VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2011

VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2011

Vorwort

Bedingt durch die finanzpolitischen Unsicherheiten in der Eurozone hat die deutsche Binnenkonjunktur mit der sich positiv entwickelnden Weltwirtschaft im Berichtsjahr nicht Schritt halten können.

Von daher überraschte es kaum, dass die Zeitungsverlage nur teilweise von den positiven Effekten des deutschen Exportbooms profitieren konnten.

So spiegelte sich die hohe Nachfrage nach Fachkräften vor allem in den Stellenmärkten der Zeitungsverlage wieder. Dieser nach wie vor anhaltende Trend vermochte die eher nüchtern ausgefallenen Werbeumsätze, vor allem im Einzelhandel, zu kompensieren und trug zu einer gewissen Stabilisierung der Umsatzentwicklung bei.

Dem leichten Rückgang bei den Zeitungsauflagen stand eine sehr erfreuliche Entwicklung bei den Abrufzahlen der Online-Ausgaben der Tageszeitungen gegenüber, die die kombinierten Reichweiten der gedruckten und digitalen Verlagsangebote auf ein nie da gewesenes Niveau hoben.

Als positiv kann auch die zunehmende Bereitschaft der Mediennutzer festgehalten werden, für qualitativ hochwertige Inhalte auf mobilen Endgeräten Entgelte zu bezahlen. Von dieser Entwicklung profitieren die Zeitungsverlage in besonderem Maße.

In tarifpolitischer Hinsicht wurden die Zeitungsverlage vor allem in Baden-Württemberg mit einem Tarifkonflikt nie da gewesenen Ausmaßes konfrontiert.

Verlegerseitige Forderungen nach überfälligen strukturellen Anpassungen der Tarifverträge an die bereits seit Jahren zu erkennenden Umwälzungen in der Medienbranche wurden in einem unverhältnismäßigen Maß mit Streikmaßnahmen beantwortet. Viele Verlage, insbesondere in strukturell schwächeren Regionen Deutschlands, verließen in Folge dessen die Tarifgemeinschaft. Um einen weiteren Dammbruch in Richtung Tarifflucht zu vermeiden, kommt der nächsten Tarifrunde im kommenden Jahr eine besondere Bedeutung zu.

Auch medienpolitisch standen die Verlegerverbände im Berichtsjahr vor vielfältigen Herausforderungen. Das Kartellverfahren gegen Google oder die Verhandlungen mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten über die Tagesschau-App harren noch einer endgültigen Entscheidung.

Mit Ausnahme der jüngsten politischen Vorschläge zur Einführung eines flächendeckenden Mindestlohns oder Änderungen bei den Regelungen für geringfügig Beschäftigte, die erhebliche Belastungen für den Zeitungsvertrieb zur Folge gehabt hätten, scheint bei der Politik zunehmend die Erkenntnis zu reifen, den Verlagen bei der Bewältigung ihrer strukturellen Probleme stärkere politische Unterstützung zu kommen zu lassen.

So stimmen die jüngsten politischen Vorschläge zur Etablierung eines Leistungsschutzrechtes sowie die Erleichterungen beim Pressefusionsrecht hoffnungsvoll.

Anlass zur Sorge bereiten hingegen Ende des Berichtsjahrs veröffentlichte Pläne der ProSieben/Sat1-Gruppe, noch im Jahr 2012 in Baden-Württemberg in ihren bundesweiten Fernsehprogrammen Werbung regional auseinander zu schalten. Eine Umsetzung dieser Pläne hätte erhebliche Auswirkungen auf die Werbefinanzierung aller hiesigen regionalen Medienanbieter. Auch hier ist die Politik gefordert.

Der Jahresbericht 2011 legt über die Arbeit des Verbandes Rechenschaft ab, berichtet über die wichtigsten Ereignisse und beschreibt die Entwicklung der baden-württembergischen Zeitungen im Berichtsjahr.

Unseren Verbandsmitgliedern gilt auch in diesem Jahr unser herzlicher Dank für ihre materielle und ehrenamtliche Unterstützung, ohne die die Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen nicht möglich wäre.

Stuttgart, April 2012

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 2011 7
3. Auflagenstatistik 8
4. Reichweiten 9
5. Anzeigenumfänge 9

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 5. Mai 2011 in Freiburg 11
2. VSZV-Mitgliederversammlung 2011 11
3. Arbeitstagung anlässlich der Mitgliederversammlung 2011 18
4. Vorstand 20
5. Landespresseball 2011 21

III. Recht und Sozialpolitik

1. Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte 22
2. Tarifverhandlungen Redakteure 22
3. Urhebervertragsrecht und Bildhonorare für Freie Mitarbeiter: Scheitern der Schlichtungsverhandlungen und Ausblick 23
4. Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik 23
5. Gesetzesinitiativen zum flächendeckenden Mindestlohn und zu den geringfügig Beschäftigten 24

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage 25
2. Pressefusionsrecht / Änderung des GWB 26
3. Schutz der Verbraucher vor Kostenfallen im Internet 26
4. Telemediengesetz 27
5. Das Kartellverfahren der Verlage gegen Google 27
6. Tablet-PC's: Der Streit mit Apple um Kundendaten, Abo- und Bezahlmodelle 27
7. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 28
8. Digitaler Rundfunk in Baden-Württemberg 30
9. Bewegtbild-Kongress TV Komm. 31

