



Verband Südwestdeutscher Zeitungverleger e.V.

Jahresbericht 2010

VSZV 

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2010

Vorwort

Die Verbandsarbeit war im Berichtsjahr im Wesentlichen von der Digitalisierung der Medienbranche geprägt.

Die baden-württembergischen Zeitungsverlage haben bereits in den zurückliegenden Jahren mit vielseitigen, bedarfsorientierten Informationsangeboten auf ein sich diversifizierendes Mediennutzungsverhalten reagiert; längst sind aus Zeitungs- Medienhäuser geworden. Dieser Prozess hat sich in 2010 u.a. durch die Lancierung von Smartphone-Applikationen und attraktiven Nachrichtenangeboten für Tablet-Computer sowie digitale Sonderprodukte weiter beschleunigt.

In den Verbandsgremien wurden diesbezügliche Praxiserfahrungen diskutiert und Zukunftsfragen erörtert. Auch die vom VSZV geleistete Rechtsberatung war in starkem Maße von digitalen Fragestellungen tangiert.

Nach wie vor kritisieren die Zeitungsverlegerverbände die Expansionsbestrebungen des öffentlichen Rundfunks jenseits seines verfassungsrechtlichen Grundversorgungsauftrags. Im Jahr 2009 hatte der VSZV im Rahmen der sog. Drei-Stufen-Tests ausführlich zur Rechtmäßigkeit der vom Südwestrundfunk verantworteten Online-Angebote Stellung genommen. Die hierbei artikulierten Bedenken wurden bislang bedauerlicherweise nicht in hinreichendem Maße berücksichtigt, sind aber weiterhin Gegenstand intensiver Gespräche. Die Gremien von BDZV und VSZV waren mit dieser unerfreulichen Entwicklung im Verlauf des Berichtsjahrs regelmäßig befasst.

Gleiches gilt für das immer fragwürdigere Marktverhalten des Suchmaschinenbetreibers Google, dem sich Ende des Jahres 2010 auf Initiative u.a. der deutschen Verlegerverbände auch die Brüsseler EU-Kommission und das Bundeskartellamt angenommen haben.

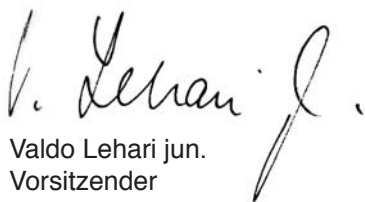
Die Gremienarbeit des VSZV entwickelte sich im Berichtsjahr ebenso positiv wie die Seminartätigkeit. Die Bemühungen der Verbandsgeschäftsstelle um thematische Aktualität und größtmöglichen Praxisbezug führten in diesen beiden Bereichen erfreulicherweise zu einem großen Zuspruch. Besonders positiv entwickelte sich der im Herbst 2009 konstituierte Ausschuss Digitale Medien.

Zum Ende des Berichtsjahres begannen auf Bundes- und Landesebene schließlich die Verhandlungen über die Etablierung tragfähiger neuer Tarifwerke für die Verlagsangestellten und die Redakteure der Zeitungsverlage. BDZV und VSZV bemühen sich hierbei mit Nachdruck um ein Tarifniveau, das das veränderte wirtschaftliche Umfeld der Zeitungsbranche ausreichend berücksichtigt und den Erhalt des Flächentarifs zu sichern vermag.

Der vorliegende Jahresbericht enthält Informationen zu diesen und zahlreichen weiteren verbandlichen Aktivitäten und verschafft Ihnen einen umfassenden Überblick über das baden-württembergische Zeitungsjahr 2010.

Stuttgart, April 2011

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 2010	7
3.	Auflagenstatistik	8
4.	Reichweiten	9
5.	Anzeigenumfänge	10

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1.	VSZV-Jahrestagung am 30. April 2010 in Stuttgart	11
2.	Mitgliederversammlung	11
3.	Vortragsveranstaltung	15
4.	Vorstand	21
5.	Landespresseball in Stuttgart	22

III. Recht und Sozialpolitik

1.	Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte	23
2.	Tarifsituation Redakteure	24
3.	Urhebervertragsrecht	25
4.	Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik	25

IV. Medienpolitik

1.	Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage	26
2.	Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	27
3.	ARD-Tagesschau-App	28
4.	Jugendmedienschutz-Staatsvertrag	28
5.	Digitaler Rundfunk	29
6.	Bewegtbildangebote der Verlage im Internet: Kongress TV Komm.	30

V. Anzeigen

1.	Anzeigenausschuss	31
2.	Anzeigenleitertagung	31
3.	Bekanntmachungsverordnung	33

VI.	Vertrieb	
1.	Vertriebsausschuss	34
2.	Vertriebsleitertagung	34
3.	Zeitung in der Schule / SCHmitZ	36
4.	Zustellergewinnung	36
VII.	Digitale Medien	
	Ausschuss Digitale Medien	37
VIII.	Aus- und Weiterbildung	
1.	Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter	38
2.	Praxisseminar für junge Mediaplaner	39
3.	Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote	39
4.	Fortbildungsveranstaltungen für Mitarbeiter privater Hörfunkunternehmen	39
IX.	JBB – Journalistische Berufsbildung	
1.	Seminararbeit 2010	40
2.	Umfrage zur Volontärsausbildung	40
3.	Seminare für Volontäre und Redakteure	41
4.	Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB	42
5.	VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes	42
6.	DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes	42
7.	JBB-Beirat	42
8.	Seminarprogramm 2011	42
X.	Journalistenpreise	43
XI.	Aus den Verlagen	44
XII.	Gremien und Ehrenämter	51
XIII.	Wir betrauern	60
XIV.	Wir gratulierten	61
XV.	Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg	62

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

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Nach der größten Rezession in der bundesdeutschen Nachkriegsgeschichte und einem überdurchschnittlichen Konjunkturunbruch in Baden-Württemberg im Jahr 2009 hat sich die Wirtschaft im Jahr 2010 sowohl deutschlandweit als auch in Baden-Württemberg wieder deutlich belebt. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts ist die deutsche Wirtschaft im Jahr 2010 um 3,6 % gewachsen, wobei Baden-Württemberg laut Statistischem Landesamt mit einem preisbereinigten Wachstum um 5,5 % von diesem Aufschwung ebenfalls überproportional profitieren konnte. Die führenden Wirtschaftsforscher gehen davon aus, dass sich diese positive Entwicklung 2011 leicht abgeschwächt fortsetzen wird; bereits zum Jahresende 2010 hatte sich der Aufschwung verlangsamt. Der nachlassenden Dynamik des Auslandsgeschäfts steht dabei eine Festigung der Binnennachfrage gegenüber.

Die Beschäftigungslage zeigte sich im vergangenen Jahr überaus freundlich. Im dritten Quartal 2010 lag die Zahl der Erwerbstätigen in Baden-Württemberg um 44.000 über dem Niveau des Vorjahres. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten lag zwischen August und Oktober 2010 vorläufigen Berechnungen der Bundesagentur für Arbeit zufolge sogar um knapp 61.000 über dem Vorjahreswert. Der Zuwachs geht maßgeblich auf das Konto der Dienstleistungsbereiche. Die Zahl der Arbeitslosen lag im vierten Quartal 2010 mit rund 242.000 um fast 40.000 unter dem Vorjahreswert. Die Arbeitslosenquote betrug im Jahresdurchschnitt 4,9 % (bundesweit: 7,7 %) und war außer in Bayern (4,5 %) in keinem anderen Bundesland so niedrig wie in Baden-Württemberg. Im Januar 2011 belief sich die Arbeitslosenquote auf 4,7 % – der niedrigste Wert aller 16 Bundesländer.

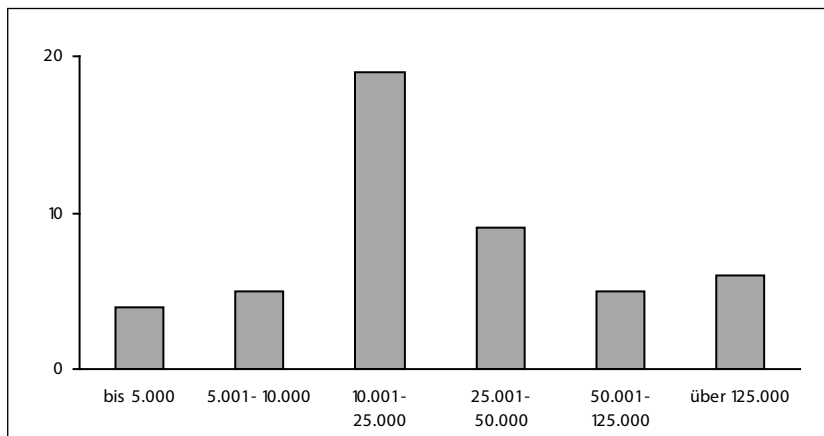
Mit der wirtschaftlichen Erholung des vergangenen Jahres tendierten auch die Verbraucherpreise in Baden-Württemberg nach oben. Über das Gesamtjahr ist der Preisanstieg mit 1,1 % nach wie vor als moderat zu bezeichnen. Unverkennbar ist allerdings, dass die Teuerung sich im Jahresverlauf verstärkte. Besonders der Anstieg der Weltmarktpreise für Rohstoffe sorgte dafür, dass sich der Preisdruck auf den Vorstufen deutlich erhöhte.

Die Zeitungsverlage konnten von der vorstehend skizzierten Entwicklung insbesondere in Gestalt eines v.a. im zweiten Halbjahr 2010 deutlich belebten Stellenmarktes profitieren. Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist bei den baden-württembergischen Stellenanzeigen für das Berichtsjahr ein Plus von 19,3 % aus, das sich nach einem zunächst schwachen Jahresbeginn seit dem Sommer 2010 kontinuierlich vergrößerte; allein im Dezember 2010 lagen die Stellenanzeigen in Baden-Württemberg um 57,1 % über dem Vorjahresmonat.

Insgesamt hat sich der Anzeigenmarkt im Jahr 2010 hierzulande allerdings leicht rückläufig entwickelt, wofür besonders die nach wie vor negative Entwicklung im Immobilien- sowie im Kfz-Markt als auch Verluste beim Lebensmitteleinzelhandel verantwortlich zeichnen.

2. Zeitungsstruktur 2010

Typisch für Baden-Württemberg ist die mittelgroße Heimatzeitung zwischen 10.000 und 25.000 Auflage. In dieser Gruppe befinden sich 19 Verlage. Auf eine Auflage über 125.000 bringen es insgesamt fünf Verlage, wobei der größte Verlag bei 176.617 (verk. Auflage IVW IV/2010) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagengruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XV. „Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg“ ab Seite 62.



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2010 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2010 - Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 2009
Bremen	223,55	-1,56
Hamburg	234,08	-6,50
Niedersachsen	1.465,09	-1,56
Schleswig-Holstein	419,80	-1,57
ACNielsen I	2.342,52	-2,08
Nordrhein-Westfalen	2.985,26	-1,37
ACNielsen II	2.985,26	-1,37
Hessen	812,19	-1,77
Rheinland-Pfalz+Saarland	878,35	-1,60
ACNielsen IIIa	1.690,54	-1,68
Baden-Württemberg	1.995,22	-1,47
ACNielsen IIIb	1.995,22	-1,47
Bayern	1.965,21	-1,27
ACNielsen IV	1.965,21	-1,27
Berlin	392,00	-11,54
ACNielsen V	392,00	-11,54
Brandenburg	357,45	-2,55
Mecklenburg-Vorpommern	332,43	-1,93
Sachsen-Anhalt	406,33	-2,78
ACNielsen VI	1.096,21	-2,45
Sachsen	761,68	-2,32
Thüringen	387,72	-2,75
ACNielsen VII	1.149,40	-2,47

Quelle: ZMG

4. Reichweiten

Die Reichweite der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen liegt gemäß MA 2010 bei 56,9 %, was 40,1 Mio. Menschen entspricht. Differenziert nach regionalen Kriterien zeigt sich, dass die Tageszeitungen in Ostdeutschland mit 54,5 % einen etwas geringeren Anteil der Bevölkerung ansprechen als ihre Pendanten in Westdeutschland und Berlin (57,4 %).

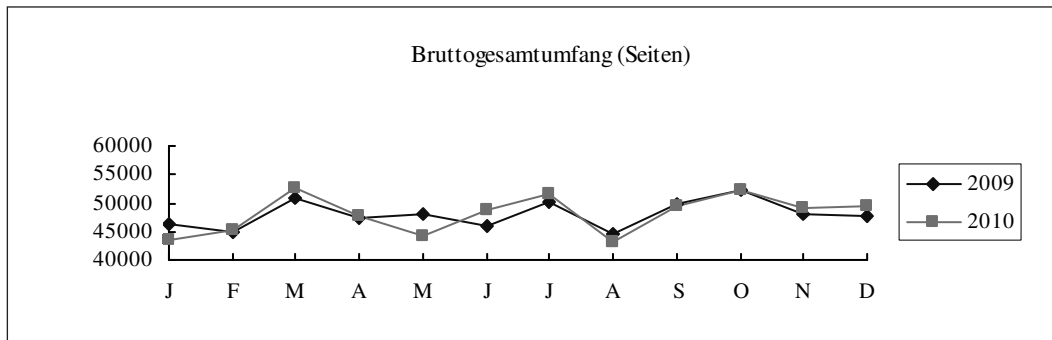
Die lokalen oder regionalen Abonnementzeitungen haben bei Frauen eine Reichweite von 57,9 % (20,9 Mio.) und bei den Männern von 55,8 % (19,2 Mio.). Bei einer Differenzierung nach Altersgruppen wird die traditionell eher etwas ältere Leserschaft deutlich. In der Altersgruppe zwischen 40 und 49 Jahren liegt die Reichweite bereits bei 56,9 % und steigt mit zunehmendem Alter bis auf 74,2 % bei den über 70-Jährigen. Aber auch bei den jungen Lesern ist das regionale Informationsmedium vertreten. Gut ein Drittel aller Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren (33,4 %) versorgt sich über dieses mit Informationen aus dem lokalen oder regionalen Verbreitungsgebiet. Im Segment der 20- bis 29-Jährigen werden 36,8 % von lokalen oder regionalen Abonnementzeitungen erreicht.

Untersucht man die Rezipienten der regionalen Abonnementzeitungen nach Merkmalen wie Bildung und Beruf, offenbart sich, dass die höchsten Reichweiten bei den besser Gebildeten mit Abitur/Studium (67 %), leitenden Angestellten/Beamten (74,1 %) und kleinen/mittleren Selbstständigen oder Freiberuflern sowie Landwirten (65,5 %) zu verzeichnen sind. Darüber hinaus werden die regionalen Abonnementzeitungen vor allem in den Haushalten der gut verdienenden Bevölkerung gelesen. Bei einem Haushalts-Nettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro ist die höchste Reichweite mit 62 % festzustellen. Gleiches gilt für die doppelt verdienenden Haushalte (59,8 %).

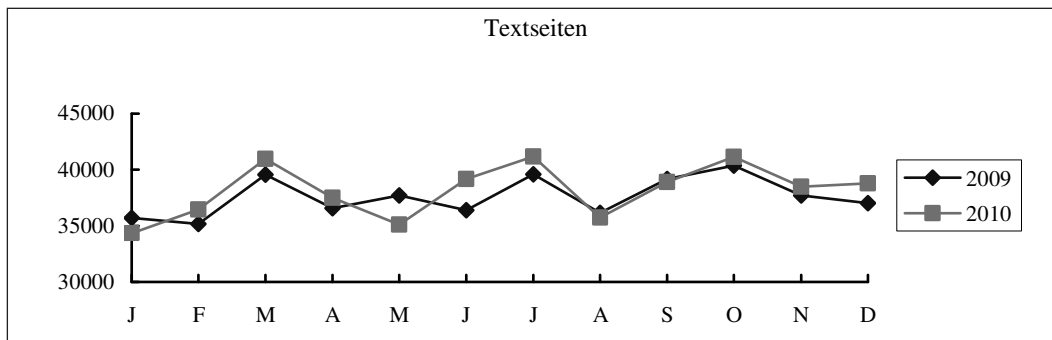
Die Kernleserschaft findet sich in erster Linie in den kleineren Gemeinden und mittleren Städten. Bei Ortschaften mit weniger als 5.000 Einwohnern (63,6 %) wird die größte Reichweite erreicht. Großstädte mit mehr als 500.000 Einwohnern weisen hingegen unterdurchschnittliche Reichweiten (41,9 %) auf. Ein Grund hierfür dürfte der höhere Anteil an Single-Haushalten in den Großstädten sein, die generell einen unterdurchschnittlichen Reichweitenwert (52,4 %) aufweisen (im Vergleich: Zwei-Personen-Haushalte 64,5 %). Weiter verstärkt wurde dieser „Großstadt-Effekt“ beim Zeitunglesen durch die Erweiterung der Grundgesamtheit um die deutschsprachigen Ausländer, die zu einem überwiegenden Teil in den Ballungszentren leben.

5. Anzeigenumfänge

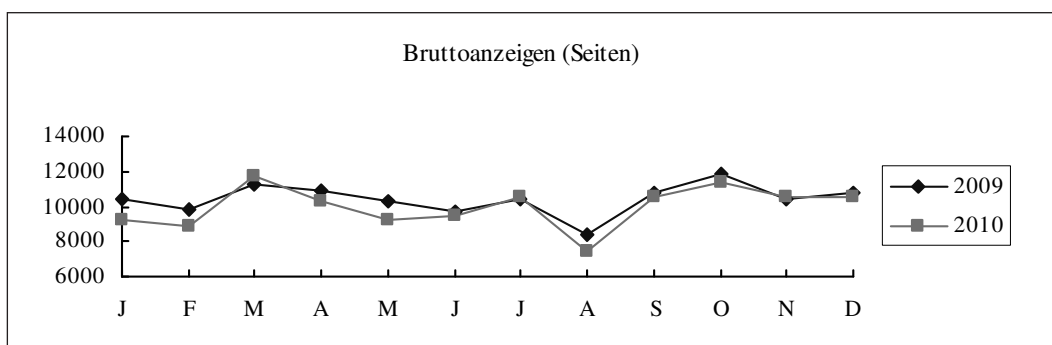
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt stiegen die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2010 im Vergleich zum Jahr 2009 um 0,3 %, die Textseiten um 1,6 % und die Bruttoanzeigen nahmen um 4,3 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 3,6 %.



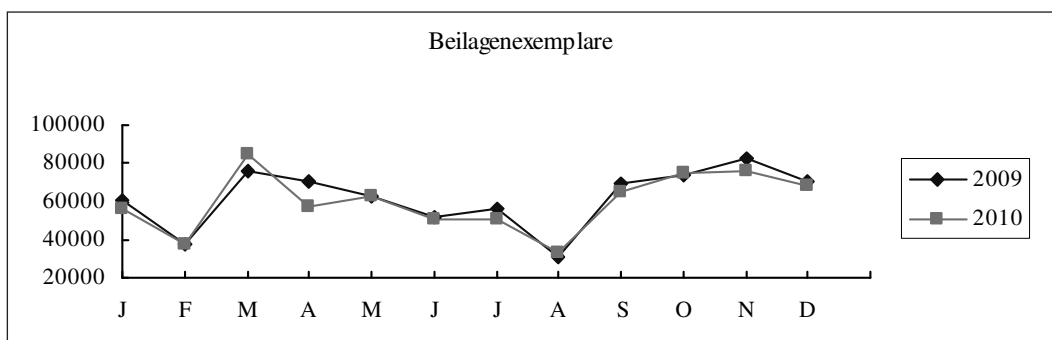
1. Bruttogesamtumfang 2010: 0,3 % (Bund: 0,5 %)



2. Textseiten 2010: 1,6 % (Bund: 1,8 %)



3. Bruttoanzeigen 2010: -4,3 % (Bund: -3,1 %)



4. Beilagen 2010: -3,6 % (Bund: 0,7 %)

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 30. April 2010 in Stuttgart

Die Jahrestagung des VSZV im Berichtsjahr fand am 30. April 2010 im Stuttgarter Hotel Le Méridien statt. Sie gliederte sich in die Mitgliederversammlung, an der 50 Vertreter aus 44 Verlagen teilnahmen, eine Vortragsveranstaltung und einen von der Stuttgarter Zeitung und den Stuttgarter Nachrichten ausgerichteten festlichen Abend im Restaurant „Cube“ am Stuttgarter Schlossplatz.

2. Mitgliederversammlung

Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. berichtete über die medienpolitische Arbeit des VSZV im zurückliegenden Jahr und verwies in diesem Zusammenhang auf die stetig wachsende Bedeutung der europäischen Legislativtätigkeit. Die für die Medien wichtigen gesetzlichen Rahmenbedingungen würden mittlerweile maßgeblich in Brüssel bestimmt. So dürfe man die Bedeutung bspw. des EU-Reformvertrages für die Medienpolitik nicht unterschätzen, da sämtliche europäischen Regelwerke den nationalen Gesetzgeber in seiner Handlungsfähigkeit beschränkten.

