung	

Mit dem Schwarzwälder Bote besteht eine redaktionelle Kooperation

130.114

359.524

* Mantelpartner der Südwest Presse, erhält die ersten drei Seiten des StN-Mantels

12. Südwest Presse, Ulm/Donau

Gesamt-Auflage IV/2009: 340.611

Südwest Presse	Ulm/Donau
Ausgabe Ulm Stadt und Land	
Ausgabe Neu-Ulm	
SWP Ehinger Tagblatt	Ehingen
NWZ Neue Württemb. Zeitung	Göppingen
Alb Bote	Münsingen
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim
Sachsenheimer Zeitung	
Bönnigheimer Zeitung	
Der Teckbote	Kirchheim/Teck
Eberbacher Zeitung	Eberbach
Geislinger Zeitung	Geislingen
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall
Heidenheimer Neue Presse*	Heidenheim
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim
Brenzthal-Bote	
Hohenloher Tagblatt	Crailsheim
Hohenzollerische Zeitung	Hechingen
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen
Der Ermstalbote	
Reutlinger Nachrichten	
Pfullinger Zeitung	
Rundschau f. d. Schwäbischen Wald	Gaildorf
Schwäbische Post	Aalen
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen
Rottenburger Post	
Steinlach-Bote	
Die Neckar-Chronik	
Tauber-Zeitung	Bad Mergentheim
Zollern-Alb Kurier	Balingen
Zollern-Alb-Kurier	Tailfingen

* Mantelpartner der Südwest Presse, erhält die ersten drei Seiten des StN-Mantels

13. Mannheimer Morgen, Mannheim

Gesamt-Auflage IV/2009: 153.742

Mannheimer Morgen	Mannheim
Südhessen Morgen	
Bergsträßer Anzeiger*	Bensheim
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim
Fränkische Nachrichten	Bad Mergentheim
Fränkische Nachrichten	Buchen/Walldürn
Fränkische Nachrichten	Wertheim
Schwetzingen Zeitung	Schwetzingen
Hockenheimer Tageszeitung	
Weinheimer Nachrichten	Weinheim
Odenwälder Zeitung	

* Partnerverlag außerhalb Baden-Württembergs

14. Schwarzwälder Bote, Oberndorf

Gesamt-Auflage IV/2009: 132.414

Schwarzwälder Bote	Oberndorf/Neckar
Ausgabe Landkreis Calw	
Ausgabe Landkreis Freudenstadt/Tübingen	
Ausgabe Landkreis Zollernalb	
Ausgabe Landkreis Rottweil/Ortenaukreis	
Ausgabe Landkreis Schwarzwald-Baar	
Ausgabe Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald	
Der Enztäler	
Lahrer Zeitung	Lahr
Die Oberbadische	Lörrach
Schwarzwälder Post	Zell am Harmersbach (erscheint 3 x in der Woche)

15. Südkurier, Konstanz

Gesamt-Auflage IV/2009: 131.911

Südkurier	
Ausgabe Bad Säckingen/Wehr	
Ausgabe Donaueschingen/Titisee-Neustadt	
Ausgabe Friedrichshafen	
Ausgabe Hegau; Singen/Engen	
Ausgabe Konstanz	
Ausgabe Messkirch, Pfullendorf	
Ausgabe Radolfzell	
Ausgabe Rheinfelden	
Ausgabe Stockach	
Ausgabe Triberg, St. Georgen	
Ausgabe Furtwangen	
Ausgabe Überlingen	
Ausgabe Markdorf	
Ausgabe Villingen-Schwenningen	
Ausgabe Waldshut-Tiengen	
Ausgabe Bonndorf, St. Blasien	
Alb Bote	Waldshut

16. Offenburger Tageblatt, Offenburg

Gesamt-Auflage IV/2009: 54.495

Offenburger Tageblatt	Offenburg
OT - Schwarzwald-Zeitung/ Anzeiger vom Kinzigtal	
Kehler Zeitung	
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch

17. Eßlinger Zeitung, Esslingen

Gesamt-Auflage IV/2009: 43.077

Eßlinger Zeitung	Esslingen
Cannstatter Zeitung	Stgt.-Bad Cannstatt
Untertürkheimer Zeitung	

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2009)

1. Zeitungskombi Rhein-Neckar-Pfalz total (492.816)

Mannheimer Morgen
Rhein-Neckar-Zeitung
Rheinpfalz
Pirmasenser Zeitung

2. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (470.532)

Backnanger Kreiszeitung	NWZ Göppingen
Bietigheimer Zeitung	Rems-Zeitung
Der Teckbote	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung
Fellbacher Zeitung	Stuttgarter Nachrichten
Gäubote	Stuttgarter Zeitung
Kornwestheimer Zeitung	Vaihinger Kreiszeitung
Kreiszeitung Böblinger Bote	Waiblinger Kreiszeitung
Leonberger Kreiszeitung	Schorndorfer Nachrichten
Ludwigsburger Kreiszeitung	Welzheimer Zeitung
Marbacher Zeitung	Winnender Zeitung
Mühlacker Tagblatt	
Murrhardter Zeitung	
Nürtinger Zeitung	
Wendlinger Zeitung	

3. Südwest Presse, Ulm/Donau (309.703)

Alb Bote, Münsingen	Rundschau für den Schwäbischen Wald
Geislinger Zeitung	Schwäbische Post
Gmünder Tagespost	Südwest Presse, Ulm
Haller Tagblatt	NWZ Göppingen
Heidenheimer Neue Presse	SWP/Die Neckarquelle
Heidenheimer Zeitung	Schwäbisches Tagblatt
Brenztal-Bote	Tauber-Zeitung
Hohenloher Tagblatt	Zollern-Alb-Kurier
Hohenzollerische Zeitung	
Metzinger-Uracher Volksblatt	
Pfullinger Zeitung	
Reutlinger Nachrichten	

4. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (247.020)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen sowie dem Bergsträßer Anzeiger (Hessen):

Bergsträßer Anzeiger	Rhein-Neckar-Zeitung
Fränkische Nachrichten	Schwetzinger Zeitung
Mannheimer Morgen	Weinheimer Nachrichten

5. Badische Zeitung / Die Oberbadische (166.266)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

6. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (130.114)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

7. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (54.495)

Acher-Rench-Zeitung
Kehler Zeitung
Offenburger Tageblatt
OT-Schwarzwald-Zeitung

8. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (43.077)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

9. Anzeigenverbund Schwarzwald-Baar (35.263)

Südkurier
SWP/Die Neckarquelle

10. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (27.494)

Brenztal-Bote
Heidenheimer Neue Presse
Heidenheimer Zeitung

Herausgegeben vom
Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.
Königstraße 26, 70173 Stuttgart
www.vszv.de
Für den Inhalt verantwortlich: RA Stephan Bourauel
Druck: Druckerei Hertle GmbH, 73230 Kirchheim/Teck
ISSN 0176-1307