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss 32
2. Anzeigenleitertagung 32

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss 35
2. Vertriebsleitertagung 36

VII. Digitale Medien

Ausschuss Digitale Medien 37

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter 39
2. Praxisseminar für junge Mediaplaner 40
3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote 40

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2011 41
2. Umfrage zur Volontärsausbildung 41
3. Seminare für Volontäre und Redakteure 42
4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB 43
5. Zum Tod von Werner Schwarzwälder 43
6. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes 43
7. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes 43
8. JBB-Beirat 44
9. Seminarprogramm 2012 44

X. Journalistenpreise 45

XI. Aus den Verlagen 47

XII. Gremien und Ehrenämter 52

XIII. Wir betrauern 63

XIV. Wir gratulierten 64

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg 66

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

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Die wirtschaftliche Dynamik des Jahres 2011 übertraf die Erwartungen bei weitem. Nachdem das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2009 in Baden-Württemberg nach Berechnungen des Statistischen Landesamts mit -7,1 % regelrecht abgestürzt ist, konnte die heimische Wirtschaft diesen Einbruch bis zum Jahresende 2011 mehr als ausgleichen. Das Statistische Landesamt bezifferte das Wachstum der Wirtschaftsleistung im Jahr 2010 mit 5,5 %. Für das Berichtsjahr beträgt das Wirtschaftswachstum auf Bundesebene 3,0 %. Auf Landesebene kann laut Statistischem Landesamt eine Wachstumsrate von 4,4 % % verzeichnet werden. Diese beeindruckenden Werte dürfen allerdings nicht den Blick dafür verstellen, dass sich die Konjunktur, wie auch der Konjunkturindikator des Statistischen Landesamts anzeigt, im kommenden Jahr abschwächt. Für das kommende Jahr prognostiziert das Statistische Landesamt ein deutlich geringeres Wachstum von 1,5 %. (Quelle: Statistisches Landesamt)

Als Resultat der erfreulichen wirtschaftlichen Entwicklung, stieg auch die Nachfrage nach Arbeitskräften im Berichtsjahr deutlich. So lag im dritten Quartal 2011 die Zahl der Erwerbstätigen in Baden-Württemberg um knapp 36.000 über dem Niveau des Vorjahreswerts. Insgesamt nahm die Anzahl der Erwerbstätigen in Baden-Württemberg im Jahr 2011 um 1,5 % zu. Auch 2012 wird sich der Beschäftigungsaufbau voraussichtlich, nach der Prognose des Landesamts für Statistik, wenn auch deutlich abgeschwächt, fortsetzen und die Zahl der Erwerbstätigen um 0,5 % zulegen. Der größte Teil der Beschäftigungszunahme dürfte dem Bereich der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zuzuschreiben sein. Diese umfasst in Baden-Württemberg knapp 4 Mio. Personen. Die Arbeitslosenquote betrug im Jahresdurchschnitt 4,05 % und lag damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 7,1 %.

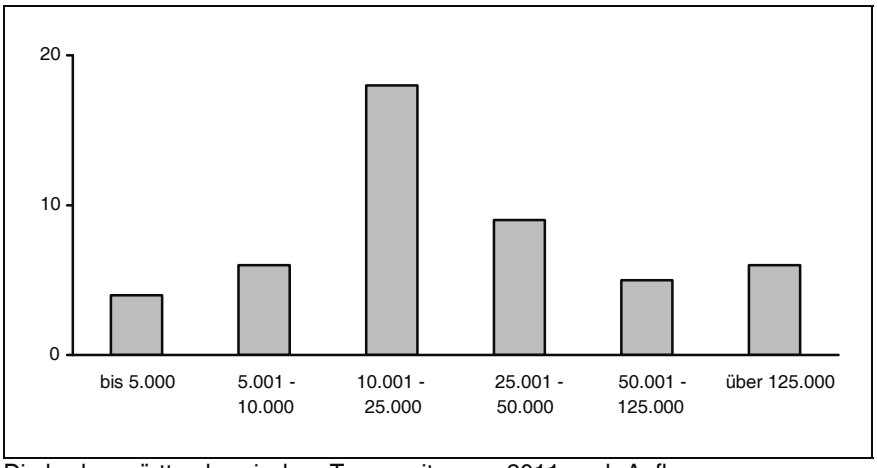
Die Verbraucherpreise in Baden-Württemberg sind im Jahr 2011 so stark gestiegen wie seit drei Jahren nicht mehr. Im Durchschnitt der Monate Januar bis November 2011 lag der Index der Verbraucherpreise um 2,4 % über dem Vorjahresniveau. In erster Linie ist dieser Anstieg auf die Verteuerung von Energie, insbesondere Mineralölprodukte, zurückzuführen. Im Durchschnitt mussten die Verbraucher für Haushaltsenergie um 9,4 % höhere Preise bezahlen als im Vorjahr. Die Kraftstoffpreise stiegen sogar um fast 12 %. Für die Verbraucher ist dies umso schmerzlicher, als die Ausgaben für Haushaltsenergie und Kraftstoffe immerhin rund 10 % des Konsums ausmachen. (Quelle: Statistisches Landesamt)

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist bei den baden-württembergischen Stellenanzeigen für das Berichtsjahr eine durchaus positive Entwicklung aus. Das Niveau der Anzeigenumfänge der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen lag demnach in der Zeit von Januar bis Dezember 2011 erfreuliche 31,5 % über dem Niveau des Vorjahres. Allerdings hatten die baden-württembergischen Zeitungsverlage im Berichtsjahr mit einem heftigen Einbruch der Umfänge im Kfz-Markt (-20,5 %) zu kämpfen.