Als aktuelles Beispiel in diesem Zusammenhang erinnerte Herr Lehari jun. an die jüngsten Reformen des Rundfunkstaatsvertrages und hierbei insb. an den im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag verankerten Drei-Stufen-Test. Dieses Verfahren sei nicht, wie in der Medienöffentlichkeit häufig dargestellt, durch die Verlegerverbände initiiert worden, sondern Folge des sog. EU-Beihilfekompromisses. Dieser Verfahrenskompromiss habe die Belange der Zeitungsverlage gleichwohl in außerordentlichem Maße berührt, da mit dem Drei-Stufen-Test festgelegt worden sei, wie und in welchem Umfang sich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter mit ihren Telemedienangeboten im Internet präsentieren könnten. Das Land Baden-Württemberg habe in der Rundfunkkommission der Länder maßgeblich zur inhaltlichen Gestaltung des Änderungsstaatsvertragsentwurfes beigetragen und der VSZV die Rechtsauffassung der Zeitungsverleger in einer Vielzahl politischer Gespräche zu Gehör gebracht und Vorschläge unterbreitet.

Das Engagement der Verleger habe durchaus Wirkung gezeigt. So habe Werbung und Sponsoring in den Telemedienangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verhindert werden können. Darüber hinaus sei das Kriterium der „Sendungsbezogenheit“ eingeführt und festgelegt worden, dass dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk keine flächendeckende regionale Berichterstattung im Internet und keine nicht sendungsbezogenen presseähnlichen Angebote gestattet sind. Ferner wurde eine Befristung der Verweildauer von im Internet abrufbaren Sendungen erreicht. Auf Intervention der Verlegerverbände sei außerdem ein Katalog grundsätzlich unzulässiger Angebote, die sog. Negativliste, in das Regelwerk aufgenommen worden.

Herr Lehari jun. kritisierte mehrere vor dem offiziellen Inkrafttreten des Drei-Stufen-Tests begonnene Testverfahren, in deren Rahmen sich gezeigt habe, dass die im Rundfunkstaatsvertrag genannte Äußerungsfrist für die Betroffenen (sechs Wochen) zu kurz und deswegen unpraktikabel sei. Dies habe der VSZV in einem Gespräch mit dem früheren Ministerpräsidenten Günther Oettinger deutlich gemacht. Bei den am 3. Juni 2009 eingeleiteten Testverfahren zu den vom SWR zu verantwortenden Telemedienangeboten sei die Äußerungsfrist dann zumindest um zwei weitere Wochen verlängert worden. Der VSZV habe gemeinsam mit dem Verband der Zeitungsverleger in Rheinland-Pfalz und Saarland zu den sechs originären Online-Angeboten des SWR im Geltungsbereich des SWR-Staatsvertrages (Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz) Stellung genommen; zu den vom SWR für den ARD-Gesamtverbund betreuten Angeboten habe sich der BDZV geäußert.

Herr Lehari jun. informierte die anwesenden Verlagsvertreter darüber, dass der VSZV fortlaufend im Gespräch mit Rundfunkvertretern und Medienpolitikern stehe. Er kritisierte, dass den Rundfunkräten wertvolle Informationen nicht „ungefiltert“ zugänglich gemacht würden und zeigte sich befremdet über Reaktionen aus Rundfunkkreisen auf die jüngste Verlegerkritik an der Implementierung der sog. Tagesschau-App für das iPhone. Auch die Haltung mancher Vertreter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Bewertung der Zeitungsähnlichkeit eines öffentlich-rechtlichen Telemedienangebotes sei zu kritisieren. So habe es den Anschein, dass diese lediglich E-Paper-Angebote als zeitungssähnliche Webangebote einordnen wollten. Außerdem bedauerte Herr Lehari jun. einige kürzlich getätigte, polemische Äußerungen eines hochrangigen Vertreters des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Akzeptanz der Zeitungen in jüngeren Zielgruppen.

Anschließend ging Herr Lehari jun. auf die weiteren Reformen des Rundfunkstaatsvertrages ein. Im 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag habe man nun entgegen den Bedenken der Verleger weitreichende Ausnahmen vom generellen Verbot der Produktplatzierung zugelassen. Gegenstand des kommenden 14. Rundfunkänderungsstaatsvertrages werde die Frage der künftigen Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein, wobei es im Wesentlichen darum gehe, ob sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk noch durch Werbeeinnahmen refinanzieren solle, er gar vollständig werbefrei bleiben müsse. Herr Lehari jun. betonte in diesem Zusammenhang die Notwendigkeit einer sorgfältigen Diskussion.

Erfreut zeigte sich Herr Lehari jun. darüber, dass die Zeitungen bei ihren Bemühungen um ein urheberrechtliches Leistungsschutzrecht auf viel Verständnis in den unterschiedlichsten politischen Lagern gestoßen seien. Der Koalitionsvertrag strebe nun explizit die Realisierung eines solchen Schutzrechtes an. Er warnte allerdings davor, zu glauben, dass allein die Schaffung eines Leistungsschutzrechts die Schwierigkeiten der Zeitungsverlage im Online-Bereich lösen könne; vielmehr müssten dort tragfähige Geschäftsmodelle entwickelt werden.

Zum Abschluss seines Berichts dankte der VSZV-Vorsitzende der Stuttgarter Zeitung sowie den Stuttgarter Nachrichten für die abendliche Einladung und deren Geschäftsführer Dr. Richard Rebmann für dessen ehrenamtliches Engagement als Vizepräsident des BDZV und Vorsitzender der Arbeitsgruppe Elektronisches Publizieren/Multimedia. Außerdem dankte Herr Lehari jun. dem Verleger der Südwest Presse, Eberhard Ebner, für seine langjährige Unterstützung und der Geschäftsführung sowie den Mitarbeitern des VSZV für die im zurückliegenden Jahr geleistete Arbeit.

Der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, berichtete anschließend über die Gremienarbeit im Anzeigenbereich und gab den Anwesenden einen Überblick über die Entwicklung des Anzeigenmarktes im Jahr 2009. Für dieses Jahr konstatierte Herr Wilhelm eine im Vergleich zu den bei der letztjährigen Tagung im Mai 2009 in Ulm verfügbaren Prognosen noch einmal deutlich schwächere Marktentwicklung. Beispielhaft hierfür führte er die Entwicklung des Stellenmarkts an, der im Jahr 2009 bundesweit um mehr als 39 % und in Baden-Württemberg sogar um fast 50 % nachgelassen habe. Insgesamt stehe auf dem Anzeigenmarkt für das Jahr 2009 ein bundesweites Minus von 12,1 % (Baden-Württemberg: 12,8 %) zu Buche.

„Selbst nach der Ölkrise 1973 wurden so deutliche Verluste nicht eingefahren“, bilanzierte Herr Wilhelm, der sich auch für das Jahr 2010 nur verhalten optimistisch zeigte und die im VSZV organisierten Verlage ermutigte, sich jenseits der aktuellen, teilweise konjunkturbedingten Zahlen mit den grundlegenden strukturellen Veränderungen der Medienlandschaft und des Werbemarktes auseinanderzusetzen und „über den Tellerrand der Verlagshäuser“ hinauszuschauen.

Der Verleger der Heidenheimer Zeitung würdigte die große Kreativität der Anzeigenabteilungen und die konstruktive Zusammenarbeit zwischen Anzeigenabteilungen und Redaktionen in den vorangegangenen Krisenmonaten. Mit Blick auf die Zukunft müssten die Tageszeitungen

ihr Profil als klassische Kommunikationsplattform weiter schärfen und sich im Online- und Crossmedia-Bereich auf die Kunden zubewegen und ihnen moderne und erfolgreiche, einfache und effiziente Kommunikationslösungen anbieten.

Herr Wilhelm berichtete, dass sich die Anzeigengremien des VSZV im Jahr 2009 ebenfalls schwerpunktmäßig mit den Auswirkungen der Konjunkturkrise beschäftigt hätten. Als Themen der Anzeigenleitertagung auf Einladung der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten am 6. Oktober 2009 am Stuttgarter Flughafen benannte er zeitgemäße Preisstrategien, innovative Anzeigenmarketingmethoden und das Erlöspotenzial lokaler Magazine. Im VSZV-Anzeigenausschuss sei am 9. Februar 2010 über die Reaktionsmöglichkeiten der Zeitungsverlage auf die gegenwärtige Wirtschaftslage diskutiert worden.

Wolfgang Poppen, Verleger der Badischen Zeitung und Vorsitzender des VSZV-Vertriebsausschusses, berichtete über die Arbeit des VSZV-Vertriebsausschusses, über die VSZV-Vertriebsleitertagung und über vertriebsrelevante Entwicklungen im Jahr 2009. Vor dem Hintergrund der seit Jahren kontinuierlich wachsenden Bedeutung der Vertriebs Erlöse betonte Herr Poppen die Notwendigkeit, die Tageszeitung verlagsintern noch stärker als werthaltiges Produkt wahrzunehmen; Statistiken zufolge hätten die Vertriebs- die Anzeigenerlöse im Jahr 2009 erstmals überholt.

„Unsere Leser schätzen die Qualität unserer Produkte und besonders die Fachkunde unserer journalistischen Mitarbeiter. Hierfür sind unsere Leser bereit, einen ordentlichen Preis zu bezahlen“, befand Herr Poppen, der feststellte, dass einige baden-württembergische Verlage ihre Auflagenzahlen im Jahr 2009 trotz Wirtschaftskrise und teilweise nicht unerheblichen Preissteigerungen nahezu konstant gehalten hätten. Er äußerte die Ansicht, dass sich die Verlage, falls dies auch langfristig gelingen solle, auf ihre journalistische Qualität besinnen und gegen die insb. unter Nichtlesern grassierende „Gratis-Mentalität“ vorgehen müssten. Darüber hinaus kritisierte Herr Poppen die seines Erachtens häufige und einseitige Negativberichterstattung vieler Tageszeitungen über die eigene Branche.

Für das Jahr 2009 bilanzierte Herr Poppen eine durchschnittliche Tagesauflage von 24,7 Millionen Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen (IVW 04/2009) bei einem Verlust von 2,56 %. Bei den regionalen und lokalen Abonnementzeitungen habe der Auflagenrückgang 2,1 %, in Baden-Württemberg jedoch lediglich 1,55 % betragen.

VSZV-Vertriebsausschuss und VSZV-Vertriebsleitertagung beschäftigten sich dem Bericht zufolge im Jahr 2009 besonders intensiv mit den Gesetzesänderungen bei der Telefonwerbung und der adressierten Werbepost („Listenprivileg“). Herr Poppen zeigte sich darüber erleichtert, dass sich die schlimmsten Befürchtungen der Verlagsbranche in diesen Bereichen nicht bestätigt hätten und dem Abo-Marketing der Tageszeitungen dank des nachdrücklichen Einsatzes von VSZV und BDZV sowohl das Telefon als auch der Brief in weitem Umfang erhalten geblieben seien.

Abschließend berichtete Herr Poppen über die Entwicklung des von der VSZV-Geschäftsstelle koordinierten Schulzeitungsprojekts „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“, an dem sich seit dem Jahr 2007 mittlerweile 18 Mitgliedsverlage des VSZV beteiligt hätten. Zwischenzeitlich habe die Landesregierung mehrmals ihre Bereitschaft zum Ausdruck gebracht, die Verlage noch stärker zu unterstützen, wenn sie ein gemeinsames, flächendeckendes Schulprojekt auf Landesebene etablieren wollten.

Herr Poppen bekundete seine Bereitschaft zur noch stärkeren Verzahnung der schulischen Zeitungsarbeit. Für das kommende Schuljahr solle das Konzept von „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ deshalb optimiert und hierbei die in der bisherigen Erprobungsphase gewonnenen Erkenntnisse berücksichtigt werden. „Wenn die Zeitungshäuser in diesem Bereich noch enger zusammenarbeiten und wir an einem Strang ziehen, können wir auch auf der politischen Ebene einiges erreichen“, ermutigte Herr Poppen die anwesenden Verlagsvertreter.

Nach dem Bericht aus den Vertriebsgremien informierte Thomas Brackvogel, Geschäftsführer der Südwest Presse, die Anwesenden über die Arbeit des von ihm geleiteten neuen VSZV-Ausschusses Digitale Medien und gab den Anwesenden einen Überblick über den baden-württembergischen Zeitungsmarkt und die Reichweitenstärken der wichtigsten deutschen Websites. Im Verhältnis zu großen Anbietern oder den Websites national aufgestellter Presseverlage sei die Reichweite der insg. 48 baden-württembergischen Verlagswebsites noch als relativ gering anzusehen.

Herr Brackvogel erörterte die Zusammensetzung und die Organisation des neuen VSZV-Ausschusses sowie die Kernthemen, die sich der Ausschuss in seiner konstituierenden Sitzung am 7. Oktober 2009 in Stuttgart zur Bearbeitung auferlegt habe. Der Ausschuss stehe in ständigem Kontakt zur BDZV-Arbeitsgruppe Elektronisches Publizieren/Multimedia und mit dem Online-Ausschuss des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV), mit dem für den 11. Mai 2010 eine gemeinsame Tagung geplant sei. Darüber hinaus stimme sich der VSZV-Ausschuss bei überschneidenden Interessen und Zuständigkeiten mit den anderen VSZV-Gremien ab.

Anschließend erläuterte Herr Brackvogel die Ergebnisse der bisherigen Ausschussarbeit. Im Bereich des Benchmarkings unterstütze der Ausschuss die Arbeit des BDZV und fördere die Teilnahme an dessen Projekten. Das Thema Local Search sei im Ausschuss durch Vorstellung verschiedener Ansätze mit den Schwerpunkten auf Reichweitensteigerung, Kundenbindung und Monetarisierung erörtert worden; hier könne der Ausschuss aufgrund der Komplexität des Themas keine eigenen Entwicklungen initiieren, aber als Kommunikationsplattform dienen. Im Bereich Marktforschung versuche man ein Marktscreening. Ebenfalls über die Präsentation sog. Best-Practice-Modelle habe man Vereinsportale sowie hyperlokale Webseitenangebote von VSZV- und VBZV-Mitgliedsverlagen analysiert.

Sehr erfolgreich verlaufen seien die Bemühungen des Ausschusses um die gemeinsame Realisierung einer verbandsweiten Lösung für mobile Webseiten und iPhone-Apps. Hier habe eine ausschussinterne Arbeitsgruppe etliche Anbieter untersucht und dem Ausschuss eine kostengünstige Gemeinschaftsversion mit individuellem Branding empfohlen, deren Inbetriebnahme in den ersten Verlagshäusern für Ende Juni zu erwarten sei. Gegenwärtig hätten die VSZV-Mitglieder 19 Apps und 16 mobile Webseiten in Auftrag gegeben.

Seinen Vortrag beschloss Herr Brackvogel mit einem Ausblick auf die zu erwartende Medienentwicklung und das künftige Nutzerverhalten. Er beschrieb die Herausforderungen, denen sich die Medienhäuser mit Blick auf die Zukunft stellen müssten: genaue Zielgruppenansprache, Mitvollziehen technischer Entwicklungen, Entwicklung neuer Modelle zur Refinanzierung, Teilhabe an der Innovationsführerschaft zumindest in Teilbereichen, Anpassung von Kosten und Organisationsstrukturen. Zum Schluss ging er auf die technischen Möglichkeiten künftiger Endgeräte im Hinblick auf den Medienkonsum ein und skizzierte die anstehenden Aufgaben, denen sich der Ausschuss in den nächsten Sitzungen widmen wolle.

In Ergänzung zu den Berichten aus den Fachausschüssen des VSZV umriss Herr Lehari jun. die Bemühungen der ENPA, Auflagen für die Automobilwerbung zu verhindern. Herr Lehari jun. bezifferte das von der Verlagsbranche zu besorgende Ausfallpotential im Falle derartiger Beschränkungen auf 500 Mio. Euro und zeigte sich erfreut über die erfolgreiche Lobbyarbeit der Verlegerverbände in diesem Bereich sowie bei den jüngsten Vorschlägen zur Antidiskriminierungsrichtlinie. Außerdem begrüßte er Herrn Brackvogels Anregung einer stärkeren Verzahnung der einzelnen Fachausschüsse, insb. im Anzeigen- und Multimediabereich.

Die von VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte Abrechnung des Jahres 2009 sowie der von Rechnungsprüfer Matthias Schlecht (Kreiszeitung Böblinger Bote) vorgetragene Rechnungsprüfungsbericht wurden einstimmig genehmigt. Bei einer Enthaltung einstimmig genehmigt wurde außerdem der von Herrn Bourauel erläuterte Etat-Voranschlag für das Jahr 2010.

Anschließend gab Herr Lehari jun. bekannt, dass sich Herr Dr. Dietmar Greiser, Badisches Tagblatt, aus dem Sozialpolitischen Ausschuss des BDZV zurückgezogen habe und dankte Herrn Dr. Greiser im Namen des Vorstands für seine langjährige Arbeit. Als Nachfolger schlug er Herrn Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, vor, der sich außerdem dazu bereit erklärt habe, den Vorsitz des VSZV-Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik zu übernehmen. Mit der Enthaltung des Betroffenen und ohne Beteiligung der nicht tarifgebundenen Mitgliedsverlage des VSZV an der Abstimmung wurde Herr Dr. Jansen daraufhin einstimmig als VSZV-Vertreter in den Sozialpolitischen Ausschuss des BDZV entsandt.

Herr Dr. Jansen umriss die aktuellen tarifpolitischen Herausforderungen. Zunächst ging er hierbei auf die Ende 2009 zwischen Verlegerverbänden und Journalistengewerkschaften vereinbarten gemeinsamen Vergütungsregeln für hauptberufliche freie Journalisten ein. Herr Dr. Jansen skizzierte die Komplexität der geregelten Materie und verdeutlichte den Anwesenden, dass die Verlegerverbände mit dem erzielten Abschluss einer gesetzlichen Verpflichtung nachgekommen seien. Gleichzeitig sei der persönliche Geltungsbereich der neuen Regeln allerdings gering, da sich die Vereinbarung ausschließlich auf hauptberufliche freie und mithin weder auf sog. arbeitnehmerähnliche noch auf nebenberufliche Mitarbeiter der Tageszeitungen anwenden lasse. Ungeregelt seien bislang die Bildhonorare, über die ab dem Jahr 2011 weiter verhandelt werden solle.

Außerdem informierte Herr Dr. Jansen die anwesenden Verlagsvertreter über die anstehende Tarifrunde bei den Redakteuren der deutschen Tageszeitungen. Er äußerte die Erwartung, dass der Ende Juli 2010 auslaufende Gehaltstarifvertrag von den Gewerkschaften gekündigt werde; im Zeitschriftenbereich sei dieser Schritt schon erfolgt. Herr Dr. Jansen warf die Frage auf, ob im Zusammenhang mit den anstehenden Tarifverhandlungen auch der zum Jahresende 2010 kündbare Manteltarifvertrag für die Zeitungsredakteure gekündigt werden solle und benannte einige Ansatzpunkte bei evtl. Verhandlungen. Außerdem wies er auf die parallele Kündbarkeit des MTV für die baden-württembergischen Verlagsangestellten und auf diesbezügliche Diskussionen innerhalb der Druckindustrie hin.

Herr Lehari jun. dankte Herrn Dr. Jansen für sein tarifpolitisches Engagement und wünschte ihm viel Erfolg für die künftige Arbeit im Sozialpolitischen Ausschuss des BDZV sowie an der Spitze des VSZV-Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik.

3. Vortragsveranstaltung

Ansprache des VSZV-Vorsitzenden Valdo Lehari jun.

Der VSZV-Vorsitzende ging in seinem Vortrag auf die Entwicklung der Pressefreiheit ein und beleuchtete die Situation in Europa und in außereuropäischen Ländern. „Ohne freie Presse kann eine Demokratie nicht gedeihen“ mahnte er unter Verweis auf die konstituierende Rolle der Presse für eine funktionierende Demokratie. Die Zeitungen sicherten die Grundversorgung an Information durch ihre weitgefächerte Zielgruppenansprache ab. Führende Politikerpersönlichkeiten, so zuletzt auch US-Präsident Obama, Kanzlerin Merkel und der baden-württembergische Ministerpräsident Mappus, hätten immer wieder beteuert, dass sie nicht auf die Lektüre ihrer Tageszeitung verzichten wollten. Immer wieder sei zwar von einer „Zeitungskrise“ die Rede, aber man müsse aufhören, die Lage der Zeitung ständig schlecht zu reden.

Nach wie vor seien die Zeitungsverlage führend, wenn man Glaubwürdigkeitsaspekte und Beständigkeit in den Vordergrund rücke; darüber hinaus seien sie bedeutendster Werbeträger und Ideenmarktplatz. Trotz Konkurrenzmedien wie Fernsehen, Radio, Internet und mobiler Kommunikationsmittel lasse das Interesse an Tageszeitungen nicht nach.



VSZV-Jahrestagung 2010 in Stuttgart



VSZV-Jahrestagung 2010 in Stuttgart

Es stimme einfach nicht, betonte der VSZV-Vorsitzende, wenn Marketingstrategen mutmaßten, dass die jüngeren Menschen keine Zeitung mehr läsen. Auch bei der Suche nach Online-Informationen vor allem aus dem Nahbereich vor Ort spielten die Zeitungen auch bei Jugendlichen eine große Rolle. Deswegen sei das Glas hier nicht halb leer, sondern halb voll.

Die sog. „Zeitungskrise“ erweise sich vor diesem Hintergrund nicht als Systemkrise des Mediums Zeitung, sondern allenfalls als Anzeigen- und Wirtschaftskrise. Die Verlage hätten auf das geänderte Mediennutzungsverhalten reagiert und fortlaufend in neue Produkte investiert, wenngleich die Kernfrage nach den Möglichkeiten künftiger Geschäftsmodelle noch zu beantworten sei. Hierzu müssten aber auch die Rahmenbedingungen für eine faire Entwicklung der Tageszeitungsverlage gewährleistet werden. Den Verlagen wäre allein schon damit geholfen, wenn einige sie besonders belastende Regelungen eingeschränkt würden.

In diesem Zusammenhang ging Herr Lehari jun. noch einmal auf das im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag verankerte Drei-Stufen-Testverfahren ein. Er erinnerte daran, dass dieses Verfahren nicht durch die Verleger initiiert worden, sondern Ausfluss des EU-Beihilfekompromisses sei (s.o.). Der VSZV habe seine diesbezügliche Haltung in ausführlichen Stellungnahmen zu den Onlineangeboten des SWR dokumentiert. Nun warte man ab, zu welchen Ergebnissen die Rundfunkräte bei der Würdigung dieser Argumente gelangten und werde deren Ergebnisse sorgfältig beraten. Einen Verdrängungswettbewerb zu Lasten der Zeitungen durch gebührenfinanzierte Onlineangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks könnten die Zeitungsverlage allerdings nicht akzeptieren.

Herr Lehari jun. thematisierte die Forderung der Presseverlage nach Schaffung eines urheberrechtlichen Leistungsschutzrechts und begrüßte die Absicht der Politik, diesem Anliegen zu entsprechen. Auch das Thema Google und die vielfältigen im Zusammenhang mit dem Suchmaschinenbetreiber diskutierten Rechtsfragen sprach er an. Neben Fragen des Daten- und Verbraucherschutzes sei die monopolartige Beherrschung bestimmter Online-Werbeformen durch die Suchmaschine ein Thema, dem sich die Politik widmen müsse. Das Verhalten von Google im Onlinebereich habe auch Ausstrahlungswirkung auf die Angebote anderer Anbieter. Der lockere Umgang von Google bspw. mit dem Datenschutzrecht beschädige auch das Ansehen anderer im Netz tätiger Anbieter wie etwa der Zeitungsverlage.

Außerdem äußerte sich Herr Lehari jun. zu Fragen der Werberegulierung. Er sprach sich grundsätzlich gegen Werberegulierungen aus, da sie einen erheblichen und existenzgefährdenden Eingriff in die Refinanzierungsbasis der Medienwirtschaft darstellten. Vor diesem Hintergrund sei die Entscheidung des Bundesgesetzgebers zu begrüßen, weiteren Werbeverböten vorerst eine Absage zu erteilen.

Festvortrag des baden-württembergischen Ministerpräsidenten

Der baden-württembergische Ministerpräsident Stefan Mappus widmete seinen Festvortrag dem Thema „Medienpolitische Herausforderungen“ und stellte einen der Erfindung des Buchdrucks vergleichbaren Umbruch der Medienlandschaft fest.

Die Digitalisierung beschleunige die Möglichkeiten der Menschen. Von den einen würden die neuen Medien gefeiert und als Chance gesehen, andere fürchteten sie als Gefahr. Die Zeitungsverlage stünden indes vor großen Herausforderungen. Dennoch sei Deutschland Zeitungsland. Die Zeitungen stifteten Identität und Heimatgefühl. Wenngleich die Bereitschaft, für Informationen im Internet zu bezahlen, noch in den Kinderschuhen stecke, gebe es auch im Internet einen Markt für Geschäftsmodelle. Beispielhaft dafür führte der Ministerpräsident die iPhone-Apps großer Zeitungshäuser und die Verbreitung des E-Papers an.

Der Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Verlage im Netz hätten die Länder mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag und der Einführung des Drei-Stufen-Tests Rechnung getragen, weshalb aus seiner Sicht gegenwärtig kein Anlass bestehe, die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darüber hinaus gesetzlich einzuschränken. Diese Angebote der Anstalten müssten sich allerdings in den Grenzen des staatsvertraglich Erlaubten halten, womit mitnichten lediglich ein Verbot klassischer E-Paper-Ausgaben gemeint sei. Vielmehr erwarte er, dass den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags über Auftrag und Grenzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet Rechnung getragen werde. „Ich gehe insbesondere davon aus, dass die Drei-Stufen-Tests den Ist-Zustand des Online-Bestands noch einmal in einigen Punkten verändern werden“, so der Ministerpräsident.

Für den Fall, dass auch nach Abschluss der Drei-Stufen-Testverfahren Meinungsverschiedenheiten zwischen Rundfunkanstalten und Verlagen existieren sollten, sicherte der Ministerpräsident den Zeitungsverlegern seine Vermittlungsbereitschaft zu, zumal im Südwesten traditionell eine gute Kooperation von Rundfunk und Zeitungen bestehe. Das erfolgreiche deutsche Modell der Koexistenz von Zeitungen und Rundfunk müsse auch im Internetzeitalter erhalten werden.

Die Werbefinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks lehnte Herr Mappus ab; ein Werbeverzicht würde die Unabhängigkeit und Qualität des Rundfunks geradezu unterstreichen: „Zur Sicherstellung dieser Qualität weist auch der derzeit diskutierte Werbeverzicht im öffentlich-rechtlichen Rundfunk grundsätzlich in die richtige Richtung. Allerdings sind die Folgen eines Werbeausstiegs, insbesondere die zu erwartenden Mindereinnahmen der Rundfunkanstalten und deren Kompensation, sorgfältig abzuwägen.“

Außerdem sprach sich Ministerpräsident Mappus gegen neue Werbebeschränkungen aus: „Der Werbemarkt ist dabei natürlich gerade für die privaten Medien von zentraler Bedeutung. Deshalb steht die Landesregierung auch für eine liberale Werberegulierung. Zusätzliche Werbebeschränkungen oder Werbeverbote auf nationaler und europäischer Ebene lehnen wir ab.“ Die Forderung der Verlage nach einem Leistungsschutzrecht bezeichnete Herr Mappus als konsequent. Allerdings seien bei der Konzeption eines solchen Schutzrechts auch die Interessen der Urheber zu berücksichtigen.

Auch das Pressefusionsrecht muss dem Ministerpräsidenten zufolge in der Diskussion bleiben. „Wenn es um die Verbesserung der Situation der Verlage im Internetzeitalter geht, dann muss auch das Pressefusionsrecht einer Überprüfung unterzogen werden, so dass Synergien von Fusionen besser genutzt werden können“, so der Ministerpräsident wörtlich. „Die Annahme, dass Zeitungsverlage auf benachbarten Anzeigen- oder Lesermärkten keine Wettbewerber sind, wenn innerhalb von zehn Jahren nicht versucht wurde, auf dem angrenzenden Gebiet Fuß zu fassen, könnte hier eine Lösung sein.“ Änderungen dürften dabei aber nicht zu Lasten lokaler und regionaler Informationen gehen. Ebenso wenig dürfe die Zukunft der gedruckten Zeitung leichtfertig aufs Spiel gesetzt werden. Der Ministerpräsident: „Ich bin vor diesem Hintergrund bereit, mich gegenüber dem Bund für eine ausgewogene Lösung einzusetzen, die auf einem breiten Konsens der Verleger beruht.“

Herr Mappus würdigte die Zeitung als Ort, an dem die Gesellschaft – anders als im Internet – zum Nachdenken über sich selbst gelange. Aus diesem Grund sei es hilfreich, schon im Kindesalter mit dem Zeitunglesen anzufangen. „Hervorzuheben ist dabei insbesondere das bundesweite Projekt ‚Schule mit Zeitung – SCHmitZ‘, an dem sich seit Projektbeginn im Jahr 2007 bereits 18 Mitgliedsverlage Ihres Verbands beteiligt haben. Ich werde mich dafür einsetzen, dass solche Projekte im Land weiter vorgebracht und Kooperationen vertieft werden“, so der Ministerpräsident. Insgesamt, so Ministerpräsident Mappus, wünsche er sich mehr Mut zur politischen Auseinandersetzung.

Grußwort

In Vertretung von Oberbürgermeister Dr. Wolfgang Schuster richtete der Stuttgarter Ordnungsbürgermeister Dr. Martin Schairer nach dem Festvortrag des Ministerpräsidenten ein Grußwort an die Versammlung.

Vortrag „Finanz- und Wirtschaftskrise – Rückblick und Ausblick“

Heinrich Haasis, Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands, verdeutlichte zum Abschluss der VSZV-Jahrestagung die Hintergründe der seinerzeitigen Finanz- und Wirtschaftskrise. Vor dem Hintergrund laufender Verhandlungen innerhalb der EU über die Griechenland-Hilfe äußerte er die Einschätzung, dass diese Krise mitnichten auch nur in Ansätzen als überwunden angesehen werden könne.

Vielmehr sei es heutzutage umso wichtiger, sich mit den Hintergründen und der Entstehung der Krise zu befassen, da diese sich mittlerweile deutlich besser als in der Vergangenheit analysieren ließen und einige Symptome gegenwärtig auf eine weitere Krise hinwiesen. So ließen sich an den Finanzmärkten teilweise besorgniserregende Verhaltensweisen beobachten, die noch vor anderthalb Jahren als überwunden angesehen worden seien. Insgesamt hätten sich Teile der Bankenbranche inzwischen weit von ihrem ursprünglichen Auftrag wegbewegt. „Wenn man einen Geschäftspartner hat, weiß man, dass immer zwei etwas von einem Geschäft haben wollen. Wenn man Wettpartner hat, weiß man, dass es immer Gewinner und Verlierer gibt“, sagte Herr Haasis in Anspielung auf jüngst am Beispiel einer amerikanischen Großbank bekannt gewordene Geschäftspraktiken.

Den Deutschen Sparkassen- und Giroverband stellte Herr Haasis als größten deutschen Arbeitgeber vor, dessen 600 Mitgliedsunternehmen 350.000 Menschen beschäftigten. Mitglieder des Verbands seien 430 selbständige Sparkassen sowie Landesbanken, Landesbausparkassen und einige öffentliche Versicherungsunternehmen.

Zur Veranschaulichung der Hintergründe der Krise gab Herr Haasis anschließend einen Rückblick in die frühen 90er Jahre. Nach dem Ende der osteuropäischen Planwirtschaften habe insb. die Finanzwirtschaft auf massive Marktliberalisierungen und Deregulierungen gedrängt und bei der Liberalisierung einen „Wettlauf der Nationalstaaten“, die die Finanzbranche als maßgeblichen Wohlfaktor vermutet hätten, herbeigeführt. Auch Deutschland habe in diesem Zuge teilweise riskante Beteiligungsmöglichkeiten geschaffen und hierdurch Risikoinvestoren angelockt. Viele Unternehmen hätten sogar ihr Eigenkapital aus Renditegründen bewusst reduziert. Ebenfalls aus Renditegründen sowie unter Konkurrenzgesichtspunkten und auf Druck etlicher Ratingagenturen hätten außerdem viele Banken den Finanzmarkt immer unverantwortlicher bearbeitet.

Nach dem Ausbruch der Finanzkrise habe sich dem gegenüber gerade die immense Bedeutung ausreichenden Eigenkapitals herausgestellt. Weil der Mittelstand den Verlockungen der „Liberalisierungswelle“ nicht erlegen sei, sei er – und mit ihm die Sparkassen, die den vorstehend skizzierten Irrweg nicht mitgegangen seien – bislang überdurchschnittlich gut durch die Krise gelangt. Herr Haasis sah die Sparkassen in ihrem Weg bestätigt und lobte das Krisenmanagement der seinerzeitigen Großen Koalition. Außerdem würdigte er das Verantwortungsbewusstsein der Tarifparteien, dem zurückhaltende Lohnabschlüsse und die Durchschlagskraft der Kurzarbeit als wirtschaftspolitisches Steuerungsinstrument zu verdanken seien.

Mit Blick auf die Gegenwart bewertete er die gestiegene Umsicht in der europäischen Politik – insbesondere vor dem Problem-Hintergrund Griechenland – als positiv. Gleichzeitig äußerte er sich jedoch über erneute Risikotendenzen, für die er beispielhaft verstärkt zu beobachtende Rohstoffwetten anführte, besorgt: „Teilweise hat die Jagd nach Rendite schon wieder

begonnen.“ Herr Haasis appellierte an den Gesetzgeber, der gegenwärtig zu beobachtenden Liquiditätsschwemme entgegenzuwirken und höhere Eigenkapitalanforderungen für Banken zu schaffen. Außerdem solle sich die Bankenaufsicht an der Risikoneigung orientieren. Die weltweite Finanzwirtschaft bewertete er als überdimensioniert und rief dazu auf, staatliche Bankenhilfen von einer Verkleinerung der Märkte abhängig zu machen, um „Geld-gegen-Geld-Geschäfte“, die sich vom klassischen Kunden weit entfernt hätten und Risiken beinhalteten, zu reduzieren.

Herr Haasis bedauerte, dass sich die Bundesregierung nicht in diese Richtung orientiere und kritisierte, dass die europäischen Staaten allenfalls halbherzig gegen die Erpressbarkeit durch große Banken vorgingen. Habe es in Europa vor der Krise zehn Banken gegeben, deren Bilanzsumme die jeweilige nationale Volkswirtschaft übertroffen habe, gebe es nun, nach der Krise, hiervon nicht weniger, sondern mehr.

Abschließend äußerte Herr Haasis die Einschätzung, dass sich eine langfristige Geldwertstabilität nur mit verlässlicheren Informationen über die Zahlungsfähigkeit der Euroländer als bisher gewährleisten lasse. Wenn die Politik nicht den Eindruck erwecke, dass Sünder „an den Pranger gestellt“ und mit Sanktionen belegt würden, werde das Vertrauen der Anleger in die Finanzmärkte weiter schwinden.

Abendveranstaltung

Auf Einladung der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten fand die Jahrestagung am selben Abend mit einem festlichen Abendessen im Restaurant „Cube“ am Stuttgarter Schlossplatz ihren Ausklang. Dort sprachen der Geschäftsführer der gastgebenden Verlage, Dr. Richard Rebmann, und der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. zu den Gästen.

4. Vorstand

Der VSZV-Vorstand traf sich im Berichtszeitraum am 31. März 2010 sowie am 9. November 2010 jeweils in Stuttgart.

Auf der Tagesordnung der Sitzung am 31. März 2010 standen neben den Verbandsregularien u.a. folgende Themen:

- Tarifsituation Redakteure
- Urhebervertragsrecht
- Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage
- „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“
- Bekanntmachungsverordnung

Bei der Zusammenkunft des Vorstands am 9. November 2010 wurde u.a. behandelt:

- Tarifsituation Redakteure
- Zeitung in der Schule / SCHmitZ
- Strukturfragen

Weiterhin hatte sich der Vorstand im Jahr 2010 mit dem Antrag eines Mitgliedsunternehmens auf Wechsel in die OT-Mitgliedschaft nach § 3 Abs. 4 der VSZV-Satzung zu befassen.

5. Landespresseball in Stuttgart

Der Landespresseball in Stuttgart, der am 12. November 2010 von der Landespressekonferenz Baden-Württemberg e.V., dem Landesverband Baden-Württemberg des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) und dem VSZV zum 51. Mal veranstaltet wurde, fiel im Urteil seiner Besucher von der Stimmung her sogar noch besser aus als der bereits mit viel Lob bedachte 50. Jubiläumsball am 13. November 2009.

Stargast Dieter Thomas Kuhn gelang es, die Gäste in einer Art mitzureißen, die bemerkenswert war. Das neue Konzept, den Ball als „Party“ zu gestalten, sollte aus Sicht der Ballkommission deshalb nicht geändert werden, da es sich in den vergangenen Jahren bewährt und zum finanziellen Erfolg maßgeblich beigetragen hat. Dies zeigt sich auch daran, dass der Ball nach der „Durststrecke“ zwischen 2004 und 2007 wieder „in“ ist, viele Bestellungen werden bereits zum Jahresbeginn getätigt. Die Zahl der verkauften Flanierkarten war mit 750 (Vorjahr: 650) so hoch wie nie zuvor.

Mit 2.424 lag die Zahl der Besucher geringfügig unter der des 50. Landespresseballs, für den 2.493 Karten verkauft worden waren. Die Vorbereitungen für den nächsten Ball am 11. November 2011 sind bereits angelaufen. Als Stargast wurde die britische Sängerin Kim Wilde engagiert, die in 2010 eine sehr erfolgreiche Deutschland-Tournee hinter sich hat.

Die Pressestiftung Baden-Württemberg hilft Not leidenden Kollegen

Journalistinnen und Journalisten sowie deren Hinterbliebene zu unterstützen, die aus persönlichen oder beruflichen Gründen unverschuldet in Not geraten sind, ihnen von Kollege zu Kollege über eine Krise hinweg zu helfen, ihnen etwa den beruflichen Neustart zu ermöglichen, sind Ziele und Aufgaben der Pressestiftung Baden-Württemberg.

Die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung hat auch in der Medienbranche ihre Spuren hinterlassen. Sobald wichtige Aufträge ausbleiben oder sich gesundheitliche Probleme bemerkbar machen, zeichnet sich heutzutage vor allem für einen freien Journalisten nicht selten bereits der wirtschaftliche Abstieg ab. Auch jüngere Kolleginnen und Kollegen bleiben vom Arbeitsverlust nicht verschont und werden in Extremlagen vom öffentlichen Hilfsnetz nicht aufgefangen.

Einige bekommen deshalb von der Stiftung einen geringfügigen monatlichen Zuschuss zum Lebensunterhalt. Anderen jungen Redakteuren hat die Stiftung inzwischen den Aufbau einer selbständigen Existenz erleichtert. Bedürftigen Kollegen bietet die Pressestiftung ferner Erholungsmöglichkeiten in zwei eigenen Ferienwohnungen. Die Apartments in Sonthofen und Bad Reichenhall sind für zwei Personen voll eingerichtet. Das Hilfsangebot hat gegenwärtig einen Umfang von insgesamt rund 70.000 Euro im Jahr.

Die Pressestiftung Baden-Württemberg ist eine unabhängige Selbsthilfeeinrichtung und speist sich fast ausschließlich aus den Einnahmen, die durch den Landespresseball erzielt werden. Die Veranstaltung wird überwiegend im Ehrenamt organisiert. Die Stiftung hat die Förderfähigkeit und die Veranstaltung des Landespresseballs vom Sozialfonds der Landespresse Baden-Württemberg e.V. übernommen, der aber weiter für dessen Organisation und Durchführung zuständig ist. Deren Träger – neben der Landespressekonferenz Baden-Württemberg e.V. sind dies der Landesverband Baden-Württemberg des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) und der Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger – haben die Stiftung im Jahr 2004 gegründet. Die Leitlinien der sozialen Hilfsmaßnahmen legt der jährlich tagende Stiftungsrat fest. Über Zuwendungen entscheidet der dreiköpfige Vorstand nach Prüfung der Einzelfälle. Direkte Spenden und Zuwendungen für die Tombola des Presseballs sind in voller Höhe steuerlich absetzbar, da die Stiftung von Finanzamt Stuttgart-Körperschaften als gemeinnützig anerkannt ist.

III. Recht und Sozialpolitik

1. Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte

Der GTV für Verlagsangestellte wurde zuletzt im Jahr 2009 verhandelt. Durch einen Anschlussstarifvertrag wurde zum 16. Oktober 2009 der Tarifabschluss der Druckindustrie im Wesentlichen übernommen. Neben einer Einmalzahlung in Höhe von 280 Euro (Auszubildende: 130 Euro) wurden die Tarifgehälter zum 1. April 2010 nochmals um 2 % erhöht. Weiterhin wurde vereinbart, den Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage frühestens zum 31. Dezember 2010 kündigen zu können und die im Falle eines Neuabschlusses anfallenden Änderungen frühestens zum 1. September 2011 wirksam werden zu lassen.

Am 30. Juni 2010 beschloss der Sozialpolitische Ausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm), den Manteltarifvertrag für die Druckindustrie zum 31. März 2011 zu kündigen. Anlass dafür war die notwendige Konsolidierung in der Druckindustrie und der gesteigerte Bedarf für eine Anpassung der Arbeitsbedingungen, um die strukturelle Krise der Druckindustrie überwinden zu können und konkurrenzfähig zu bleiben.