Insgesamt hat sich der Anzeigenmarkt im Jahr 2011 hierzulande leicht negativ entwickelt (-4,2 %). Dies entspricht exakt dem Bundesdurchschnitt von ebenfalls -4,2 %.

2. Zeitungsstruktur 2011

Typisch für Baden-Württemberg ist die mittelgroße Heimatzeitung zwischen 10.000 und 25.000 Auflage. In dieser Gruppe befinden sich 18 Verlage. Auf eine Auflage über 125.000 bringen es insgesamt sechs Verlage, wobei der größte Verlag bei 172.070 (verk. Auflage IVW IV/2011) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagengruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XV. „Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg“ ab Seite 66.



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2011 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2011 – Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 4. Quartal 2010
Bremen	219,12	-1,98
Hamburg	224,90	-3,92
Niedersachsen	1.433,72	-2,14
Schleswig-Holstein	410,93	-2,11
Nielsen I	**2.288,67**	**-2,30**
Nordrhein-Westfalen	2.891,87	-3,13
Nielsen II	**2.891,87**	**-3,13**
Hessen	793,80	-2,26
Rheinland-Pfalz+Saarland	864,41	-1,59
Nielsen IIIa	**1.658,21**	**-1,91**
Baden-Württemberg	1.957,02	-1,91
Nielsen IIIb	**1.957,02**	**-1,91**
Bayern	1.935,56	-1,51
Nielsen IV	**1.935,56**	**-1,51**
Berlin	384,94	-1,80
Nielsen V	**384,94**	**-1,80**
Brandenburg	345,87	-3,24
Mecklenburg-Vorpommern	323,53	-2,68
Sachsen-Anhalt	396,70	-2,37
Nielsen VI	**1.066,10**	**-2,75**
Sachsen	741,57	-2,64
Thüringen	375,44	-3,17
Nielsen VII	**1.117,01**	**-2,82**

Quelle: ZMG

4. Reichweiten

Die Reichweite der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen liegt laut MA 2011 bei 55,8 %. Das heißt, täglich nehmen 39,2 Mio. ihre regionale Zeitung des Vertrauens zur Hand. Aufgeschlüsselt nach Regionen zeigt sich, dass in den neuen Bundesländern seltener (52,1 %) Regionalzeitungen als im Westen gelesen werden, wo die Reichweite bei 56,6 % liegt. Damit hat sich bei den Regionaltiteln die Reichweitenschere zwischen Ost und West wieder weiter geöffnet (MA 2010-West: 57,4 % / MA 2010-Ost: 54,5 %).

Weiterhin zu beobachten ist, dass mehr Frauen als Männer den Regionalzeitungen zugewandt sind. Während die Reichweite unter den Frauen bei 56,8 % und damit gut einen Prozentpunkt über dem Gesamtdurchschnitt liegt, erreichen die regionalen Abozeitungen 54,8 % der Männer. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies jeweils einen Rückgang von etwa einem Prozentpunkt.

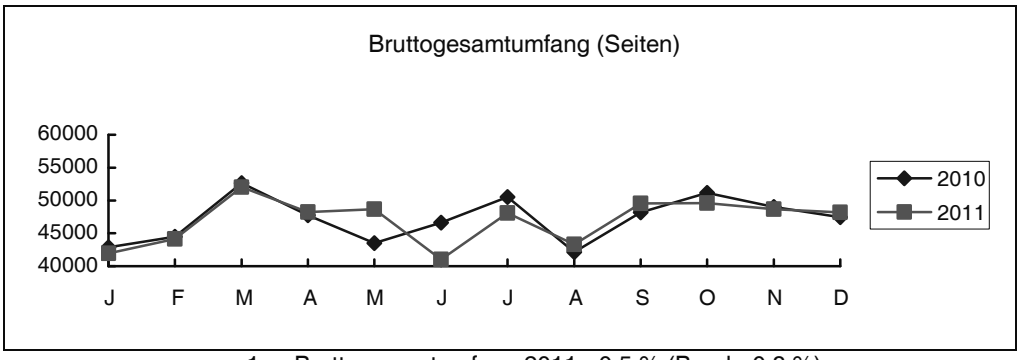
Bei der Differenzierung nach Altersgruppen zeigt sich, dass die lokalen und regionalen Abonnnementzeitungen vor allem von einer Leserschaft von über 40 Jahren bevorzugt werden. In der Altersgruppe 40 bis 49 Jahre liegt die Reichweite bei 56,2 % und steigt bis 73 % bei den über 70-Jährigen. Doch auch bei den jüngeren Zielgruppen erfreuen sich die regionalen Titel noch immer großer Beliebtheit. So greift annähernd jeder dritte Jugendliche im Alter zwischen 14 und 19 regelmäßig zur Regionalzeitung (30,9 %). Bei den 20- bis 29-Jährigen sind es bereits 35,1 % und in der Generation der über 30-Jährigen steigert sich die Reichweite auf 45,9 %.