Zentrale Verhandlungsmaterien in der Druckindustrie sind:

- eine weitere Anpassung der Maschinenbesetzungsregelungen
- die Definition von Möglichkeiten, welche Arbeitskräfte mit welcher Qualifikation an welchen Arbeitsplätzen zum Einsatz kommen können
- die Forderung nach Erweiterung des bereits bestehenden Arbeitszeitkorridors auf eine durchschnittliche Arbeitszeitdauer von 40 Wochenstunden; dabei geht es auch um die Frage sog. Langzeitkonten, die der persönlichen Lebensplanung und der Fortbildung der Mitarbeiter dienen sollen
- eine Absenkung der Löhne für Hilfskräfte

Zusätzlich soll der MTV an geänderte gesetzliche Rahmenbedingungen angepasst werden; dies betrifft die Verlängerungsmöglichkeit der sachgrundlosen Befristung, den Verfall von Urlaub bei Langzeiterkrankungen sowie verschiedene Berufsbildungsfragen.

Vor diesem Hintergrund war auch im VSZV zu prüfen, ob der Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage zu kündigen ist. Am 27. Juli 2010 befasste sich der VSZV-Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik mit dieser Frage. Unter Leitung des VSZV-Vorstandsmitglieds Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, sprachen sich die Mitglieder des Arbeitskreises einstimmig für eine Kündigung zum 31. März 2011 aus. Der VSZV-Vorstand schloss sich der Empfehlung des Arbeitskreises an. Hierauf wurde am 15. September 2010 gegenüber der Gewerkschaft ver.di die Kündigung des Manteltarifvertrags für die Angestellten der baden-württembergischen Zeitungsverlage zum 31. März 2011 ausgesprochen.

Keine Entwicklungen gibt es im Hinblick auf das Auslaufen des Altersteilzeittarifvertrages für die Angestellten der Zeitungsverlage zum 31. Dezember 2009. Der bvdm schloss auf diesem Tarifgebiet für derzeit fünf Betriebe mit der Gewerkschaft ver.di einen firmenbezogenen Tarifvertrag, der rückwirkend zum 1. Januar 2010 in Kraft trat.

2. Tarifsituation Redakteure

Nachdem die Gewerkschaften DJV und ver.di den Gehaltstarifvertrag für die Redakteure der deutschen Tageszeitungen erwartungsgemäß zum 31. Juli 2010 gekündigt hatten, kündigte der BDZV seinerseits den Manteltarifvertrag zum 31. Dezember 2010. Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bedürfte es in dieser Tarifrunde einer sinnvollen Korrektur der Unternehmensbelastungen, betonte BDZV-Verhandlungsführer Werner Hundhausen. In drei Verhandlungsrunden bis zum Ende des Berichtsjahrs, zuletzt am 8. Dezember 2010, konnte noch keine Annäherung erzielt werden. Der VSZV war bei den Gesprächen durch den geschäftsführenden Gesellschafter des Mannheimer Morgen, Dr. Björn Jansen, den Geschäftsführer des Hohenloher Tagblatts, Jürgen Bauder, und VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel vertreten.

Die Verlegerseite schlug zu Beginn der Verhandlungen eine Vereinbarung über eine mehrjährige Laufzeit vor; für Volontäre und Berufsanfänger, die in den kommenden Jahren in die Redaktionen eintreten, strebt der BDZV eine separate Änderung der tariflichen Rahmenbedingungen an. In der zweiten Verhandlungsrunde am 26. Oktober 2010 konkretisierte die Verlegerseite ihre Vorstellungen zum Tarifergebnis. Als Laufzeit wurden drei Jahre vorgeschlagen. Für die ersten beiden Jahre sei eine maßvolle Einmalzahlung pro Jahr vorstellbar, für das dritte eine moderate prozentuale Anhebung der Tarifsätze. Verlage, die auf betriebsbedingte Kündigungen verzichteten, sollten die Möglichkeit haben, die beiden Einmalzahlungen Jahresleistung und Urlaubsgeld, die derzeit 1,75 Monatsgehälter betragen, zu einem Monatsbezug zusammen zu fassen.

Größere Änderungen seien allerdings bei den neu begründeten Arbeitsverhältnissen anzustreben, die GTV und MTV betreffen. So gehe es bei dem so genannten „GTV 2“ nicht nur um niedrigere Gehaltssätze als im derzeit geltenden, sondern auch um strukturelle Veränderungen wie bei der Berufsjahresstaffel und den Funktionsbeschreibungen in den bisherigen Gruppen IV und V. Beim MTV konzentrierten sich die Überlegungen nicht nur auf die beiden Einmalzahlungen, sondern auch auf weitere Regelungen, wie z.B. Wochenarbeitszeit und Urlaubsdauer.

Zum Auftakt der dritten Verhandlungsrunde am 8. Dezember 2010 erhoben die Gewerkschaften erstmals konkrete Forderungen. Nach ihren Vorstellungen sollten die Bezüge der Tageszeitungsredakteure um 4 % steigen. Dem gegenüber bekräftigten die Verleger ihre Position, dass ein neuer Tarifabschluss zwei Komponenten enthalten müsse. BDZV-Verhandlungsführer Werner Hundhausen machte deutlich, dass künftige Arbeitsverhältnisse angesichts der wirtschaftlichen Lage der Branche nicht zu den gleichen tariflichen Rahmenbedingungen vereinbart werden könnten.

Im Januar 2011 erörterte die große Tarifkommission des DJV die Tarifsituation und beschloss die Vorbereitung von Arbeitskampfmaßnahmen.

3. Urhebervertragsrecht

Nach über sechsjährigen Verhandlungen wurden am 30. November 2009 die Verhandlungen über die sog. gemeinsamen Vergütungsregelungen nach § 36 Urheberrechtsgesetz (UrhG) beendet. Die Vergütungsregelungen traten zum 1. Februar 2010 in Kraft.

In diesen gemeinsamen Vergütungsregelungen sind Honorarsätze enthalten, die in Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen des § 32 UrhG den Anspruch hauptberuflich tätiger freier Journalisten auf angemessene Vergütung ihrer Werkleistungen Rechnung tragen sollen, soweit sie nicht dem Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten unterworfen sind. Von ihrer Struktur her sind die gemeinsamen Vergütungsregeln an den letztgenannten Tarifvertrag angelehnt, weichen allerdings in verschiedenen Einzelfällen auch davon ab. Die gemeinsamen Vergütungsregeln enthalten bislang allerdings lediglich Vorgaben für die Höhe der Honorare für Wortbeiträge, die nicht als Fixbeträge, sondern als auflagenabhängige Spannenwerte ausgewiesen sind.

Der VSZV hatte die baden-württembergischen Zeitungsverlage noch im Dezember 2009 auf das Verhandlungsergebnis hingewiesen und um Erklärung bis zum 19. Januar 2010 gebeten, ohne dass Einwendungen erhoben worden wären. In einem weiteren Informationsschreiben wurde den Mitgliedsverlagen eine vom BDZV gefertigte, ausführliche Handreichung zu den Vergütungsregeln übermittelt. In den Verlagshäusern schlossen sich hieran teilweise aufwändige Prüfungen an, um insb. zu bestimmen, auf welchen Personenkreis die Vergütungsregeln anzuwenden sind. Dies führte zu einem zeitweise hohen Beratungsaufwand der VSZV-Geschäftsstelle.

Eine Einigung über die Höhe der Bildhonorare konnte dem gegenüber noch nicht erzielt werden. Dies bleibt weiteren Verhandlungen zwischen den Gewerkschaften DJV und ver.di und dem BDZV vorbehalten, die im Frühjahr 2011 aufgenommen wurden.

4. Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik

Der VSZV-Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik kam im Berichtsjahr am 27. Juli 2010 in Stuttgart zusammen. Schwerpunkte der Sitzung unter der erstmaligen Leitung von VSZV-Vorstandsmitglied Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, waren die Umsetzung der gemeinsamen Vergütungsregelungen in den Verlagen und die Erörterung der Tarifsituation in den Bereichen Verlagsangestellte und Redaktion. Inhaltlich kann diesbezüglich auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen werden.

Weiterhin wurden arbeits- und sozialrechtliche Einzelfragen besprochen.

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage

Im Internetzeitalter ist das Kopieren und gewerbliche Nutzen von digitalen Presseinhalten zu einem Massenphänomen geworden. Presseverlage sind jedoch mangels ausreichender Rechte an ihren Erzeugnissen nicht in der Lage, ihre Rechtspositionen angemessen zu schützen. Leistungsschutzrechte schützen diejenigen, die selbst nicht Urheber sind, die aber bei der Vermittlung urheberrechtlich geschützter Werke eine erhebliche Rolle spielen. Grund und Rechtfertigung für die Gewährung eines eigenen Leistungsschutzrechtes ist der technisch-organisatorische Aufwand, den die Unternehmen in die Verwertung des Werkes investieren und die Erwägung, dass Unternehmen eine entscheidende Mittlerrolle zwischen den Urhebern und der Allgemeinheit einnehmen, die für sich genommen schutzwürdig ist.

Die Einführung eines eigenen Leistungsschutzrechtes für Zeitungsverlage ist aus folgenden Gründen notwendig:

- Wie andere Werkmittler, für die bereits Leistungsschutzrechte gelten, sind auch die Verlage auf den Schutz ihrer organisatorischen und wirtschaftlichen Leistungen angewiesen.
- Zeitungen schaffen mit ihrer wirtschaftlichen Leistung eine Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Verbreitung geistigen Guts. Sie erbringen mithin eine enorme wirtschaftliche Vorleistung in der Verwerterkette von Kulturgütern und meinungsrelevanten Inhalten.
- Früher wurde die Schutzwürdigkeit von Verlagen mit der Begründung verneint, dass sie sich lediglich der Gefahr der Vervielfältigung durch mühselig herzustellende Fotokopien ausgesetzt sähen. Dies gilt nicht mehr. Die Digitalisierung führt dazu, dass urheberrechtlich geschützte Werke ohne großen Aufwand genutzt und vervielfältigt werden können.
- Gerade im Internet sind glaubwürdige Medienanbieter zur Orientierung dringend notwendig. Der Aufbau einer Medienmarke und das Bereitstellen von Inhalten, die für eine entsprechende Glaubwürdigkeit und Professionalität stehen, sind mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden. Die nicht honorierte Ausnutzung dieser Leistung durch Dritte gefährdet das Geschäftsmodell der Presse grundlegend.
- Ein fehlendes Leistungsschutzrecht schränkt die Möglichkeiten der Verlage ein, in die Herstellung von Presseinhalten, gerade im Internet, zu investieren. Dies kann zu einer deutlichen Reduzierung von Qualitätsinhalten im Internet führen.

Die gegenwärtige Bundesregierung hat sich bereits im Koalitionsvertrag für die Verankerung eines Leistungsschutzrechtes für Presseunternehmen ausgesprochen. In einer ersten Erörterung von Vertretern von BDZV und VDZ mit Kulturstaatssekretär Bernd Neumann im Februar 2010, an der in Vertretung des VSZV-Vorsitzenden Valdo Lehari jun. auch Geschäftsführer Stephan Bourauel teilnahm, begründeten die Verlagsvertreter die Notwendigkeit eines Leistungsschutzrechtes. Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger erklärte kurz nach diesem Termin ihre Bereitschaft, das Anliegen der Verleger wohlwollend zu prüfen und lud die beteiligten Kreise zu einer Anhörung am 28. Juni 2010 nach Berlin ein, an der ebenfalls Vertreter des VSZV teilnahmen. Im Vorfeld loteten die Verlegerverbände in mehreren Gesprächsrunden mit den Journalistengewerkschaften aus, ob und wie weit diese die Forderungen der Verleger mittragen wollen. So wurde den Gewerkschaftsvertretern verdeutlicht, dass die Urheber von Pressebeiträgen trotz der Trennung von Leistungsschutz- und Urheberrecht an den künftigen Erträgen aus einem Leistungsschutzrecht beteiligt werden sollen. Auch sollen die Zweitverwertungsrechte der Journalisten unberührt bleiben.

Die Vorschläge der Verleger stießen im Berichtsjahr jedoch auch auf Widerstand. Im August 2010 wandte sich der Chefjustiziar für Nord- und Zentraleuropa des Internetkonzerns Google, Dr. Arnd Haller, gegen die Vorschläge der Verleger und kritisierte, dass ein verlegerisches Leistungsschutzrecht zu einer „Quersubventionierung“ der Presseverleger durch andere Wirtschaftszweige führe und weder wirtschaftlich noch juristisch gerechtfertigt sei. Im September 2010 äußerten auch der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und andere Wirtschaftsverbände Kritik. So unterstellte der BDI den Verlagen die Absicht, „Abgabenerlöse in Milliardenhöhe auf Kosten selbständiger Berufsträger, kleiner mittelständischer Unternehmen sowie der deutschen Wirtschaft insgesamt“ erzielen zu wollen und mithin zur „Beschränkung der Informationsfreiheit“ beizutragen.

Den Erklärungen des BDI traten die Verlegerverbände im September 2010 nachhaltig entgegen. BDZV und VDZ stellten klar, dass das angestrebte Leistungsschutzrecht lediglich einen angemessenen Schutz der Leistungen der Presseverlage bezwecke; schließlich sei es in einer freien Marktwirtschaft selbstverständlich, dass gewerbliche Leistungen auch vergütet würden. Die vom BDI genannte Größenordnung von „Abgabenerlösen in Milliardenhöhe“ wurde als absurd zurückgewiesen. Verdeutlicht wurde, dass sich die Vorstellungen der Verleger lediglich auf das erstreckten, was anderen Branchen wie z.B. Fernsehsendern, Konzertveranstaltern, Filmproduzenten und Datenbankherstellern seit Jahrzehnten zugestanden werde. Es könne nicht länger hingenommen werden, dass sich andere der Verlagsleistungen bedienen, ohne dafür zu bezahlen. Dafür hätten die Verlage ein ordnungspolitisch einwandfreies Lizenzmodell vorgeschlagen. Die Verlage wollten auch in Zukunft Qualitätsjournalismus und Vielfalt mit hohem personellem Aufwand sichern.

Die Presseverbände haben darüber hinaus angekündigt, den Dialog mit der Wirtschaft aufrechtzuerhalten. So war die Etablierung des Leistungsschutzrechts immer wieder Gegenstand des Informationsaustausches mit Vertretern von Wirtschaftsverbänden und Politik durch den Vorsitzenden des VSZV, Valdo Lehari jun., und VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel.

2. Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Über das Testverfahren zur Prüfung der öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote auf Übereinstimmung mit dem öffentlichen Auftrag der Rundfunkanstalten, den sog. Drei-Stufen-Test, wurde im VSZV-Jahresbericht 2009 ausführlich informiert. Der VSZV hatte im Juli 2009 zu den Angeboten des SWR ausführlich Stellung genommen.

Noch in der laufenden Prüfungsphase wandte sich der VSZV, vertreten durch den Vorsitzenden Valdo Lehari jun. und Geschäftsführer Stephan Bourauel, im März 2010 an den baden-württembergischen Ministerpräsidenten Stefan Mappus sowie das Mitglied des SWR-Rundfunkrats und Vorsitzenden des Telemedienausschusses des SWR, Prof. Hans-Peter Mengele, um die Kritikpunkte der Verleger an den Telemedienangeboten von www.SWR.de, www.SWR3.de, www.DASDING.de sowie dem Archivradioprojekt des Südwestrundfunks erneut zu erläutern. Der Dialog wurde in einem weiteren Gespräch am 24. April 2010 mit dem für die Medienpolitik des Landes zuständigen Staatsminister Helmut Rau fortgesetzt, an dem neben den vorgenannten Verbandsvertretern auch das VSZV-Vorstandsmitglied Wolfgang Poppen, Badische Zeitung, teilnahm.

In einem Anschlusstermin mit Prof. Mengele, an dem auch die medienpolitische Referentin des BDZV, Nina Gerhardt, beteiligt war, wies der VSZV ein weiteres Mal auf die Kritikpunkte der Verleger an dem Drei-Stufen-Testverfahren hin und verdeutlichte dem Gremienvorsitzenden die Auswirkungen des unausgewogenen Testverfahrens auf die Verlagsunternehmen.

Anfang Juli 2010 wurden die Ergebnisse der Drei-Stufen-Tests von den Landesrundfunkanstalten veröffentlicht. Die Ergebnisse der Prüfungen waren aus Sicht der Verleger enttäu-

schend. Die ARD verkündete, dass alle 37 einer Prüfung unterzogenen Online-Angebote im Netz verbleiben könnten. Die wenigen vorgenommenen Korrekturen waren aus Sicht der Verleger als marginal zu bewerten; der BDZV bezeichnete das Verfahren als „Farce“. Die Rundfunkräte entschieden durchweg – und das bezieht sich nicht nur auf die Online-Angebote des SWR –, dass die Telemedienkonzepte vom öffentlich-rechtlichen Auftrag gedeckt seien und den Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrages entsprächen.

Diese Haltung wurde durch die Vorsitzenden der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nochmals untermauert. Die GVK berief sich hierzu zusätzlich auf ein Gutachten des ehemaligen Präsidenten des Bundesverfassungsgerichts, Hans-Jürgen Papier, der darin die Internetangebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter als „zum Kern des öffentlich-rechtlichen Grundversorgungsauftrags gehörig“ bezeichnete.

BDZV und VSZV kritisierten im Besonderen, dass das im Rundfunkstaatsvertrag niedergelegte Verbot presseähnlicher Angebote (§ 11d Abs. 2 Nr. 3 RfStV) komplett leerlaufe: „Presse ist nicht nur ‚offline‘, sondern auch das, was in den Telemedienangeboten der Verlage online und mobil verbreitet wird.“ Dies sei in den Drei-Stufen-Tests so gut wie nicht berücksichtigt worden. ARD und ZDF legten „presseähnlich“ so aus, dass ihr Angebot eins zu eins so aussehen müsse wie gedruckte Zeitungen oder Zeitschriften. Kein Presseangebot habe heute jedoch noch eine solche Anmutung. Die Rechnung für diesen „Auftrag ohne Grenzen“ werde im Übrigen der Gebührenzahler zu tragen haben, warnten die Verleger. Denn die Ausgaben der Sender für Onlineangebote würden sich im Vergleich zu dem bisher zulässigen Etat mehr als verdoppeln. Weiterhin manifestiere sich somit die bereits jetzt deutlich spürbare Behinderung der Verlage beim Aufbau neuer digitaler Standbeine. Eine durch Rundfunkgebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Online-Presse sei angesichts der vielfältigen privaten Angebote nicht nur überflüssig, sondern gefährde die Pressevielfalt und letztendlich die Qualität privater Angebote, die sich auf dem Markt refinanzieren müssten.

Der BDZV kündigte unmittelbar nach der Veröffentlichung der Testergebnisse an, alle politischen und juristischen Mittel auszuschöpfen, um gegen die expansiven Onlinepläne von ARD und ZDF vorzugehen. Er appellierte in diesem Zusammenhang auch an die Ministerpräsidenten der Länder. Sie müssten dafür sorgen, dass der im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehene Drei-Stufen-Test nicht als „Muster ohne Wert“ behandelt werde.

3. ARD-Tagesschau-App

Parallel zu den klassischen Online-Angeboten im Internet verstärken die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre Anstrengungen für Telemedienangebote im mobilen Bereich. Dies ist in unmittelbarem Zusammenhang zur vorstehend erläuterten Diskussion über die Reichweite des öffentlich-rechtlichen Versorgungsauftrages zu sehen. Im Berichtsjahr rückte in diesem Zusammenhang die von der ARD mit großem Aufwand erstellte, kostenlos angebotene Tagesschau-App für das iPhone in den Mittelpunkt der Diskussion.

Nach Auffassung der Verlegerverbände verstößt dieses Angebot eindeutig gegen die geltenden rundfunkstaatsvertraglichen Bestimmungen. Mit dieser App gibt es ein weiteres Leseangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, welches angesichts der bestehenden Pressevielfalt nichts mehr mit dem Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu tun hat und dazu beiträgt, die Marktverzerrung zu Lasten der privatwirtschaftlichen Presse weiter zu verstärken.

4. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Im Jahr 2010 sollte die Reform des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages abgeschlossen werden. Die geplanten Regelungen ließen allerdings eine Schlechterstellung der elektronischen

Presse gegenüber den Printausgaben der Verlage befürchten. So sollte über ein komplexes System von Altersstufen-Kennzeichnungen erreicht werden, dass auch Telemedienangebote der Tageszeitungen mit einer Alterskennzeichnung versehen werden, was letztlich eine altersspezifische oder sonstige Prüfung von Inhalten vor der Veröffentlichung beinhaltet hätte, die es so bei der Print-Presse nicht gibt. Gleichzeitig sollte eine geplante Bußgeldandrohung eventuelle Jugendbeeinträchtigungen bereits vor der Veröffentlichung sanktionieren. Dies hätte bedingt, dass Verleger und Journalisten der Online-Presse gezwungen gewesen wären, ihre Inhalte einer fortlaufenden und schwierig durchzuführenden Prüfung darauf zu unterziehen, ob ihre Telemedienangebote in irgendeiner Form Elemente enthalten, die eine Entwicklungsbeeinträchtigung für Jugendliche bedeuten.

Der VSZV wandte sich in dieser Angelegenheit am 19. Februar 2010 an den für Medien zuständigen baden-württembergischen Staatsminister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart und wies auf die Benachteiligung der elektronischen Presse hin. Nachdem der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag zunächst dennoch zum 1. Januar 2011 in Kraft treten sollte, verweigerte das Land Nordrhein-Westfalen quasi in letzter Minute die Ratifizierung. Somit ist die Reform des Vertragswerkes fürs Erste in weite Ferne gerückt.

5. Digitaler Rundfunk

Ab Dezember 2009 kam wieder etwas mehr Dynamik in die sich seit Abschluss der Genfer Wellenkonferenz RRC 06 im Juni 2006 hinziehende Diskussion, wie die Frequenzkapazitäten zur Verbreitung Digitaler Rundfunkangebote in Europa nutzbar gemacht werden können.

Durch die Konferenz wurde grundsätzlich festgelegt, welche Frequenzkapazitäten in der Bundesrepublik für bundes- und landesweite Ausschreibungen von Verbreitungskapazitäten für digitalen Rundfunk zur Verfügung stehen können. Diese Frage könnte für die Zeitungsverlage deshalb von Bedeutung sein, da mit den künftigen digitalen Rundfunkangeboten, die Verfügbarkeit geeigneter Endgeräte vorausgesetzt, auch telemediendienstähnliche Angebotsformen auf Rundfunkgeräten empfangbar werden und diese Frequenzkapazitäten auch für Datendienstanbieter von Interesse sein können.

Nach Abschluss der Wellenkonferenz hatte man eigentlich zügige Ausschreibungen erwartet. Allerdings zeigte sich, dass die Vielzahl grundsätzlicher Fragen, die die Systemumstellung auf den digitalen Rundfunk mit sich bringt, nicht von heute auf morgen zu lösen ist. Neben Fragen des technischen Komprimierungsstandards und der Verfügbarkeit entsprechender Endgeräte spielen vor allem die Kosten der Sendernetzinfrastruktur eine tragende Rolle. Darüber hinaus ist die Digitalisierung der analogen UKW-Technik ohne Beteiligung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unrealistisch. Hier hat die Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) entsprechende Mittel freizugeben.

Ungeachtet dieser Fragen erfolgte nach Beschluss durch die Zentrale Aufsichtskommission der Landesmedienanstalten (ZAK) eine Ausschreibung bundesweiter Verbreitungskapazitäten für Hörfunkprogramme und Datendienste, auf die sich bis Ende der Ausschreibungsfrist Mitte März 2010 neun Antragsteller, darunter auch ein Zeitungsverlag, bewarben. In der Startphase und ersten Ausbaustufe ist ein bundesweites Sendernetz aus insgesamt 27 Sendern angedacht, mit dem über das Gebiet der Bundesrepublik zuerst eine Ballungsraumversorgung aufgebaut werden soll.

In Baden-Württemberg wird dieses in der Anfangsphase vor allem die Großräume Stuttgart und Mannheim/Heidelberg versorgen. Allerdings haben die Landesmedienanstalten die Zuweisungen der Verbreitungskapazitäten an die Bedingung geknüpft, dass die Antragsteller eine Einigung mit dem intendierten Sendernetzbetreiber, der Media Broadcast, vorlegen, um Netzbetrieb und Programmveranstaltung für zunächst vier Jahre zu sichern. Die hierdurch

bedingten Verhandlungen mit dem Netzbetreiber konnten im Dezember 2010 abgeschlossen werden; bereits zuvor zogen jedoch vier der ursprünglichen Bewerber ihre Bewerbungen zurück. Parallel verschob auch die KEF, die über die Mittelfreigabe für das Engagement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu entscheiden hat, ihre Entscheidungen mit Blick auf die ausstehende Einigung der privaten Bewerber immer wieder.

Nachdem sich der Bewerberkreis um die ausgeschriebenen Verbreitungskapazitäten zwischenzeitlich auf fünf Anbieter mit sieben Hörfunkangeboten reduziert hatte, schrieb die ZAK die noch zur Verfügung stehenden Restkapazitäten in einem Nachbewerbungsverfahren Ende 2010 mit Bewerbungsfrist zum 31. Januar 2011 aus. Unter den daraufhin vier weiteren eingegangenen Bewerbungen wurden drei Bewerbern Kapazitäten zugeteilt. Im Februar 2011 gab die KEF daraufhin endgültig die Mittel der öffentlich-rechtlichen Veranstalter frei.

In Baden-Württemberg beschrieb LFK-Präsident Thomas Langheinrich am 22. Dezember 2010 erstmals die Vorstellungen seiner Behörde für ein landesweites digitales Rundfunkprojekt. Dieses soll unter Berücksichtigung des Fortschritts des bundesweiten Digitalradioprojektes im ersten Halbjahr 2011 initiiert werden. Mittlerweile hat die LFK verschiedene Vorschläge erarbeitet, die den Veranstaltern am 25. Februar 2011 erläutert wurden. Ein wohl auch von der LFK präferierter Vorschlag beinhaltet, in einer noch näher zu bestimmenden Startphase gemeinsam mit dem SWR eine landesweite (Frequenz-)Bedeckung einzurichten, auf der der SWR sechs Programmangebote nebst Datendiensten und die privaten Veranstalter anfangs bis zu drei Programmangebote senden würden. Dabei soll es den privaten Anbietern überlassen bleiben, ob sie sich zur gemeinsamen Programmveranstaltung in einer oder mehreren Veranstaltergesellschaften bündeln wollen.

Die vielen Rechtsfragen, die im Zusammenhang mit der Etablierung des landesweiten digitalen Rundfunks noch geklärt werden müssen, sind Gegenstand einer intensiven Diskussion innerhalb des Schwesterverbandes des VSZV, dem Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA), mit der LFK und dem baden-württembergischen Staatsministerium. Vorsitzender des VPRA ist der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun., VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel ist in Personalunion auch Geschäftsführer des VPRA.

6. Bewegtbildangebote der Verlage im Internet: Kongress TV Komm.

Das Thema „Bewegtbildangebote der Verlage im Internet“ gewinnt zunehmend an Bedeutung. Immer mehr Verlagshäuser gehen dazu über, ihre Telemedienangebote mit ergänzenden Videoangeboten zu versehen. Das Thema war auch Gegenstand der Kongressveranstaltung TV-Komm. im Februar 2010, die die Verbände VSZV und VPRA als Partner unterstützen. Das Thema „Distribution und Vermarktung von Verlags-TV“ war am 23. Februar 2010 Gegenstand einer Podiumsdiskussion, auf der VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel die Entwicklungen auf dem Verlagssektor mit den Chancen, aber auch den Risiken für die Verlage vor Fachpublikum erläuterte.

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Im Jahr 2010 tagte der VSZV-Anzeigenausschuss am 9. Februar sowie, gemeinsam mit dem VSZV-Ausschuss Digitale Medien, am 20. Oktober in Stuttgart.

Bei der Sitzung am 9. Februar wurde unter der Leitung von Hans-Jörg Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, u.a. die Entwicklung des Anzeigenmarkts im Jahr 2009 eingehend erörtert. Der Ausschussvorsitzende umriss die wirtschaftliche Entwicklung in Bund und Land sowie die Anzeigenentwicklung der Zeitungsverlage im Rahmen seiner Begrüßung anhand einiger Eckdaten. Nach der ausführlichen Diskussion erläuterte der Geschäftsführer der Oberpfälzischen Metatrain GmbH, Norbert Beck, den Ausschussmitgliedern das Konzept der von seinem Unternehmen konzipierten „Service-Weltmeisterschaft“ für Zeitungsverlage.

Anschließend skizzierte der Anzeigenleiter der Heilbronner Stimme, Martin Kufner, zu Beginn eines Best-Practice-Vortrags die mit einer erfolgreichen Crossmedia-Vermarktung verbundenen Herausforderungen. Insb. bezeichnete er es als bedeutsam, die zu beobachtende Medienkonvergenz zu „leben“ und sich hierbei auf die Kernkompetenz der Zeitung zu stützen. Herr Kufner erläuterte die crossmedialen Vermarktungswege der Heilbronner Stimme und referierte über den Schulungsaufwand sowie die hierbei verfolgten Strategien.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus dem VSZV-Ausschuss Digitale Medien
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung
- VSZV-Anzeigenleitertagung 2010
- Handelsregisteranzeigen

Die zweite Zusammenkunft des Anzeigenausschusses im Berichtsjahr wurde am 20. Oktober vom Vorsitzenden des Ausschusses Digitale Medien, Thomas Brackvogel, Südwest Presse, geleitet. Die beiden Ausschüsse trafen bei dieser Gelegenheit erstmals zusammen.

Auf der Tagesordnung standen:

- Immobilienmärkte
- Lokale Online-Vermarktung
- Crossmedia-Vermarktung
- Aktuelles aus dem Key-Account der ZMG
- Medienpolitik

2. Anzeigenleitertagung

Auf Einladung des Mühlacker Tagblatts wurde die VSZV-Anzeigenleitertagung im Berichtsjahr am 7. Juli 2010 in Maulbronn abgehalten. Als Gäste nahmen Melanie Worster und Tino Eidebenz (ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt), Stefan Sailer (Fränkischer Tag, Bamberg) und Bodo M. Bauer (Nordwest-Zeitung, Oldenburg) teil.

Zu Beginn der Tagung hieß der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Hans-Jörg Wilhelm, die Teilnehmer in der Abt-Entenfuß-Halle des Klosters Maulbronn willkommen und dankte dem Mühlacker Tagblatt für die diesjährige Gastfreundschaft. Außerdem dankte Herr Wilhelm den Teilnehmern für ihr ehrenamtliches Engagement in den Verbandsgremien und den Mitarbeitern der VSZV-Geschäftsstelle für die tatkräftige Unterstützung bei der Vorbereitung. Anschließend brachte der Geschäftsführer des gastgebenden Verlagshauses, Hans-Ul-

rich Wetzel, seine Freude über die diesjährige Gastgeberschaft des Mühlacker Tagblatts zum Ausdruck. Herr Wetzel umriss das Produktportfolio seines Unternehmens und präsentierte das Mühlacker Tagblatt als führende Tageszeitung im östlichen Enzkreis. Außerdem warf er einen Blick in die 120-jährige Firmenhistorie.

Der Maulbronner Bürgermeister Andreas Felchle begrüßte die Anzeigenleiter als bekennender „Zeitungsman“ und erläuterte die bewegte Zeitungsgeschichte der Stadt seit den 1840iger Jahren. „Wir sollten schon deshalb an der Tageszeitung festhalten, weil wir damit ein ganz besonderes Kulturgut verteidigen: die Sprache“, unterstrich Herr Felchle die herausragende Bedeutung des Mediums Tageszeitung. Wie zuvor bereits der gastgebende Verleger, führte auch Herr Felchle die Teilnehmer anschließend in die geschichtsträchtige Ortsentwicklung ein.

Herr Wilhelm ließ daraufhin die Entwicklung des baden-württembergischen Anzeigenmarktes seit der VSZV-Anzeigenleitertagung 2009 Revue passieren. Er unterstrich die ungebrochene Marktführerschaft der Tageszeitungen als Werbeträger und zeigte sich von der Qualität der Tageszeitungswerbung gleichermaßen überzeugt. Außerdem äußerte sich der Verleger der Heidenheimer Zeitung optimistisch, dass neue Vertriebswege wie die in den zurückliegenden Monaten auf den Markt getretenen iPhone-Apps und das jüngst in den Verkauf gelangte iPad dazu beitragen könnten, der seit etlichen Jahren grassierenden „Gratis-Mentalität“ ein Ende zu setzen. Allmählich sei der Nutzer bereit, gute Qualität auch im Online-Bereich zu bezahlen.

Im weiteren Tagungsverlauf referierten Melanie Worster, Managerin Markt-Media-Service, und Tino Eidebenz, Direktor Key-Account-Management, über aktuelle Themenschwerpunkte der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft.

Herr Eidebenz nahm eingangs seines Berichts auf die Mitte März 2010 in einigen baden-württembergischen Regionen gestarteten „Mediatests“ eines Lebensmitteldiscounters Bezug und erläuterte den Anzeigenleitern die Begleitforschung der ZMG zu den teilweisen Absatzbewegungen des Lebensmitteleinzelhandels gegenüber der Zeitungswerbung. Er legte dar, dass aktuelle, aussagekräftige Studien belegten, dass Zeitungsleser für den Lebensmitteleinzelhandel besonders wichtig und gleichzeitig an der Information über aktuelle Angebote in der Tageszeitung besonders interessiert seien. Anschließend erläuterte Herr Eidebenz die Ergebnisse einer Werbewirksamkeitsstudie der ZMG für ein großes Warenhaus.

Frau Worster stellte zum Abschluss des ZMG-Berichts die Ergebnisse einer Nutzerstudie zum Immobilienmarkt vor. Sie führte aus, dass die Reichweite der Tageszeitung (Print + Online) bei einem geplanten Umzug innerhalb eines Ortes entgegen vielfacher Annahme sogar vor den etablierten Onlineportalen liege. Auch bei der Umzugsplanung an einen anderen Ort seien Print- und Online-Angebote der Tageszeitungen gemeinsam annähernd gleich stark.

Die weiteren Themen der Tagung:

- ALDI und die Südwest Presse
- CRM im Anzeigenverkauf
- Der Online-Stellenmarkt „jobmorgen.de“
- Lokale Online-Vermarktung bei der Oldenburger Nordwest-Zeitung

Die Anzeigenleitertagung wurde mit einem ebenfalls vom Mühlacker Tagblatt ausgerichteten Kollegenabend in einem Weingut in Ötisheim beschlossen, zu dem sich auch die am Folgetag in der Maulbronner Klosteranlage tagenden baden-württembergischen Vertriebsleiter gesellten. Ungeachtet der deutschen Halbfinal-Niederlage bei der Fußball-WM in Südafrika bildete dieser Abend auch im Berichtsjahr eine stimmungsvolle Begegnungsmöglichkeit, deren Stellenwert in den baden-württembergischen Verlagshäusern auch aus den regelmäßigen, zahlreichen Terminanfragen zum Jahresbeginn abgelesen werden kann.

3. Bekanntmachungsverordnung

Seit dem Jahr 2006 wird von Seiten des Landkreistags Baden-Württemberg und des baden-württembergischen Städtetags immer wieder die Forderung erhoben, den Kommunen die Möglichkeit zu eröffnen, amtliche Bekanntmachungen ausschließlich über das Internet zu veröffentlichen. Der VSZV ist seitdem intensiv mit dieser Thematik befasst und hat die Bedeutung der Tageszeitung als Informationsträger auch und gerade im Bereich der gemeindlichen Bürgerinformationen in Gesprächen und schriftlichen Stellungnahmen immer wieder erläutert und statistisch belegt. Am 14.7.2010 wurde im Ständigen Ausschuss des baden-württembergischen Landtags nun ein erneuter, von der SPD-Landtagsfraktion eingebrachter Antrag mit den Stimmen der Regierungskoalition zurückgewiesen. Seitens des Staatsministeriums war der VSZV zuvor um Stellungnahme gebeten worden und hatte die Unabdingbarkeit der Publikation von Pflichtbekanntmachungen in der Zeitung erneut ausführlich dargelegt. Die in dieser Stellungnahme enthaltene Kritik an dem SPD-Antrag wurde im Wesentlichen auch von dem fachlich zuständigen baden-württembergischen Innenministerium geteilt und bildete die Grundlage für die ablehnende Entscheidung des Ständigen Ausschusses.



VSZV-Anzeigen- und Vertriebsleitertagung 2010 in Maulbronn

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsausschuss kam im Berichtsjahr unter der Leitung von Wolfgang Poppen, Badische Zeitung, am 23. Februar und am 7. Dezember 2010 in Stuttgart zusammen.

Den inhaltlichen Schwerpunkt der Sitzung am 23. Februar 2010 bildeten erneut die im Sommer 2009 in Kraft getretenen teilweisen Neuregelungen des Telefonmarketings und der bei Werbemaßnahmen zu beachtenden datenschutzrechtlichen Gesetzeslage (vgl. hierzu bereits die VSZV-Jahresberichte 2008 und 2009, Seiten 38 ff.).

Nach ausführlichen Erörterungen der Thematik sowie der für die Verlagsbranche aus den rechtlichen Neuerungen erwachsenden Problemkreise bei den vorangegangenen Gremiensitzungen Ende 2008 und Mitte 2009 berichtete der Vertriebsleiter Abonnement und Einzelverkauf der Schwäbischen Zeitung, Arne Biemann, über die Reaktionsmöglichkeiten regionaler Zeitungshäuser und gewährte dem Ausschuss Einblicke in das diesbezügliche Vorgehen seines Hauses. Außerdem diskutierte das Gremium über Preisstrategien und deren praktische Handhabung in den Verlagen und informierte sich über die Arbeit des im Oktober 2009 konstituierten VSZV-Ausschusses Digitale Medien. Ferner standen ein Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss und die inhaltliche Vorbereitung der VSZV-Vertriebsleitertagung in Maulbronn (s.u.) auf der Tagesordnung.

Am 7. Dezember 2010 diskutierten die Ausschussmitglieder eine Fülle vertriebsrelevanter Entwicklungen und Themenkreise. Besonders intensiv wurde hierbei über die Vermarktungsperspektiven für digitale Zeitungsangebote gesprochen. Der Vertriebsleiter der Schwäbischen Zeitung, Ronald Koppelt, referierte exemplarisch über die Arbeiten seines Verlags an einem ambitionierten Nachrichtenangebot für das iPad und über weitere multimediale Ansätze.

Darüber hinaus widmete sich der Ausschuss den Ergebnissen einer von der VSZV-Geschäftsstelle durchgeführten Sachstandsabfrage zum Zeitungs-Einsatz in den Schulen (s. ebenfalls u.) und beriet, hieran anknüpfend, über gemeinsame Ansätze der baden-württembergischen Zeitungen bei ihrer schulischen Arbeit. VSZV-Justiziar Martin Jooß informierte das Gremium über vertriebsrelevante rechtliche Entwicklungen in den Bereichen des Datenschutz-, Wettbewerbs- und Kartellrechts sowie in arbeits- und sozialrechtlichen Fragen.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- Die Zeitung und Stuttgart 21
- VSZV-Vertriebsleitertagung 2011

2. Vertriebsleitertagung

Die alljährliche Vertriebsleitertagung des VSZV fand im Berichtsjahr auf Einladung des Mühlacker Tagblatts am 8. Juli 2010 im Kloster Maulbronn statt und wurde von 56 Personen aus 35 Zeitungsverlagen besucht. Als Gäste nahmen Prof. Dr. Lars Rinsdorf (Hochschule der Medien, Stuttgart), Georgios Athanassakis (Rheinische Post, Düsseldorf), Rafael Wiczorek (Münchner Merkur), Sven Raddatz (Cominto GmbH, Düsseldorf) und Christian Eggert (BDZV, Berlin) teil.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung am Vorabend in Gestalt eines Zusammenseins der Vertriebsleiter mit den Teilnehmern der am 7. Juli 2010 ebenfalls in der Maulbronner Klosteranlage, die seit Dezember 1993 zum Weltkulturerbe der UNESCO zählt, abgehaltenen VSZV-Anzeigenleitertagung im Ötisheimer Weingut Jaggy.

Eingangs der Tagung hießen der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, und der gastgebende Verleger des Mühlacker Tagblatts, Hans-Ulrich Wetzel, die Teilnehmer in der Abt-Entenfuß-Halle des Klosters willkommen.

Vor dem Hintergrund der seit Jahren kontinuierlich wachsenden Bedeutung der Vertriebserlöse betonte Herr Poppen die Notwendigkeit, die Tageszeitung verlagsintern noch stärker als werthaltiges Produkt wahrzunehmen.

„Unsere Leser schätzen die Qualität unserer Produkte und besonders die Fachkunde unserer journalistischen Mitarbeiter. Hierfür sind unsere Leser bereit, einen ordentlichen Preis zu bezahlen“, befand Herr Poppen und stellte fest, dass einige baden-württembergische Verlage ihre Auflagenzahlen im zurückliegenden Jahr 2009 trotz Wirtschaftskrise und teilweise nicht unerheblichen Preissteigerungen nahezu konstant gehalten hätten. Er äußerte die Ansicht, dass sich die Verlage, falls dies auch langfristig gelingen solle, auf ihre journalistische Qualität besinnen und gegen die insbesondere unter Nichtlesern grassierende „Gratis-Mentalität“ vorgehen müssten. Schon ob ein Kurzabonnement fünf Euro koste oder umsonst zu haben sei, bewirke auf der Kundenseite einen wichtigen psychologischen Unterschied.

Als politisches Schwerpunktthema des der Tagung vorangegangenen Jahres stellte Herr Poppen die Gesetzesänderungen bei der Telefonwerbung und bei der adressierten Werbepost („Listenprivileg“) heraus. Herr Poppen zeigte sich darüber erleichtert, dass sich die schlimmsten Befürchtungen der Verlagsbranche in diesen Bereichen nicht bestätigt hätten und dem Abo-Marketing der Tageszeitungen dank des nachdrücklichen Einsatzes von VSZV und BDZV sowohl das Telefon als auch der Brief in weitem Umfang erhalten geblieben seien.