Analysiert man die Leserschaft der regionalen Abonnementzeitungen nach Merkmalen wie Bildung und Beruf, zeigt sich, dass die höchsten Reichweiten bei den besser Gebildeten mit Abitur/Studium (66,1 %) und Menschen mit Haupt-/Volksschulabschluss und abgeschlossener Lehre (60,8 %) zu verzeichnen ist. Die Hauptkäuferschicht findet sich unter den gut verdienenden Haushalten mit mehr als 2.500 Euro Haushalts-Nettoeinkommen im Monat. Dort liegt die Reichweite bei 61,1 %. Kernverbreitungsgebiet der regionalen und lokalen Abozeitungen bleiben die Kleinstädte mit bis zu 5.000 Einwohnern. Dort greifen 62,8 % regelmäßig zu den gedruckten Zeitungen: In Großstädten mit mehr als 500.000 Einwohnern sinkt die Reichweite hingegen signifikant auf 48,5 %.

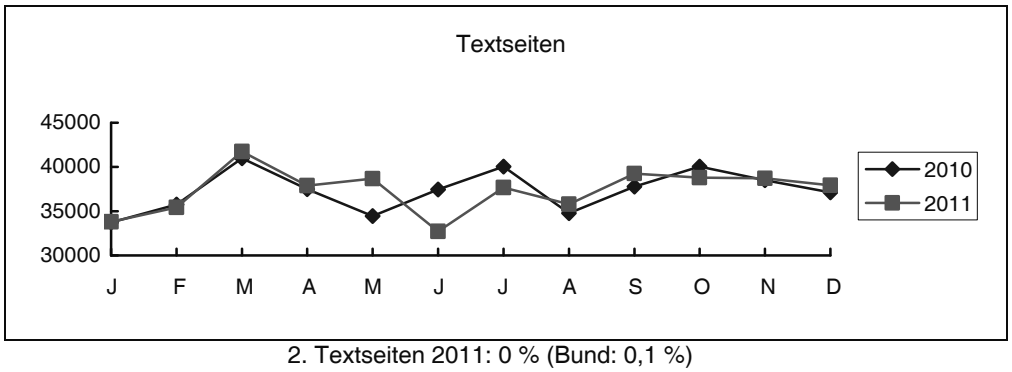
Ein Grund dafür dürfte der deutlich höhere Anteil an Single-Haushalten in den Ballungsräumen sein, in denen Regionalzeitungen traditionell seltener (50,8 %) als in Zwei- oder Mehrpersonenhaushalten gelesen werden. In Doppelhaushalten liegt die Reichweite bei 63,9 %.

5. Anzeigenumfänge

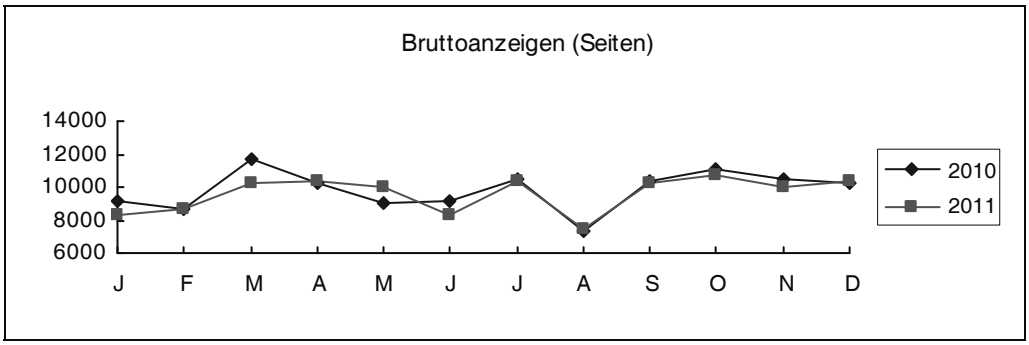
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt sanken die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2011 im Vergleich zum Jahr 2010 um 0,5 %, die Textseiten blieben unverändert und die Bruttoanzeigen nahmen um 2,3 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 9,5 %.



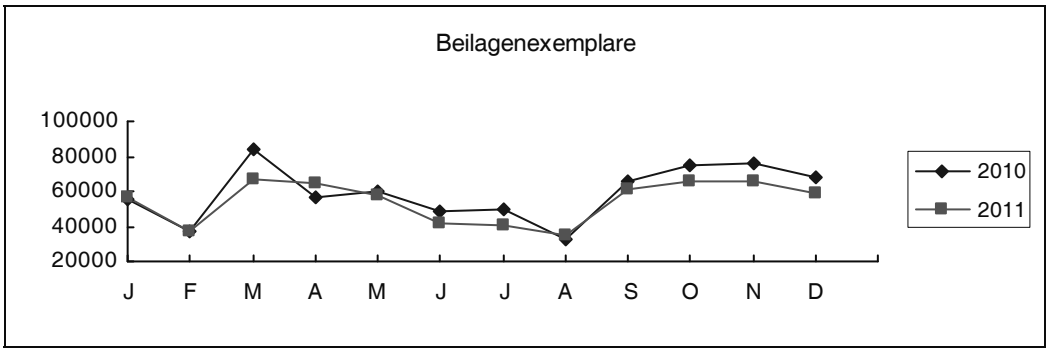
1. Bruttogesamtumfang 2011: -0,5 % (Bund: -0,8 %)