Außerdem zeigte sich Herr Poppen erfreut über die Verwerfung des Postmindestlohns durch das Bundesverwaltungsgericht und die weitgehende Abschaffung des Umsatzsteuerprivilegs der Deutschen Post AG. Trotz aller Umsetzungsschwierigkeiten erwachse den Zeitungsverlagen hieraus ein zusätzliches Umsatzpotential.

Anschließend brachte der Geschäftsführer des gastgebenden Verlagshauses, Hans-Ulrich Wetzel, seine Freude über die Gastgeberschaft des Mühlacker Tagblatts zum Ausdruck und erläuterte die bewegte Geschichte der Stadt Maulbronn. Außerdem führte Herr Wetzel die Teilnehmer der Vertriebsleitertagung in die Historie des Mühlacker Raumes und des ehemaligen Altkreises Vaihingen ein.

Herr Wetzel umriss das Produktportfolio seines Unternehmens und präsentierte das Mühlacker Tagblatt als führende Tageszeitung im östlichen Enzkreis. Außerdem warf er einen Blick auf die 120-jährige Entwicklung des Zeitungshauses. „Junge Menschen lesen durchaus gerne Zeitung. Das Problem ist, dass sie immer weniger bereit sind, dafür zu zahlen“, analysierte der gastgebende Verleger die andauernde Veränderung der Medienlandschaft. Gleichzeitig ermutigte er die Anwesenden in Anknüpfung an seinen Vorredner, sich des Informationswertes und der Glaubwürdigkeit der Tageszeitung unvermindert bewusst zu bleiben.

„Wir sollten die Strahlkraft der Tageszeitung immer wieder herausstellen“, so Herr Wetzel.

Die Themen der Tagung:

- Wissenschaftliche Potentialanalyse im Zeitungsmarkt
- Die „Aktion Zeitungspate“ der Rheinischen Post
- E-Paper Reloaded – auf neuen Wegen Erlöspotentiale effizient nutzen
- Mobile Zeitungswebsites auf dem Smartphone
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung

3. Zeitung in der Schule / SCHmitZ

Auf Wunsch des VSZV-Vorstands wurden seitens der VSZV-Geschäftsstelle im Oktober und November 2010 detaillierte Informationen über die Aktivitäten der baden-württembergischen Tageszeitungen in den Schulen erhoben.

Von den insgesamt 49 Zeitungshäusern, die sich an der Abfrage beteiligt haben, setzen 40 die Tageszeitung als Schulmedium ein; lediglich neun kleinere Verlage mit knapp 5 % der von den VSZV-Mitgliedern erreichten Gesamtauflage führten im Zeitpunkt der Abfrage – teils wiederum lediglich temporär – keine Schulprojekte durch. Während der Zeitungseinsatz in der weiterführenden Schule auf Basis der Abfrageergebnisse nach wie vor als Standard bewertet werden kann, ist mehr als die Hälfte (ca. 55 %) der in der Schule aktiven Zeitungsverlage, mehrheitlich mit einem zusätzlichen Projekt, auch in der Grundschule aktiv. Die Zahl der im Schuljahr 2010/11 mit der Tageszeitung belieferten Klassen beläuft sich, hochgerechnet auf die gesamte VSZV-Mitgliedschaft, auf ca. 3.200, wodurch mehr als 59.000 Schülerinnen und Schüler erreicht werden.

Gängige Maßnahmen innerhalb der Kooperationen von Schulen und Zeitungsverlagen sind Druckereibesichtigungen (85 % der in der Schule aktiven Verlagshäuser), Redaktionsbesuche (75 %) sowie Redakteursbesuche in den Klassen und die Dokumentation der Schulprojekte in der Tageszeitung (jeweils mehr als 90 % der in der Schule aktiven Verlage), wobei regelmäßig (80 %) auch das Online-Angebot der Zeitungsverlage eingesetzt wird. 29 von 40 Verlagen (72,5 %) kooperieren bei ihrer schulischen Arbeit mit Förderern oder Sponsoren. Knapp die Hälfte (47,5 %) liefert die Tageszeitung auch samstags.

Nach mittlerweile drei Pilot-Durchläufen des von der VSZV-Geschäftsstelle seit Ende 2006 in enger Abstimmung mit dem baden-württembergischen Kultusministerium koordinierten Schulzeitungsprojekts „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ und auf der Basis der erhobenen Informationen beriet der VSZV-Vorstand bei seiner Sitzung am 9.11.2010 über alternative Durchführungsansätze und Erfolgsaussichten eines gemeinsamen Vorgehens der baden-württembergischen Zeitungsverlage beim Einsatz der Tageszeitung als Unterrichtsmedium. Diese Beratungen wurden anschließend im VSZV-Vertriebsausschuss (s.o.) auf der Fachebene fortgeführt und werden im Jahr 2011 fortgesetzt.

Ziel konzertierter Aktionen bleibt die Eröffnung einer gemeinsamen Gesprächsbasis gegenüber der baden-württembergischen Landesregierung.

4. Zustellergewinnung

Bundesweit finden die Zeitungsverlage seit geraumer Zeit insbesondere in wirtschaftlich starken Regionen nur noch unter Schwierigkeiten geeignete Mitarbeiter für die Zeitungszustellung. Das Durchschnittsalter der Zusteller liegt in vielen Gebieten bereits über 65 Jahren, und die hieraus resultierende Nachwuchsproblematik hat sich im Berichtsjahr weiter intensiviert. Vor diesem Hintergrund sind im angebrochenen Jahr 2011 mehrere Verbandsgremien auf Bundes- und Landesebene mit der Thematik „Zustellergewinnung“ befasst und erörtern erfolgreiche Akquisemethoden, Maßnahmen, Kampagnen und Zuwendungen. Ziel sind praktische Hilfestellungen für die gesamte Verlagslandschaft.

Zur Unterstützung dieser Gremienarbeit wurden die baden-württembergischen Zeitungsverlage Ende 2010 gebeten, die VSZV-Geschäftsstelle beispielhaft darüber zu informieren, mit welchen Maßnahmen in den zurückliegenden Jahren neue Zusteller gewonnen wurden.

Eine Vielzahl hierauf eingegangener Rückmeldungen fließt seitdem in die angesprochene Gremienarbeit ein.

VII. Digitale Medien

Ausschuss Digitale Medien

Der im Oktober 2009 konstituierte VSZV-Ausschuss Digitale Medien (vgl. VSZV-Jahresbericht 2009, Seite 22) kam im Jahr 2010 am 10. Februar in Stuttgart sowie am 22. Juli in Tübingen zusammen. Darüber hinaus fanden am 11. Mai eine Sitzung mit dem Online-Ausschuss des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger in Augsburg und am 20. Oktober eine gemeinsame Tagung mit dem VSZV-Anzeigenausschuss statt.

Bei der Sitzung am 10. Februar wurden unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden Thomas Brackvogel, Südwest Presse, folgende Themen behandelt:

- Sachstandsbericht „iPhone-App / Webseitenoptimierung für mobile Endgeräte“
- Schwerpunktthema Local Search
- Benchmarking
- Medienpolitik

Am 11. Mai gestaltete sich die Tagesordnung wie folgt:

- Mobile Zeitungswebsites auf dem Smartphone – ein Gemeinschaftsmodell auf Verbandsebene
- Apps aus Bayern
- Onlinestrategien des Medienhauses Südwest Presse
- Augsburger Allgemeine: Erweiterung der Strategie über das Zeitungsportal hinaus

Bei der Sitzung am 22. Juli in Tübingen befasste sich der Ausschuss schwerpunktmäßig mit Strategien der Verlage zum iPad und den im Wandel befindlichen Immobilienmärkten. Außerdem wurde das Internetangebot des gastgebenden Verlags Schwäbisches Tagblatt präsentiert.

Die letzte Zusammenkunft im Berichtsjahr wurde am 20. Oktober mit dem VSZV-Anzeigenausschuss abgehalten.

Auf der Tagesordnung standen:

- Immobilienmärkte
- Lokale Online-Vermarktung
- Crossmedia-Vermarktung
- Aktuelles aus dem Key-Account der ZMG
- Medienpolitik

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Das Seminarangebot des VSZV für die kaufmännischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Zeitungsverlage nahm im Berichtsjahr eine ausgesprochen erfreuliche Entwicklung.

Mit insgesamt 119 Teilnehmern waren die zwölf in Stuttgart durchgeführten Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Vertrieb, Online, Personal und Recht hervorragend besucht. Mit einer Ausnahme („Lohnsteuerrecht aktuell 2011“) konnten sämtliche vom VSZV angebotenen Veranstaltungen auch abgehalten werden – teilweise mit außergewöhnlichem Zuspruch. Zwei Seminare wurden wegen großer Nachfrage noch im Berichtsjahr wiederholt. Auch die seit Herbst 2009 nach fünfjähriger Pause wieder angebotenen zweitägigen Fortbildungen für den Anzeigenverkauf haben sich im Berichtsjahr bewährt und werden fortgeführt.

Insgesamt fanden im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) im Berichtsjahr 14 Seminare und Workshops in Stuttgart und München statt, an denen 133 Personen teilnahmen, 107 davon aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 26 aus bayerischen Zeitungshäusern. Bei einem deutlichen Anstieg der baden-württembergischen Seminarbeteiligung (Vorjahr: 87 Personen) liegt die Gesamtteilnehmerzahl damit nahezu gleichauf mit dem Vorjahr (138 Personen).

Eine vergleichbare Teilnehmerzahl auf baden-württembergischer Seite wurde zuletzt im Jahr 2002 erreicht.

Folgende Seminare wurden 2010 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Betriebsratswahlen 2010	19. Januar 2010	VSZV
Lohnsteuerrecht aktuell 2010	26. Januar 2010	VSZV
Vom Anzeigenverkauf zum Verkauf komplexer Werbekonzepte	25. + 26. Februar 2010	VSZV
Abo-Direktverkauf am Stand (1)	17. März 2010	VBZV
Das 1x1 des Medienverkaufs	23. April 2010	VBZV
Aktuelles Anzeigenrecht	4. Mai 2010	VBZV
Online-Basics für Medienverkäufer	24. Juni 2010	VSZV
Datenschutz im Unternehmen	1. Juli 2010	VBZV
Abo-Direktverkauf am Stand (2)	21. Juli 2010	VBZV
Multimediale Dienstleistungen erfolgreich verkaufen	9. + 10. September 2010	VSZV
Beendigung von Arbeitsverhältnissen	7. Oktober 2010	VSZV
Abo-Korrespondenz, die überzeugt	15. Oktober 2010	VSZV
Verkaufsorientierter Kunden- und Leserservice (1)	19. Oktober 2010	VSZV
Verkaufsorientierter Kunden- und Leserservice (2)	20. Oktober 2010	VBZV

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

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teilnehmer VSZV	70	67	63	47	12	87	107
Teilnehmer VBZV	31	16	38	31	27	51	26
gesamt	104	83	101	78	39	138	133

2. Praxisseminar für junge Mediaplaner

Nach mehr als einem Jahrzehnt der überaus erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Stuttgarter Zeitung wurde das mittlerweile zwölfte baden-württembergische Praxisseminar „Einfach Zeitung“ für junge Mediaplaner im Berichtsjahr erstmals gemeinsam mit der Heilbronner Stimme abgehalten. Weitere Kooperationspartner der vom VSZV im Jahr 1997 auf Landesebene begründeten und seit 2006 in Kooperation mit der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft durchgeführten Veranstaltung waren wie bewährt die Verlagsbüros Bischofberger & Schaible Medienpartner und VBS Verlagsbüro Süd, Glauner & Partner. Elf Mitarbeiterinnen baden-württembergischer Mediaagenturen und drei DHBW-Studenten der Heilbronner Stimme wurden am 24. und 25. November 2010 in den Räumen des Heilbronner Medienunternehmens über die Werbequalitäten der Tageszeitung informiert und erhielten einen umfassenden Einblick in die neueste Planungstechnik. Am Abend des ersten Seminartages fanden außerdem eine Besichtigung des naturwissenschaftlichen Erlebnismuseums „experimenta“ und ein gemeinsames Abendessen statt.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote

Auch im Jahr 2010 organisierte der VSZV zusammen mit dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband (SZV) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, Prüfungsvorbereitungsseminare für Medienkaufleute Digital und Print. Im Jahr 2010 blieben die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare erfreulich stabil. So haben an den Seminaren insgesamt 71 (Vorjahr: 70) Auszubildende aus baden-württembergischen Verlagen teilgenommen, wovon 34 aus Zeitungsverlagen, 14 aus Zeitschriftenverlagen und 23 aus Buchverlagen kamen. Nach wie vor unterstützen die veranstaltenden Verbände die berufsschulische Ausbildung durch anteilige Mitfinanzierung sog. Nebenlehrer an Berufsschulen gemeinsam mit dem baden-württembergischen Kultusministerium. Die Nebenlehrer werden von ausbildenden Verlagen freigestellt, um in ausgewählten Themengebieten insbesondere aus den Bereichen Anzeigen und Vertrieb den berufsschulischen Unterricht überhaupt erst möglich zu machen und diesen mit aktuellem und praxisrelevantem Lehrstoff anzureichern. Auch aus Mitgliedsverlagen sind einige Mitarbeiter an unterschiedlichen Berufsschulstandorten engagiert. Die Mittel hierfür erwirtschaften die Verbände ausschließlich aus den Teilnehmerentgelten für die Prüfungsvorbereitungsseminare.

4. Fortbildungsveranstaltungen für Mitarbeiter privater Hörfunkunternehmen

Der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg (VPRA) organisierte mit der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) ein Fortbildungsprogramm für die Mitarbeiter privater kommerzieller Rundfunkveranstalter. Es waren zwölf Tagesveranstaltungen geplant, von denen zehn durchgeführt werden konnten. Folgende Bereiche wurden abgedeckt: Moderation/Moderationstraining (drei Veranstaltungen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten), Sprechtraining (jeweils ein Kurs für Anfänger und Fortgeschrittene), Medienrecht, Produktion, Crossmedia, Social Media, Redaktions- und Zeitmanagement. Insgesamt 106 Mitarbeiter privater Rundfunkveranstalter nahmen an diesen Veranstaltungen teil. Die LFK finanzierte die Veranstaltungen durch Bereitstellung von Fördermitteln mit.

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2010

Im Jahr 2010 wurden von der JBB 35 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr: 37). Dazu kamen fünf von der JBB organisierte Veranstaltungen für den vfm, den Verein für Medieninformation und -dokumentation (Vorjahr: ebenfalls fünf). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren, die vorwiegend in Stuttgart und Blaubeuren stattfanden, nahmen 381 Personen teil (Vorjahr: 392). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 40 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 491 Teilnehmern.

Ad hoc und erstmals wurde ein Tagesseminar „Zukunft i-Pad: Was Tageszeitungen jetzt tun können“ veranstaltet und fand auch gleich 18 Interessenten und Verlagsverantwortliche.

Ausgebucht waren im Jahr 2010 wieder die Grundlagen- und Aufbau-seminare, wobei keine nennenswerte Warteliste entstand, die eine Aufstockung der Anzahl der Seminare notwendig erscheinen lassen würde. Ausgebucht war ebenfalls wieder das Seminar „Digitales Fotografieren für die Tageszeitung und fürs Web“ sowie das Seminar „Die Lust am Lesen wecken“, das sogar zwei Mal angeboten wurde. Ebenfalls gut gebucht waren das Seminar „Schreibcoaching“ mit Frau Prof. Dr. Herrmann von der Hochschule Darmstadt und das Seminar „Gehirngerechtes Schreiben“ mit Markus Reiter, Autor des Buches „Klardeutsch. Neurorhetorik nicht nur für Manager“, München, Hanser-Verlag.

Abgesagt werden mussten die Seminare „Interviewtechnik“ im Frühjahr, das mit dem identischen Seminar im Dezember zusammengelegt wurde, das Informationsseminar „Internet TV und Videografie“, „Schreiben für Kinder“, „Internetrecht“, „Der kritische Blick“ und das sonst überaus beliebte Seminar „Das Porträt“.

Generell war wieder festzustellen, dass zwar die Ausbildungsseminare für Volontäre nach wie vor gut belegt werden, weniger aber die Weiterbildungsseminare für Redakteure.

Wie schon in den vergangenen Jahren nahmen wieder zahlreiche Volontäre und Redakteure aus anderen Bundesländern und von anderen Institutionen an den JBB-Veranstaltungen teil.

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.

Die Umfrage des VSZV zur Volontärsausbildung ergab zum Stichtag 1. Januar 2010 folgendes Bild: In 37 Verlagen, davon 35 Mitgliedsverlage und 2 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2009: 40 Verlage, 38 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage), wurden insgesamt 149 Volontäre ausgebildet (Vorjahr: 163 Volontäre), 92 Volontärinnen (61,7 %) und 57 Volontäre (38,3 %). Damit ist die Anzahl der Volontäre wieder etwas zurückgegangen. Gleichzeitig gibt es wie in den Vorjahren wieder deutlich mehr Volontärinnen als Volontäre.

Die Anzahl der ausbildenden Verlage hat wieder etwas abgenommen.

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

	1983		1990		2001		2008		2009		2010	
VOLONTÄRE		%		%		%		%				
insgesamt	183		241		210		153		163		149	
weiblich	64	35,0	117	48,6	93	44,3	86	56,2	102	62,6	92	61,7
männlich	119	65,0	124	51,5	118	56,2	67	43,8	61	37,4	57	38,3
VOLONTARIAT												
2-jährig	151	82,5	198	82,2	176	83,8	147	96,1	156	95,7	142	95,3
verkürzt	32	17,5	43	17,8	24	11,4	6	3,9	7	4,3	7	4,7
ABSCHLUSS												
Abitur	94	51,4	73	30,3	56	26,7	18	11,8	15	9,2	16	10,7
Fachhochschule	8	4,4	10	4,2	11	5,2	3	2	6	3,7	5	3,4
Universität*	53	29,0	126	52,3	130	61,9	124	81	134	82,2	115	77,2
Uni ohne Abschluss	21	11,5	16	6,6	17	8,1	4	2,6	7	4,3	3	2,0
Sonstige	7	3,8	16	6,6	2	1,0	4	2,6	1	0,6	1	0,7
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	7	3,8	4	1,7	17	8,1	30	19,6	30	18,4	39	26,2
REDAKTEURE					1912		1878		1849		1876	
Volontäre + Redakteure					2122		2031		2012		2025	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2010 genau 1.876 Redakteure beschäftigt wurden. Das sind im Vergleich zum Jahr 2009 (1.849) 27 Redakteure mehr. Die Anzahl der Vollzeitstellen, auf die sich diese Redakteure verteilten, betrug 1.850,3 im Jahr 2010 gegenüber 1.806 im Jahr 2009, in dem diese Zahl zum ersten Mal erhoben wurde. Also kann eine Zunahme von 44,3 Vollzeitstellen verzeichnet werden.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss hat generell weiter zugenommen, und zwar von 76,5 % (2007) über 81 % (2008) und 82,2 % (2009) auf nunmehr 83,2 %. Der Anteil der Volontäre mit letztem Abschluss Abitur hat von 11,8 % (2008) auf 10,7 % abgenommen. Dem gegenüber hält sich der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 2,6 % (2008) über 4,3 % (2009) auf 2 % auf etwa gleichem Niveau.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:

3 zweiwöchige Grundlagenseminare

3 einwöchige Aufbauseminare

19 zweitägige Seminare

10 eintägige Seminare

Bei insgesamt 35 Seminaren (93 Seminartage; Vorjahr: 37 Seminare, 95 Seminartage) nahmen 381 Personen (Vorjahr: 392 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.359 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr: 1333). Mit den Archivaren waren es sogar 1.699 Teilnehmerbildungstage. Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 10,9 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 10,6).

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 21. Juli 2010 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt.

Bei der gemeinsamen Sitzung von Vorstand und Beirat wurden zunächst die neuen Beiratsmitglieder vorgestellt. Markus Langer, Chefredakteur Badisches Tagblatt, Dr. Bernward Loheide, Dienststellenleiter dpa Stuttgart, und Stefan Proetel, stellvertretender CvD und Ausbildungsredakteur beim Mannheimer Morgen, wurden in einem Umfrageverfahren für den Beirat nachnominiert. Vorstand und Beirat der JBB bedankten sich für die Bereitschaft, bei der JBB mitzuarbeiten. Dann wurden die Entwicklung der Volontärszahlen sowie der Ablauf der Seminararbeit erörtert und das Seminarprogramm 2011 besprochen.

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 Bouraue, 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, ehem. Südwest Presse, Ulm
Karl Geibel, ehem. Leonberger Kreiszeitung
Markus Langer, Badisches Tagblatt, Baden-Baden
Dr. Bernward Loheide, dpa Stuttgart
Stefan Proetel, Mannheimer Morgen
Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
Werner Scheib, ehem. dpa Stuttgart
Magnus Schlecht, Pforzheimer Zeitung
Klaus Siegmeier, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Susanne Stiefel
Hartmut Troebs, Reutlinger General-Anzeiger

8. Seminarprogramm 2011

Im Jahr 2011 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2010 genügend Interessenten gefunden haben. Hinzu kommt ein Seminar „Journalismus 2.0 und Social Media“, bei dem es um Umgang und Recherche in neuen sozialen Medien wie Facebook gehen wird.