2. Textseiten 2011: 0 % (Bund: 0,1 %)



3. Bruttoanzeigen 2011: -2,3 % (Bund: -3,7 %)



4. Beilagen 2011: -9,5 % (Bund: -3,5 %)

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 5. Mai 2011 in Freiburg

Die Jahrestagung des VSZV im Berichtsjahr fand am 5. Mai 2011 im Freiburger Hotel Colombi statt. Sie gliederte sich in die Mitgliederversammlung, an der 53 Vertreter aus 45 Verlagen teilnahmen, eine Arbeitstagung am Nachmittag sowie einen von der Badischen Zeitung ausgerichteten festlichen Abend in der Freiburger Markthalle im Herzen Freiburgs.

2. VSZV-Mitgliederversammlung 2011

Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. sprach den ehrenamtlich tätigen Vorstandsmitgliedern seinen Dank für die engagierte Arbeit in den unterschiedlichen Ausschüssen aus: Herrn Poppen (Vertrieb), Herrn Wilhelm (Anzeigen), Herrn Brackvogel (Digitale Medien), Herrn Dr. Jansen (Sozialpolitischer Ausschuss), Frau Dr. Bechtle-Kobarg (Berufsbildung). Er dankte dem BDZV-Vizepräsidenten Herrn Dr. Rebmann für sein Engagement in den BDZV-Gremien, vor allem im Bereich Digitale Medien/Medienpolitik und Herrn Ebner, dem Verleger der Südwest Presse, der unabhängig von der konkreten Gremienarbeit nach wie vor wertvolle Verbandsarbeit leiste.

Herr Lehari jun. skizzierte die Schwerpunkte der medienpolitischen Verbandsarbeit. Der Einfluss einiger Global Player, allen voran die Firmen Google, Facebook und Apple, auf das Verlagsgeschäft, habe sich in den letzten Jahren erheblich entwickelt. Vor allem Google gefährde in vielen Bereichen das Verlagsgeschäft. Das Unternehmen habe sich längst über einen bloßen Suchmaschinenanbieter hinaus entwickelt und greife nicht nur intensiv in den Werbemarkt ein, sondern entwickle sich daneben auch teilweise zum Inhalteanbieter, was in besonderem Maße die Medienunternehmen und vor allem Zeitungshäuser betreffe: Google ziehe Inhalte und Werbung aus den klassischen Medien ab. Letztendlich sei auch Google Street View nichts anderes als ein neues Geschäftsmodell. Das Verhalten von Google in unterschiedlichsten Marktsegmenten sei manipulativ und marktmissbräuchlich, weswegen BDZV und VDZ auch auf Bundesebene ein Kartellrechtsverfahren initiiert hätten. In diesem Verfahren gehe es um unterschiedliche Bereiche, so vor allem um die Themen „Fair Search“ und „Fair Share“. In Brüssel seien darüber hinaus in den unterschiedlichsten Teilbereichen Verfahren gegen Google anhängig: Verfahren mit datenschutzrechtlichem, urheberrechtlichem und kartellrechtlichem Hintergrund. Auf Ebene des BDZV würden gegenwärtig Überlegungen angestellt, wie die Verbände die notwendig werdenden Gerichtsverfahren, auch zur Fortführung auf europäischer Ebene, finanzieren könnten.

Ausführlich schilderte er den Stand der Reform der Pressefusionskontrolle. Bereits im Jahr 2004 sei von der damaligen Bundesregierung ein Einigungsvorschlag der Presseverleger gefordert worden, der eine konsensfähige Lösung zu den komplexen Fragen, Aufgreifschwellen, Bagatellgrenzen, zu Altverlegerklauseln und Nachbarschaftsfusionen beinhalten sollte. Der Sachstand und die neu ausgearbeiteten Vorschläge von BDZV und VDL wurden erläutert und die gemeinsamen Vorschläge der Verbände vorgestellt. In der Mitgliederversammlung herrschte Einigkeit, dass mit den nun unterbreiteten Vorschlägen der Verbände die Diskussion fortgeführt werden könne.

Weiterhin ging der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. auf das von den Verlegern geforderte Leistungsschutzrecht ein. Nach wie vor signalisiere die amtierende Justizministerin Zustimmung zu einer gesetzlichen Verankerung eines solchen im Urhebergesetz. Allerdings sei es im September letzten Jahres zu einer erheblichen Auseinandersetzung über diese Frage mit dem BDI und dem DIHK gekommen, welche in verzerrender und unrichtiger Darstellung „neue nicht hinnehmbare Kosten für die Privatwirtschaft“ moniert hätten.