Das Seminarprogramm 2011 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt 44 Seminare sind geplant, außerdem wieder fünf Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

X. Journalistenpreise

Theodor-Wolff-Preis

Der renommierte Theodor-Wolff-Preis der deutschen Zeitungen ging im Berichtsjahr an sechs Journalisten, darunter auch an den StZ-Redakteur Frank Buchmeier. Er bekam den Preis in der Sparte Lokales für den Artikel „Eines Morgens in der Sonnenuhrhütte“, der am 3. Juni 2009 auf der regionalen Reportageseite erschien und für den er bereits von der Bosch-Stiftung mit dem Journalistenpreis Bürgerschaftliches Engagement ausgezeichnet worden war. Buchmeier schilderte in dem Beitrag „ohne jede Sozialromantik, wie eine Frau einem im Wald lebenden Penner wieder in die Gesellschaft zurückhilft“, würdigte die Jury.

Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

Bei der Vergabe des Deutschen Lokaljournalistenpreises 2009 der Konrad-Adenauer-Stiftung wurde der Reutlinger General-Anzeiger in der Kategorie „Heimat“ ausgezeichnet. Damit würdigte die Konrad-Adenauer-Stiftung die Serie „Innenansichten“, in der GEA-Redakteure im Rahmen der Heimattage 2009 in 17 Folgen ihren Heimatbegriff aus ganz persönlicher Sicht analysiert hatten. Zu den einzelnen Beiträgen wurden jeweils Kurzporträts der Autoren gestellt. Jury-Sprecher Dr. Dieter Golombek begründete die Auszeichnung, mit der Serie hätten die Redakteure „viel über sich und einen Begriff preisgegeben, der für eine Heimatzeitung eine ganz besondere Bedeutung hat“.

XI. Aus den Verlagen

Eßlinger Zeitung

Mit 1,3 Mio. Page Impressions und 110.000 Unique Usern (IVW, Juli 2010) zählt der Online-Auftritt der Eßlinger Zeitung zu den reichweitenstärksten lokalen Nachrichtenportalen in Baden-Württemberg. Im Rahmen einer neuen Gesamtstrategie für den Online-Bereich setzt das Medienunternehmen Bechtle Verlag & Druck zukünftig auf den „Themen-Alarm“. Nutzer der Seite haben damit die Möglichkeit, sich individuell informieren zu lassen, sobald es „print“ oder „online“ neue Artikel zu den für sie relevanten Themen gibt. Sie registrieren sich dazu kostenlos und hinterlegen individuelle Suchbegriffe. So haben verschiedene Gemeinden schon in der ersten Woche nach Einführung den neuen Service für sich entdeckt: Sie können nun ihren Pressepiegel treffsicher zusammenstellen. Aber auch viele private Nutzer haben sich bereits registriert, wobei die Suche nach Artikeln zum Thema „Stuttgart 21“ ganz vorne lag, dicht gefolgt von „Bahnhofsareal Esslingen“, das sich seit einiger Zeit im Umbau befindet. Die Information über gefundene Artikel erfolgt dann auf den vom Nutzer bevorzugten Kanal zum Beispiel als E-Mail, SMS, in Facebook oder via Twitter. Eine monatliche Auswertung des Themen-Alarms dient schlussendlich auch der Redaktion als Feedback über die Interessen der Zeitungsleser. So setzt der Themen-Alarm regelmäßig Impulse, die Website zu besuchen oder die Zeitung zu kaufen.

Haller Tagblatt

Tanja Kurz, ehemals Ressortleiterin bei den Stuttgarter Nachrichten, wurde zum 1. November 2010 Chefredakteurin des Haller Tagblatts. Sie trat die Nachfolge von Rainer Hoher an, der am 31. Januar 2010 verstarb. Jürgen Stegmaier, der seither amtierend die Chefredaktion leitete, wurde stellvertretender Chefredakteur.

Heilbronner Stimme

Die Wochenzeitung echo am Mittwoch / echo am Sonntag erscheint in neuem Layout. Die Wochenzeitung wird im Stadt- und Landkreis Heilbronn und im Hohenlohekreis mittwochs und sonntags an knapp 240.000 Haushalte verteilt.

Die Heilbronner Stimme erscheint nun unter dem Namen iStimme auch auf dem iPad. Im Look & Feel der Printausgabe hat der User nun auch unterwegs alle Nachrichten aus der Region und der Welt in einer Hand. Bereits ab 5 Uhr morgens kann mit der iStimme bequem mit einem Finger durch die Seiten geblättert oder über das Navigationsmenü in das Lieblingsressort gesprungen werden.

Die Heilbronner Stimme/Hohenloher Zeitung/Kraichgau Stimme ergänzt ihr Informationsportfolio um einen weiteren Baustein. Um beispielsweise bei größeren Bauprojekten noch bessere Einblicke geben zu können, produziert die Grafikabteilung des Medienunternehmens in Zusammenarbeit mit der Redaktion sogenannte 3-D-Grafiken. Diese kommen crossmedial zum Einsatz, sowohl im Printprodukt wie auch im Internet.

Leonberger Kreiszeitung

Mit einer Wirtschaftsbeilage hat der Zeitungsverlag Leonberg ein Zeichen gegen den Pessimismus gesetzt. Die lokale Wirtschaftsbeilage „Durchstarten“ hat dank großem Engagement von Redaktion und Anzeigenabteilung nicht nur ein gutes Umsatzplus gegenüber der Erstausgabe 2009, sondern auch viel Anerkennung gebracht.

Der Spiegel des Mittelstands rund um Leonberg ist vor einem Jahr inmitten der Krise ein erfolgreiches Experiment gewesen. Nun ist die Idee, „ausdauernde, schlagkräftige und kreative“

Unternehmen zu porträtieren, angesichts der Konjunktur und der guten Vorjahresakzeptanz noch erfolgreicher realisiert worden. Die Umsätze konnten mit rund 30 % Zuwachs ganz erheblich gesteigert werden. Auf 44 Seiten wird dargestellt, wie Mittelständler in und um Leonberg erfolgreich aus der Krise heraus buchstäblich „durchstarten“; außerdem gibt es Porträts besonders unternehmerfreundlicher Kommunen.

Ludwigsburger Kreiszeitung

Die Ludwigsburger Kreiszeitung hat sich erfolgreich dem weltweiten Qualitätstest für Druckqualität im Zeitungsbereich gestellt und wird in den International Newspaper Color Quality Club 2010-2012 (INCQC) aufgenommen. Die renommierte Vereinigung prämiiert jährlich Zeitungen für hohe Farb- und Druckqualität. Aufnahmekriterien sind neben einer umfangreichen technischen Qualitätskontrolle auch die positive Bewertung einer professionellen Leserjury. In diesem Jahr haben 162 Zeitungstitel aus 43 Ländern an dieser Qualitätsinitiative des Weltzeitungsverbandes WAN-IFRA teilgenommen.

Mannheimer Morgen

Am 22. April feierten rund 400 Gäste des Mannheimer Morgen im festlich geschmückten John-Deere-Forum die Anzeige des Jahres 2009.

Die Zeitungstitel der Dr.-Haas-Mediengruppe führten 2010 zum fünften Mal ihre große Online-Auktion durch. Vom 11. bis zum 20. September standen knapp 2000 Top-Artikel mit einem Neuwarenwert in Höhe von 1.030.000 Euro auf den Onlineportalen des Mannheimer Morgen, Südhessen Morgen, Bergsträßer Anzeiger und der Schwetzingener Zeitung zur Versteigerung bereit. Unter anderem gab es mit etwas Glück einen Ford KA Titanium, einen Suzuki Swift und einen KIA Picanto mit einem Rabatt von bis zu 40 % zu ersteigern. Begehrte Artikel waren auch die zahlreichen Flachbildfernseher, Küchenmaschinen, Kaffeeautomaten oder attraktiven Kreuzfahrten. Edle Tropfen waren ebenfalls im Angebot: Champagner, Rotweine oder Edelbrände gab es – wie alle anderen Artikel auch – mit bis zu 60 % Rabatt. Große Schwerpunkte der Auktion waren außerdem wie schon im letzten Jahr Angebote aus dem Fitness-, Freizeit- und Wellnessbereich.

Pforzheimer Zeitung

Thomas Satinsky, bislang Chefredakteur des Südkurier in Konstanz, wurde zum 1. Februar 2010 geschäftsführender Verleger der Pforzheimer Zeitung. Der 50-Jährige trat damit in die Verlagsspitze des von Albert Esslinger-Kiefer geführten Medienunternehmens ein. Satinsky war von 1998 bis 2005 bereits Chefredakteur der Pforzheimer Zeitung.

Die Pforzheimer Zeitung hat die Zuständigkeiten in der Chefredaktion neu definiert und den personellen Umbau in der Redaktion weiter vorangetrieben. Chefredakteur Holger Knöferl (41) ist zuständig für den Bereich Lokales und Regionales. Der 37-jährige Chefredakteur Magnus Schlecht zeichnet verantwortlich für Nachrichten und Neue Medien. Knöferl und Schlecht leiten die Redaktion als Tandem.

Mit dem Nachrichtenportal www.muehlacker-news.de hat die Pforzheimer Zeitung ihre erfolgreichen Internetaktivitäten weiter ausgebaut. Die neue Internetseite bietet neben aktuellen Nachrichten über Mühlacker und den östlichen Enzkreis ein umfassendes multimediales und interaktives Angebot unter anderem mit Videos, Bildergalerien und einem Diskussionsforum. Damit umfasst die digitale Produktpalette des Pforzheimer Verlags nunmehr die Internetseiten www.pz-news.de und www.muehlacker-news.de sowie die Mobilversion mobil.pz-news.de. Außerdem plant das Haus eine eigene iPhone-App.

Reutlinger General-Anzeiger

GEA-Verleger Valdo Lehari jun. hat das Amt des Präsidenten des Europäischen Zeitungsverleger-Verbandes ENPA übergeben. Der norwegische Zeitungsverleger Ivar Rusdal ist zum neuen Präsidenten des Europäischen Zeitungsverleger-Verbands ernannt worden. Valdo Lehari jun. hatte das Amt des höchsten Repräsentanten der Zeitungsverleger in Europa seit 2006 inne und konnte gemäß Satzung nach zwei Amtszeiten nicht erneut kandidieren. Lehari jun. übernimmt in der neuen Spitze auf Wunsch von Rusdal und mit Unterstützung der gesamten Generalversammlung das Amt des Vizepräsidenten, da die ENPA-Arbeit der vergangenen Jahre „höchst erfolgreich“ verlaufen sei, wie es hieß. Rusdal ist seit 1994 Mitgesellschafter und Vorstandschef des norwegischen Verlagshauses Jaeren Avis AS, das insgesamt sechs Zeitungstitel herausbringt. Zwischen 1995 und 2008 war er zudem Chefredakteur der größten Zeitung des Verlages, „Jaerbladet“. Nach dem Willen der Generalversammlung soll Lehari jun. wie bisher auch künftig die politisch-wirtschaftlichen Außenkontakte der ENPA auf der Ebene der europäischen Institutionen federführend wahrnehmen.

ENPA-Geschäftsführerin Francine Cunningham begrüßte die Ernennungen und äußerte große Anerkennung für die bisherige Arbeit Leharis: „Valdo Lehari jun. ist ein passionierter ‚Champion‘ der Verlagsbranche, und die ENPA schuldet ihm enormen Respekt und Dank für seine Erfolge.“ Sie gehe davon aus, dass Lehari auch künftig für die Bearbeitung höchststrangiger Fragen Verantwortung übernehme. Zudem freue sich das ENPA-Team auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Präsidenten Rusdal, der einen „reichen Erfahrungsschatz sowohl im kreativen wie im wirtschaftlichen Bereich der Branche“ mitbringe.

Rückblickend auf seine Präsidentschaft sagte Lehari jun., diese Tätigkeit sei über einen Zeitraum von vier Jahren „eine faszinierende Herausforderung“ für ihn gewesen und Ansporn, sich weiter zu engagieren. In den vergangenen Jahren sei es gelungen, „die Sichtbarkeit und den Einfluss der ENPA unter den Entscheidungsträgern auf EU-Ebene auf ein neues Niveau“ zu heben. Der Europäische Zeitungsverlegerverband repräsentiert 5.200 überregionale, regionale und lokale Tageszeitungen in 23 Ländern der EU sowie in Norwegen und der Schweiz, die bei einer Gesamtauflage von 150 Millionen Exemplaren täglich 300 Millionen Leser erreichen.

Valdo Lehari jun. wurde am 2. Dezember 2010 zum Ehrensensator der Universität Tübingen ernannt. Universitäts-Rektor Bernd Engler bezeichnete Lehari jun. als herausragenden medialen Netzwerker und prominenten Botschafter der Eberhard-Karls-Universität zu Tübingen, für die er sich in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik einsetze. Die Laudatio im Rahmen der Ernennungsfeierlichkeiten hielt der Generaldirektor der Mediengruppe Editpress (Luxemburg), Alvin Sold. Neben Lehari jun. wurde auch der Äthiopier und international renommierte Berater für Afrika und den Mittleren Osten, Dr. Asfa-Wossen Asserate, zum Ehrensensator der Universität ernannt. Die Universität Tübingen hat insgesamt 30 Ehrensensatoren.

Schwäbische Post

Die Neue Pressegesellschaft, Ulm (Südwest Presse), und die SDZ Druck und Medien (Schwäbische Post) in Aalen errichten in Crailsheim ein neues Druckzentrum, das Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb (DHO). Ende 2011 soll der Produktionsbetrieb aufgenommen werden. In dem neuen Druckzentrum werden die sechs Tageszeitungen der Zeitungsverlage in Crailsheim (Hohenloher Tagblatt), Gaildorf (Rundschau für den Schwäbischen Wald), Bad Mergentheim (Tauber-Zeitung), Schwäbisch Hall (Haller Tagblatt), Aalen (Schwäbische Post) und Schwäbisch Gmünd (Gmünder Tagespost) gedruckt. Auch die Anzeigenzeitungen mit einer Gesamtauflage von wöchentlich rund 320.000 Exemplaren und die Wirtschaftszeitungen der Verlage werden im Druckzentrum hergestellt, ebenso wie weitere am Markt akquirierte Zeitungsprodukte.

Die gemeinsame Nutzung moderner Technologie wird die Kernkompetenz der unabhängigen Zeitungsverlage stärken und lässt in der Region neue und qualifizierte Arbeitsplätze entstehen. Die Investition in der Größenordnung von 22 Mio. Euro wird den Verlagen und Redaktionen eine optimale Plattform bieten, um ihren Lesern fundierte Berichte und lokalen Hintergrund in lesefreundlicher Typografie zu präsentieren und um den Inserenten das weiterhin führende regionale Kommunikationsmedium mit neuen Werbeformen anbieten zu können.

Schwäbische Zeitung

Der Neubau des Schwäbischen Verlages soll bis Mitte 2012 fertig sein. Dann wird das Medienhaus seinen Firmensitz von Leutkirch nach Ravensburg verlegen. Rund 300 Mitarbeiter werden im Neubau ihren Arbeitsplatz haben. Umgesetzt wurde die Planung des Niederländers Wiel Arets, der den hochkarätig besetzten internationalen Wettbewerb für sich entscheiden konnte. Der Neubau, der zwischen Karlstraße, Charlottenstraße und Schussenstraße entsteht, wird aus sechs vorwiegend in Glas gefassten Baukörpern bestehen. Der Entwurf von Wiel Arets orientierte sich an den Vorbildern der benachbarten Stadtvillen mit grünen Zwischenräumen. Eine transparente Umzäunung in Form einer Glaseinfriedung gibt dem Gebäude eine markante Optik. In dem neuen Gebäude sollen die unterschiedlichsten Medienbereiche des Hauses zusammengefasst werden.

bodensee.de, eines der führenden Tourismus-Onlineportale in Baden-Württemberg, gehört jetzt zum Medienhaus Schwäbischer Verlag. Das Onlineportal bodensee.de ist auf die Urlaubsregion Bodensee spezialisiert. Es zielt mit seinen Angeboten vor allem auf Touristen ab. Insgesamt kommt dieser Internetauftritt auf bis zu eine Million Seitenaufrufe im Monat.

SZON.de heißt jetzt schwäbische.de. Mit diesem Namenswechsel soll deutlicher gemacht werden, dass es sich um die Internetseite der Schwäbischen Zeitung handelt.

Schwarzwälder Bote

Der Schwarzwälder Bote hat anlässlich seines 175-jährigen Bestehens am 2. Januar 2010 eine je nach Lokalausgabe bis zu 144 Seiten umfassende Sonderpublikation veröffentlicht, in der die Entwicklung des traditionsreichen Verlagshauses und seiner Tochterunternehmen ausführlich dargestellt wird. Seit ihrer Gründung durch Wilhelm Brandecker erscheint diese angesehene Abonnementzeitung ununterbrochen – abgesehen von einer fünfmonatigen Zwangspause im Jahr 1945. Von einem lokalen Amts- und Intelligenzblatt hat sich der Schwarzwälder Bote hin zu einer der bekanntesten regionalen Tageszeitungen im Südwesten Baden-Württembergs entwickelt.

Die Nachfahren des Firmengründers sind noch heute an dem renommierten Medien-Unternehmen als Gesellschafter beteiligt. Sie haben in der 175-jährigen Firmengeschichte die einzigartige Entwicklung dieser Zeitung Generation für Generation maßgeblich gesteuert und verlegerisch geprägt.

Der Schwarzwälder Bote erscheint mit seinen 18 Lokalausgaben und den angeschlossenen Zeitungstiteln „Die Oberbadische“ und „Lahrer Zeitung“ täglich außer sonn- und feiertags in einer verbreiteten Auflage von über 134.000 Exemplaren im Großraum Schwarzwald. Das Verbreitungsgebiet erstreckt sich vom Kreis Calw im Norden bis nach Lörrach an der Schweizer Grenze im äußersten Süden, von der Schwäbischen Alb im Osten bis an die französische Grenze im Westen.

Neben der Tageszeitung gibt der Verlag das Anzeigenblatt WOM in einer Auflage von 439.000 Exemplaren und diverse Printobjekte wie Gästezeitungen, Gesundheitsjournale und Heimat-

kalender heraus. Zu dem Unternehmen gehören das „Druckzentrum Südwest“, eine der modernsten Zeitungsdruckereien Europas, das Satz- und Bildbearbeitungsstudio „Grafik-Bote“, das Zustellunternehmen „PSV“, die „DIG - Digital Information Group“, die als Spezialist für Internet-Providing, Software-Entwicklung und Cross-Media-Systeme mit hoch qualifizierten Programmierern und Fachkräften erfolgreich Verlagshäuser und Industrieunternehmen in Deutschland und der Schweiz betreut, das Facility-Management GuG sowie der Telefon-Marketing-Spezialist KIM.

Reichlich Komplimente gab es für den Schwarzwälder Boten beim Festakt zum 175-jährigen Bestehen der Zeitung. Rund 400 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Medien aus ganz Deutschland feierten den Geburtstag der traditionsreichen Zeitung in der ehemaligen Augustiner-Klosterkirche am Stammsitz der Zeitung in Oberndorf am Neckar.

Am 3. Januar 1835 ist die Nummer eins des Schwarzwälder Boten erschienen. Eine Erfolgsgeschichte ist, wie das Verleger-Ehepaar Wilhelm und Amalie Brandecker aus einem zunächst unscheinbaren „Intelligenzblättchen“ eine bedeutende regionale Tageszeitung entwickelt hat. Bald hatte der Schwarzwälder Bote viele Leser im damaligen Königreich Württemberg, dem Großherzogtum Baden sowie in Hohenzollern. Damit war die Zeitung ihrer Zeit weit voraus: Noch ein Jahrhundert und mehrere Anläufe sollte es dauern, bis im Südwesten ein Bundesland entstand. Schon 1878 war das Blatt aus Oberndorf die am weitesten verbreitete Zeitung in Württemberg. Bis heute kennzeichnet den Schwarzwälder Boten, dass er seine 340.000 Leser in allen drei früheren Landesteilen erreicht. Gründer Brandecker hatte zudem früh ein lesernahes Konzept entwickelt: politische Nachrichten, Informationen über die Weltläufe, gerne aber auch unterhaltende Elemente. Zudem sollte die Zeitung für ihre Anzeigenkunden schon früh sein, was man heute einen verlässlichen Werbeträger nennt.

Stuttgarter Nachrichten

Christoph Grote (44), seit 2007 Chefredakteur der Stuttgarter Nachrichten und seit 2010 auch von Sonntag Aktuell, hat das Stuttgarter Pressehaus zu Beginn der zweiten Jahreshälfte verlassen. Er wechselte als Geschäftsführer zur Oldenburgischen Volkszeitung im niedersächsischen Vechta, für die er Anfang der 90er-Jahre bereits als Reporter tätig war.