VSZV-Jahrestagung 2011 in Freiburg

VSZV-Jahrestagung 2011 in Freiburg

Der im Rundfunkstaatsvertrag verankerte Drei-Stufen-Test habe die Verbände in erheblichem Maße befasst. Die Testergebnisse seien durchweg unbefriedigend ausgefallen. Dabei entzünde sich der Streit nicht zuletzt auch an der Frage, wie presseähnliche Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter zu definieren seien. Hier nähmen deren Vertreter eine nicht hinnehmbare Haltung ein und sähen allein das Layout eines E-Paper-Angebotes als presseähnlich an, was verfehlt sei. Aber auch die Verweildauer von Inhalten auf den Websites der öffentlich-rechtlichen Anbieter sei ein hoch umstrittenes Thema. Der VSZV habe auf Landesebene sowohl mit dem damals amtierenden Ministerpräsidenten Stefan Mappus, dem für Medienfragen zuständigen Minister Helmut Rau, mit Vertretern des Rundfunkrates und nicht zuletzt mit SWR-Intendant Peter Boudgoust Gespräche geführt.

Er ging weiterhin auf die Entwicklung des digitalen Hörfunks ein. Auf Bundesebene sei der Start der neuen Technologie bereits am 1. August 2011, das Land Baden-Württemberg wolle unmittelbar nachziehen und Ausschreibungen vornehmen. Untrennbar damit sei allerdings auch die Frage verbunden, wie sich die neue Landesregierung die künftige Radiolandschaft ab dem Jahre 2015 vorstelle.

Ebenfalls kommentierte Herr Lehari jun. die Aussagen des neuen Koalitionsvertrags von SPD und Bündnis90/Die Grünen für die nächste Legislaturperiode. Die Zeitungen kämen dort letztendlich nur mittelbar unter der Bezeichnung „funktionierendes Verlagswesen“ vor. Das sei eindeutig zu wenig. Darüber hinaus enthalte das Papier Aussagen, die auf eine stärkere Unterstützung von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und einer Stärkung von Bürgermedien schließen ließen. Unklar sei nach wie vor, wie die Medienpolitik im Staatsministerium aufgestellt sei. Man werde rechtzeitig Kontakt zur neuen Landesregierung aufnehmen.

Der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, blickte zu Beginn seines Berichts auf zwei krisenbedingt schwierige Jahre und unerlässliche Umstrukturierungsmaßnahmen zurück. Er stellte fest, dass die Zeitungsverlage die bei der Anzeigenleitertagung im April 2010 in Stuttgart bilanzierte Talsohle inzwischen hinter sich gelassen hätten. Herr Wilhelm berichtete, dass die Entwicklung der Anzeigenmärkte seit Mitte 2010 von der Nachfrage baden-württembergischer Unternehmen nach Arbeitskräften gestützt werde. Nach einem landesweiten Zuwachs um 19,3 % im Jahr 2010 stellte Herr Wilhelm auch für die ersten Monate 2011 ein zweistelliges Plus fest. Insgesamt lag der Anzeigenmarkt 2010 wegen der negativen Entwicklung bei den Immobilien- und Kfz-Anzeigen sowie beim Lebensmitteleinzelhandel allerdings leicht im Minus.

Als größte Stärken der Tageszeitung definierte Herr Wilhelm deren regionale Verwurzelung und ihre Kompetenz. Aus diesen Gründen seien die Tageszeitungen am lokalen und regionalen Markt nach wie vor unverzichtbarer Werbeträger Nr. 1. Darüber hinaus hätten die Zeitungsverlage im Bereich der Beilagen zwar einen starken Preisdruck auszuhalten, blieben jedoch gerade in Zeiten der „Prospektflut vor der Haustür“ attraktiv. Beim Stellenmarkt mahnte Herr Wilhelm, aller erfreulichen Entwicklungen zum Trotz, flexiblere und kundenorientiertere Angebote sowohl im Printbereich als auch bei Online- und Kombinationsangeboten an. Potential machte er darüber hinaus im Bereich der Online-Werbung aus; so seien die Zeitungswebsites nie zuvor derart mit Wahlwerbung bestückt gewesen wie im Frühjahr 2011. Bei der Bepreisung von Online-Werbung hätten die Zeitungsverlage jedoch gewaltigen Nachholbedarf. In diesem Zusammenhang ermutigte Herr Wilhelm die anwesenden Verlagsvertreter Mut zu beweisen.

Der gastgebende Verleger der Badischen Zeitung und Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, bilanzierte die Auflagenentwicklung seit der letztjährigen Tagung und stellte für Baden-Württemberg einen Auflagenrückgang um 1,8 % (IVW 1/2011) fest. Trotz etwas stärkerer Verluste als in der Vergangenheit sei die Auflagenentwicklung in Baden-Württemberg damit deutlich stabiler als im Bundesschnitt.