Christoph Reisinger wird Chefredakteur der Stuttgarter Nachrichten und von Sonntag aktuell. Der 48-Jährige tritt im April 2011 die Nachfolge von Christoph Grote an. Reisinger kommt von der „Neuen Osnabrücker Zeitung“. Dort hat er als Leiter der Nachrichten-Redaktion (Desk-Chef) mehrere Jahre die redaktionelle Produktion des Mantelteils geleitet. Aus dieser Tätigkeit wie auch von seinen früheren Stationen – dem „Flensburger Tageblatt“ und der „Braunschweiger Zeitung“ – bringt er sehr viel praktische Erfahrung aus der crossmedialen Produktion regionaler Tageszeitungen mit nach Stuttgart.

Stuttgarter Zeitung

Die Stuttgarter Zeitung erweitert zum 1. Januar 2011 ihre Chefredaktion. Künftig gehören Lokalchef Achim Wörner, 47, und der Chef vom Dienst, Matthias Schmidt, 46, dem obersten Führungsgremium der Redaktion an, zusätzlich zu Chefredakteur Joachim Dorfs, 46, und dem Stellvertretenden Chefredakteur Michael Maurer, 50. Ebenfalls in die Chefredaktion einziehen wird Rainer Pörtner, 49. Pörtner wird Nachfolger des Politikressortleiters Joachim Worthmann. Worthmann, 64, der auch Stellvertretender Chefredakteur ist, ging zum Jahresende 2010 in den Ruhestand. Pörtner war bisher Korrespondent in der Berliner Parlamentsredaktion des Nachrichtenmagazins Focus. Zuvor hat er vier Jahre das Ressort Politik/Nachrichten der Berliner Zeitung geleitet.

Seit dem 26. Oktober 2010 hat die Stuttgart Internet Regional GmbH (SIR) zwei neue Produkte in ihrem Portfolio: Die iPhone-Apps der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten stehen im Apple-Store zum kostenlosen Download bereit. Die Apps liefern täglich die aktuellen News aus der Region Stuttgart und das Tagesgeschehen aus ganz Deutschland und der Welt kostenlos auf iPhone oder iPod touch. Einfach, schnell und unkompliziert. Die News-Inhalte der Apps werden aus den jeweiligen Online-Angeboten von Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten gespeist. Darüber hinaus bieten die Apps folgende Komfortfunktionen: Alerts, Breaking News und exklusive Informationen bekommen die Leser per Push-Service direkt auf ihr iPhone oder ihren iPod touch. Die jeweiligen Apps von Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten bieten Push-Kanäle, die die Leser aktivieren können – aus den Bereichen Stuttgart, VfB, Baden-Württemberg und Weltgeschehen.

Südkurier

Der Südkurier in Konstanz erscheint jetzt im handlichen Berliner Format. Begleitet von intensiven Marktstudien hat die Redaktion des Südkurier in Zusammenarbeit mit dem international renommierten Zeitungsdesigner Mario Garcia ein neues Zeitungslayout entwickelt. Die frische, klare Gestaltung, eine verbesserte Struktur und neue redaktionelle Formate bieten sowohl den heutigen Lesern des Südkurier als auch zukünftigen Lesergenerationen ein modernes Leseerlebnis.

30 Mio. Euro hat das Südkurier Medienhaus in ein neues Druckzentrum investiert. Die neue Produktionstechnik ermöglicht durchgängige Farbigkeit, qualitativ hochwertige Druckergebnisse und innovative Werbeformate für die Anzeigenkunden des Medienhauses.

Die Inhalte werden darüber hinaus crossmedial veröffentlicht. Gemessen an den Seitenaufrufen stellt der Südkurier schon heute das größte Nachrichtenportal Baden-Württembergs im Netz. Monatlich wird das Portal über 22 Mio. Mal von 340.000 Nutzern aufgerufen. Mit der neuen Südkurier-App für das iPhone und Angeboten für das mobile Internet führt der Weg auch in die mobile Zukunft. Die Südkurier-App bietet lokale Nachrichten und ein Branchenbuch – beides per GPS passend zum Standort des Nutzers. Überregionale Top-Nachrichten, Sportnachrichten und -tabellen sowie Fotogalerien aus dem Heimatort runden das Angebot ab. Zeitgleich startet die mobile Internetseite für zahlreiche weitere Mobiltelefone unter der Adresse mobil.suedkurier.de.

Ab sofort erscheinen alle fünf Wochenzeitungen aus dem Südkurier Medienhaus in neuer Optik, in einem leserfreundlicheren Format und mit noch attraktiveren Inhalten. Mit der Seewoche in Überlingen und Friedrichshafen und dem Hochrheinanzeiger zwischen Waldshut, Bad Säckingen und Rheinfelden ist der Relaunch der Anzeigenblätter abgeschlossen, der mit dem Erscheinen des neuen Anzeiger Konstanz im Oktober 2009 begonnen hatte. Alle Titel werden im neuen Druckzentrum des Medienhauses produziert.

Das erfolgreiche Urlaubsportal bodenseerferien.de präsentiert sich ab sofort frischer und übersichtlicher. Neue nützliche Funktionen und Angebote machen das Online-Portal noch attraktiver für Bodensee-Gäste. Insbesondere der direkte Anfrageservice bei den Gastgebern der Bodenseeregion schafft einen zusätzlichen Mehrwert für Urlauber.

Stefan Lutz (38) übernahm die Chefredaktion für die Zeitungstitel Südkurier und Alb Bote (Waldshut) sowie die Online-Dienste des Südkurier Medienhauses. Er folgt auf André Uzulis. Stefan Lutz, seit Anfang 2009 stellvertretender Chefredakteur, kennt das Unternehmen, den Markt und die Region bestens. Er trug die maßgebliche Verantwortung für den großen Südkurier-Relaunch. In dieser Zeit leitete er bereits kommissarisch die Redaktion. Nach seinem Volontariat im Rahmen der Axel Springer Journalistenschule startete Lutz seine journalistische

Laufbahn bei Bild in Hamburg. Nach seinem Studium folgte für den Diplom-Politologen die Position als Lokalchef Bild Hamburg. Nachdem er für Bild das Ressort „Leserreporter“ mitgegründet hatte, wechselte Lutz zum Hamburger Abendblatt, wo er als Chef vom Dienst das Online-Ressort neu organisierte.

Südwest Presse

Für 21 Gemeinden und über 50 Ortsteile aus dem Verbreitungsgebiet des Ehinger Tagblatts bietet die Südwest Presse Online-Dienste GmbH jetzt ein neues Internetportal. Jede Gemeinde, jeder Ort hat auf www.ortsmitte.de seine eigene Seite. Hier sind alle Informationen und Nachrichten aus einer Gemeinde gebündelt. Neu ist, dass auf ortsmitte.de jeder Bürger, jeder Verein und jede Interessensgruppe das Angebot aktiv mitgestalten kann. Einfach und kostenfrei können Nutzer ihre Beiträge, Artikel, Bilder und Termine veröffentlichen und sich so einem breiten Publikum bekannt machen, die Kommunikation zwischen den Menschen im Ort fördern oder sich mit Vereinsmitgliedern austauschen.

Waiblinger Kreiszeitung

Der Zeitungsverlag Waiblingen feierte 2010 „175 Jahre Tageszeitung in Schorndorf“. Am Beginn der langen und wechselvollen Schorndorfer Zeitungsgeschichte stand das „Intelligenzblatt für die Oberamtsbezirke Schorndorf und Welzheim“, das am 10. Februar 1835 zum ersten Mal erschienen ist. Seit 1971 werden die „Schorndorfer Nachrichten“ vom Zeitungsverlag Waiblingen herausgegeben. Mit einer Auflage von 16.000 Exemplaren ist die Zeitung der Markt- und Meinungsführer in der Geburtsstadt von Gottlieb Daimler und in fünf Umlandgemeinden. Der Zeitungsverlag Waiblingen feierte das Jubiläum zusammen mit seinen Leserinnen und Lesern. Bis Juli gab es im Verbreitungsgebiet sechs Lesereisen. Zusätzlich profitierten die Abonnenten im Jubiläumsjahr: Sie erhielten verbilligte Eintrittskarten für Bäder, Freizeitparks und Kinos. Außerdem ist eine 44 Seiten starke Jubiläums-Beilage erschienen.

Zollern-Alb-Kurier

Das komplette Layout des Internet-Auftrittes des Zollern-Alb-Kurier wurde überarbeitet und den Lesegewohnheiten der Internetgemeinde angepasst sowie um etliche Funktionen erweitert. Die Startseite www.zak.de ähnelt nun einer klassischen Zeitungsseite und gibt einen Überblick über das aktuelle Geschehen. Alle weiteren Informationen sind über sieben Hauptmenüs im Seitenkopf zu erreichen: Regional, Sport, Überregional, Termine, Anzeigen, Service und Archiv.

XII. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2010

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	
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. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme	
Werner Flachs	Pforzheimer Zeitung	
Karsten Hörter	Bietigheimer Zeitung	
Matthias Kiechle	Südkurier	
Bernhard Klumpp	Mannheimer Morgen	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger	
Thomas Löbel	Schwäbische Zeitung	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
Jörg Röver	Schwäbisches Tagblatt	
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 Neuberger	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. Stephan Bourauel	Reutlinger General-Anzeiger 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. Björn Jansen

Hohenloher Tagblatt
Mannheimer Morgen

stv. Vorsitzender

Stellvertreter

Valdo Lehari jun.
Stephan Bourauei

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
Ralf Geisenhanslüke	Schwäbische Zeitung	
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. 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 Öffentlichkeitsarbeit

Thomas Brackvogel	Südwest Presse
-------------------	----------------

Arbeitsgruppe Medienkaufmännische Aus- und Weiterbildung

Ralf Wetzel	VSZV
-------------	------

Arbeitsgruppe Steuern

Reinhard Cap	Südwest Presse
Harald Gärtner	Heilbronner Stimme

Arbeitsgruppe Papier

Johannes Degen

Stuttgarter Zeitung

Andere Gremien

ENPA - European Newspaper Publishers' Association

Valdo Lehari jun.

Reutlinger General-Anzeiger

Vize-Präsident

WAN-IFRA - World Association of Newspaper and News Publishers

Vorstand

Valdo Lehari jun.

Reutlinger General-Anzeiger

Deutsche UNESCO-Kommission

Dr. Brigitte Weyl

Universitätsverlag Konstanz

Ehrenmitglied

dpa Deutsche Presse Agentur GmbH

Aufsichtsrat

Otto Wolfgang Bechtle

Eßlinger Zeitung

Ehrenvorsitzender

Valdo Lehari jun.

Reutlinger General-Anzeiger

Dr. Holger Paesler

Südwest Presse

Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V.

Vorstand und Aufsichtsrat

Dr. Wolfgang Röhm

Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung

Hans-Ulrich Wetzel

Mühlacker Tagblatt

Deutscher Presserat

Thomas Brackenvogel

Südwest Presse

Versorgungswerk der Presse GmbH und Versorgungsklasse

Dr. Holger Paesler

Südwest Presse

Pressestiftung Baden-Württemberg

Stephan Bourauel

VSZV

Vorstandsmitglied

Dr. Christine Bechtle-Kobarg

Eßlinger Zeitung

Stiftungsrat

Monika Krichenbauer

Nürtinger Zeitung

Stiftungsrat

Gerhard Ulmer

Ludwigsburger Kreiszeitung

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

ZAW - Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft

Präsidialrat

Dr. Björn Jansen Mannheimer Morgen

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

XIII. Wir betrauern

Heinrich Diesbach

Verleger und Herausgeber
der Weinheimer Nachrichten und der Odenwälder Zeitung
verstorben am 26. Februar 2010
im Alter von 88 Jahren

Valdo Lehari

Verleger des Reutlinger General-Anzeiger
verstorben am 28. November 2010
im Alter von 94 Jahren

XIV. Wir gratulierten

Geburtstage

80 Jahre

Dr. Erwin Stemmler

Persönliches Mitglied im VSZV am 20. Juli 2010

75 Jahre

Helmut Keller

Verleger der Marbacher Zeitung am 13. März 2010

75 Jahre

Brigitte Wetzel

Verlegerin des Mühlacker Tagblatt am 17. Mai 2010

Jubiläen

175 Jahre

Schorndorfer Nachrichten

Schwarzwälder Bote, Oberndorf

125 Jahre

Die Oberbadische, Lörrach

120 Jahre

Mühlacker Tagblatt

Sindelfinger Zeitung

100 Jahre

Zollern-Alb-Kurier, Albstadt

65 Jahre

Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg

Schwäbische Zeitung, Leutkirch

Südkurier, Konstanz

Südwest Presse/Schwäbische Donau-Zeitung, Ulm

Stuttgarter Zeitung

Auszeichnungen

Valdo Lehari jun.

Verleger des Reutlinger General-Anzeiger,

Vorsitzender des VSZV sowie Vize-Präsident der ENPA

zur Ernennung zum Ehrensensator der Universität Tübingen

am 2. Dezember 2010

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2010

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2010	IV/2009
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	176.617	(179.131)
Badische Zeitung	Freiburg	147.298	(148.278)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	143.149	(145.161)
Südkurier	Konstanz	131.088	(131.911)
Südwest Presse	Ulm/Donau	128.176	(129.188)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	99.919	(101.303)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	91.523	(93.278)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	90.851	(92.323)
Mannheimer Morgen	Mannheim	83.462	(86.454)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	63.634	(65.065)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	43.586	(44.089)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	42.756	(43.263)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	40.571	(41.024)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	40.056	(40.478)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	38.547	(39.311)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	34.786	(35.394)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	34.251	(34.352)
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	27.498	(28.379)
Schwäbische Post	Aalen	24.963	(25.084)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	23.012	(23.423)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	21.478	(21.823)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	20.052	(20.438)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	19.374	(19.784)
Die Oberbadische	Lörrach	17.524	(17.988)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	17.089	(17.319)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.909	(16.746)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	16.578	(16.657)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	15.439	(15.537)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	14.931	(15.178)
Geislinger Zeitung	Geislingen	12.718	(13.036)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	12.284	(12.558)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	12.206	(12.567)
Gäubote	Herrenberg	11.924	(12.042)
Übertrag:		1.714.249	(1.738.562)

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2010	IV/2009
Übertrag		1.714.249	(1.738.562)
Lahrer Zeitung	Lahr	10.249	(10.823)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	10.103	(10.225)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	9.029	(8.725)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	7.955	(8.049)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.932	(7.975)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	7.465	(7.579)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	6.690	(7.056)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	3.469	(3.541)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.635	(2.813)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.477	(2.559)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Auflagenhöhe Mitglieder:		1.784.553	(1.810.207)
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	131.432	(134.233)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	40.911	(41.313)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	13.075	(13.182)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	12.431	(12.794)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		197.849	(201.522)
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		1.982.402	(2.011.729)

Mitgliederstand

	Mitgliederverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2009	49 *	1.810.207
am 31.12.2010	49 *	1.784.553
* davon 5 Verlage über Südwest Presse		
Ehrenvorsitzende: Otto Wolfgang Bechtle, Konrad A. Theiss		
Ehrenmitglied des VSZV: Frank Distelbarth		
Persönliche Mitglieder: Jürgen Dannenmann, Helmut Eckoldt, Dr. Erwin Stemmler, Gregor Stemmler, Dr. Brigitte Weyl		

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2010

(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 %
2010	1.982.402	./.	29.327	=	./. 1,46 %

Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2010 herausgegebenen Zeitungen
verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage	
			IV/2010	IV/2009
bis 5.000	4	(4)	10.881	(11.213)
5.001 bis 10.000	5	(5)	39.071	(39.384)
10.001 bis 25.000	19	(18)	302.339	(282.120)
25.001 bis 50.000	9	(10)	342.962	(372.687)
50.001 bis 125.000	5	(5)	429.389	(738.423)
über 125.000	6	(6)	857.760	(867.902)
	48	(48)	1.982.402	(2.011.729)

In der Gruppe „bis 5.000“ erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2009

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

(Stand: 31.12.2010)

Publizistische Einheiten			
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage			
			verk. Auflage IVW IV/2010
1	Schwäbische Zeitung, Leutkirch		176.617
2	Badische Zeitung, Freiburg		147.298
3	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart		143.149
4	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		131.432
5	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		91.523
6	Heilbronner Stimme, Heilbronn		90.851
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		40.571
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		40.056
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		38.547
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden		34.786
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen			
11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	353.525
12	Südwest Presse, Ulm	+ 19	336.111
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4*	149.087
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	131.088
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	129.992
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	53.986
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	43.280

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Leutkirch

Auflage IV/2010: 176.617

Ausgabe Bad Waldsee	Ausgabe Sigmaringen/Messkirch
Ausgabe Biberach	Ausgabe Tettnang
Ausgabe Ehingen	Ausgabe Alb-Donau
Ausgabe Friedrichshafen	Ausgabe Wangen
Ausgabe Laupheim	Lindauer Zeitung, Lindau
Ausgabe Leutkirch	Heuberger Bote, Spaichingen
Ausgabe Markdorf	Trossinger Zeitung, Trossingen
Ausgabe Pfullendorf	Gränzbote, Tuttlingen
Ausgabe Ravensburg	Ip- und Jagstzeitung, Ellwangen
Ausgabe Riedlingen	Aalener Nachrichten, Aalen
Ausgabe Bad Saulgau	

2. Badische Zeitung, Freiburg

Auflage IV/2010: 147.298

Ausgabe Bonndorf	Ausgabe Hochschwarzwald
Ausgabe Freiburg-Denzlingen	Ausgabe Lahr
Ausgabe Freiburg-Gundelfingen	Ausgabe Lörrach
Ausgabe Breisgau-Kaiserstuhl	Ausgabe Markgräflerland
Ausgabe Freiburg Dreisamtal	Ausgabe Offenburg
Ausgabe Südlicher Breisgau	Ausgabe Rheinfeldern
Ausgabe Freiburg-Kaiserstuhl	Ausgabe Bad Säckingen
Ausgabe Elztal	Ausgabe St. Blasien
Ausgabe Emmendingen	Ausgabe Weil/Kandern
Ausgabe Ettenheim	Ausgabe Wiesental
Ausgabe Freiburg	

3. Stuttgarter Zeitung, Stuttgart

Auflage IV/2010: 143.149

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

4. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe

Auflage IV/2010: 131.432

BNN, Karlsruhe	BNN - Ettlingen
Bruchsaler Rundschau, Bruchsal	BNN - Hardt
Brettener Nachrichten, Bretten	BNN - Rastatt/Murgtal
Pforzheimer Kurier, Pforzheim	BNN - Baden-Baden
Acher- und Bühler Bote, Bühl	

5. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg

Auflage IV/2010: 91.523

RNZ-Bad Rappenauer Bote, Eppinger Nachrichten	RNZ-Sinsheimer Nachrichten
RNZ-Bergstraße/Mannheim	RNZ-Eberbacher Nachrichten
RNZ-Mosbacher Nachrichten	RNZ-Heidelberger Nachrichten
RNZ-Nordbadische Nachrichten	RNZ-Weinheimer Rundschau
RNZ-Schwetzingen Nachrichten	RNZ-Wieslocher Nachrichten/ Walldorfer Rundschau

6. Heilbronner Stimme, Heilbronn

Auflage IV/2010: 90.851

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/2010: 40.571

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

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg

Auflage IV/2010: 40.056

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

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim

Auflage IV/2010: 38.547

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden

Auflage IV/2010: 34.786

Ausgabe Baden-Baden	Ausgabe Rastatt
Ausgabe Bühl	Ausgabe Murgtal

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

Gesamt-Auflage IV/2010: 225.833

Stuttgarter Nachrichten mit Lokalausgaben	Stuttgart
Fellbacher Zeitung	
Kornwestheimer Zeitung	
Marbacher Zeitung	
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/	Sindelfingen
Böblinger Zeitung	
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen
Schorndorfer Nachrichten,	
Welzheimer Zeitung	
Winnender Zeitung	

Mit dem Schwarzwälder Bote besteht eine redaktionelle Kooperation

127.692

353.525

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

12. Südwest Presse, Ulm/Donau

Gesamt-Auflage IV/2010: 336.111

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/2010: 149.087

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

* Partnerverlag außerhalb Baden-Württembergs

14. Südkurier, Konstanz

Gesamt-Auflage IV/2010: 131.088

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

15. Schwarzwälder Bote, Oberndorf

Gesamt-Auflage IV/2010: 129.992

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)

16. Offenburger Tageblatt, Offenburg

Gesamt-Auflage IV/2010: 53.986

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

Offenburg

Oberkirch

17. Eßlinger Zeitung, Esslingen

Gesamt-Auflage IV/2010: 43.280

Eßlinger Zeitung
Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung

Esslingen
Stgt.-Bad Cannstatt

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2010)

1. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (463.722)

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	

2. Südwest Presse, Ulm/Donau (305.753)

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	

3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (243.245)

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

4. Badische Zeitung / Die Oberbadische (164.822)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (127.692)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (53.986)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (43.280)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Anzeigenverbund Schwarzwald-Baar (35.182)

Südkurier
SWP/Die Neckarquelle

9. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (26.742)

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