Diese Feststellung untermauerte Herr Poppen mit einer Zehn-Jahres-Übersicht: Während die

verkaufte Auflage aller deutschen Tageszeitungen zwischen dem 4. Quartal 2000 und dem Jahresende 2010 um 19,55 % zurückgegangen sei, hätten die baden-württembergischen Tageszeitungen zwar ebenfalls signifikante, aber mit 15,47 % deutlich schwächere Rückgänge zu verzeichnen gehabt. Darüber hinaus stehe Baden-Württemberg bei den Vertriebserlösen pro Monatsstück laut BDZV-Umsatzstatistik 2009 (21,81 Euro) ebenso bundesweit an der Spitze wie bei den Gesamterlösen einschließlich Anzeigen und Beilagen (42,78 Euro). Überdies liege Baden-Württemberg – bevölkerungsmäßig lediglich das drittgrößte Bundesland – bei der Abonnementauflage mit knapp 1,9 Mio. Exemplaren hinter Nordrhein-Westfalen auf Platz zwei. Herr Poppen wertete diese Zahlen als Beweis dafür, dass vorrangig nicht der Preis, sondern die Inhalte der Zeitungen für die Abo-Entwicklungen verantwortlich seien.

Nach einem Überblick über die Gremientätigkeit im Vertriebsbereich kündigte Herr Poppen für den Nachmittag eine gesonderte Befassung mit dem Thema „Zeitung in der Schule“ an und blickte kurz auf die Entwicklung des 2006 angestoßenen Schulzeitungsprojekts „Schule mit Zeitung – SCHmitZ“ zurück. Er stellte fest, dass „SCHmitZ“ trotz 18 involvierter baden-württembergischer Zeitungshäuser zwischen den Jahren 2007 und 2010 nicht den erhofften Verlauf genommen habe. Angesichts dessen, dass nahezu alle bei der Jahrestagung vertretenen Zeitungshäuser ein Schulprojekt unterhielten, und die Politik dem VSZV bereits mehrfach ihre Kooperationsbereitschaft signalisiert habe, lud er die Teilnehmer ein, am Nachmittag über Gemeinsamkeiten und einen eventuellen gemeinsamen Ansatz zu diskutieren.

Thomas Brackvogel, Vorsitzender des Ausschusses Digitale Medien berichtete über die Gremienarbeit. Er fasste die Reichweitenentwicklung/Reichweitenverteilung der Websites der VSZV-Mitgliedsunternehmen im Vergleich zu Telemedienangeboten auf Bundesebene zusammen: Erfreulich sei zwar das durchschnittliche Wachstum aller „VSZV-Sites“ (Basis ivw.de 2011), dennoch wiesen andere bundesweit aufgestellte Medienanbieter durchaus höhere Wachstumsraten auf.

Die eigentliche Gremienarbeit gliedere sich vor allem in die Bereiche Netzwerk (i.S. des Informationsaustausches untereinander), Technik, Redaktion, Markt und soweit es zum Verständnis von Zusammenhängen erforderlich sei, in den zusätzlichen Bereich Politik auf. Zu den Netzwerkaktivitäten hätten z. B. gemeinsame Sitzungen mit dem VSZV-Anzeigenausschuss, dem Ausschuss Digitale Medien des Bayerischen Zeitungsverlegerverbandes und diverse Best-Practice-Präsentationen gehört. Auch mit dem BDZV habe es vielfältige Abstimmungen gegeben, nicht nur um Doppelarbeit zu vermeiden, sondern um die Ergebnisse der BDZV-Arbeit dort wo notwendig zu unterstützen. Er verwies in diesem Zusammenhang auf die Umsatz- und Kostenbenchmarking-Projekte des BDZV mit OnValco. Er hob ebenfalls die gute Arbeitsatmosphäre im Gremium hervor, die sich durch das „aufeinander zugehen, den Willen aufeinander zu hören und die Absicht, sich gegenseitig zu informieren“ ausgezeichnet habe. Dringend erforderlich halte er die weitere Verstärkung der Zusammenarbeit mit anderen Verbandsgremien.

Im Bereich Technik habe man sich um die gemeinsame Realisierung (Entwicklung gemeinsamer Standards) einer Basis-iPhone-App gekümmert und zu diesem Zweck eine Einkaufsgemeinschaft realisiert. Allerdings habe sich anhand der schwierigen Abwicklung der Vorgänge gezeigt, dass sich die vollmundigen Versprechen der Dienstleistungsanbieter, was Zeitpläne und Qualität der Arbeit anging, schlichtweg nicht haben halten lassen. Hier habe man leider auch sehr unerfreuliches erlebt. Weitere Themen seien Webanalysetools, iPad-Strategie und TV-Hybridprojekte gewesen.

Im Bereich Redaktion habe man die Schwerpunkte der Arbeit vor allem auf Redaktionsorganisation sowie das Thema Videoangebote der Verlage auf Verlagswebsites gelegt. Aber auch das schwierige Verhältnis zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk und das METIS-Verfahren der VG Wort seien thematisiert worden. Im Bereich Markt habe man sich mit den Themen Lokale Online-Vermarktung, Suchmaschinenmarketing und Entwicklung der Rubri-

kenmärkte befasst. Ein weiterer Schwerpunkt sei vor allem das Thema „crossmediale Vermarktung“ gewesen, was durch die Präsentation des Best-Practice-Beispiels eines bayerischen Zeitungsverlages und die Präsentation von Forschungsergebnissen durch die ZMG ergänzt wurde.

Zum Abschluss seines Vortrages kündigte Herr Brackvogel an, dass er nach zweijähriger Tätigkeit die Leitung des Gremiums in die Hände des VSZV-Vorstandsmitglieds Rainer Wiesner legen werde. Er bedankte sich für das ihm ausgesprochene Vertrauen und wünschte Herrn Wiesner bei der weiteren Gremienarbeit viel Erfolg.

Die von VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte Abrechnung des Jahres 2010 sowie der von Rechnungsprüferin Monika Krichenbauer (Nürtinger Zeitung) vorgetragene Rechnungsprüfungsbericht wurden einstimmig genehmigt. Die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung erfolgte einstimmig in getrennten Abstimmungsgängen. Genehmigt wurde außerdem der von Herrn Bourauel erläuterte Etat-Voranschlag für das Jahr 2011.

Auf der Mitgliederversammlung hatten, dem zweijährigen Wahlturnus entsprechend, Wahlen zum Vorstand und die Wahl der stellvertretenden Delegierten zu erfolgen. Darüber hinaus waren Wahlen und Benennungen zu den Verbandsgremien bzw. der Fachausschüsse erforderlich.

Valdo Lehari jun. wurde einstimmig für eine weitere Wahlperiode zum VSZV-Vorsitzenden gewählt. In ihren Vorstandsämtern bestätigt wurden:

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung
Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Klaus Jetter	Zollern-Alb-Kurier
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
Rainer Wiesner	Südkurier

Neu in den Vorstand gewählt wurde:

Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung

In der konstituierenden Vorstandssitzung, die nach der Mitgliederversammlung stattfand, wurden Dr. Christine Bechtle-Kobarg (Eßlinger Zeitung) und Dr. Björn Jansen (Mannheimer Morgen) zu stellvertretenden Vorsitzenden des VSZV bestimmt. In den Vorstand kooptiert wurden, wie bisher, Eberhard Ebner (Südwest Presse), Dr. Richard Rebmann (Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote) und Hans-Jörg Wilhelm (Heidenheimer Zeitung).

Mit den Wahlen erfolgte auch die Festsetzung der Delegierten und stellvertretenden Delegierten beim BDZV. Der VSZV entsendet sechs ordentliche Delegierte in die BDZV-Delegierten-versammlung. Satzungsgemäß wird der Vorsitzende mit seiner Wahl ordentlicher Delegierter. Fünf weitere Mitglieder des Vorstandes werden mit ihrer Wahl in der Reihenfolge der erhaltenen Stimmen ordentliche Delegierte. Die Vorstandsmitglieder mit der niedrigsten Stimmenzahl werden kraft Satzung stellvertretende Delegierte. Die Benennung der Delegierten ist an anderer Stelle dieses Jahresberichtes dokumentiert.

Ebenfalls erfolgte turnusgemäß die Wahl der Ausschuss-Vorsitzenden: Zum Vorsitzenden des Anzeigenausschusses wurde wiederum Hans-Jörg Wilhelm, Verleger der Heidenheimer Zeitung/Heidenheimer Neue Presse gewählt. Zum Vorsitzenden des Vertriebsausschusses wurde wiederum bestimmt Wolfgang Poppen, Verleger der Badischen Zeitung, Freiburg.

Neugewählt zum Vorsitzenden des VSZV-Ausschusses Digitale Medien wurde Rainer Wiesner, Geschäftsführer des Südkurier, Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer des Mannheimer Morgen, steht weiterhin dem Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik vor.

Herr Dr. Jansen berichtete im Anschluss über die Tarifsituation im Jahre 2011. Nachdem die Tarifverhandlungen für Redakteure am Vortag der Mitgliederversammlung (am 4.5.2011) ergebnislos abgebrochen worden seien, sei eine harte und langwierige Tarifauseinandersetzung zu befürchten.

Er fasste den Sachstand aus den Verhandlungen vom Vortag zusammen. Man habe den Tarifpartnern DJV und ver.di zu verdeutlichen versucht, dass die wirtschaftliche Situation der Tageszeitungsverlage losgelöst von der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung betrachtet werden müsse und habe die wirtschaftliche Situation der Häuser eindringlich geschildert: Sinkende Anzeigenerlöse in essentiellen Bereichen zwischen 16 und 20 %, seit zehn Jahren rückläufige Auflagenentwicklung in einer Größenordnung von 19 % und Abwendung der großen Einzelhandelsketten vom Medium Tageszeitung vor allem im Südwesten in erheblichem Ausmaß. Um die Flächentarifverträge als Grundlage und Mindeststandards für Arbeitsverhältnisse zu erhalten, seien Einschnitte unabdingbar. Er beschrieb die Kernforderungen der Verleger im Redakteursbereich: Für bestehende Arbeitsverhältnisse werde vorgeschlagen, Jahresleistung und Urlaubsgeld zu einem Monatsgehalt zusammenzufassen, GTV und MTV und der TV über die Altersversorgung sollen im Übrigen unverändert bleiben. Für die ersten beiden Jahre der Laufzeit sei je an eine Einmalzahlung, für das dritte Jahr an eine maßvolle prozentuale Erhöhung der Tarifgehälter gedacht. Für Berufseinsteiger solle ein zweites Tarifwerk, bestehend aus einem neuen GTV, MTV und Altersversorgungstarifvertrag geschaffen werden, mit dem eine Reduzierung der tarifbedingten Personalkosten um 15 % angestrebt werde. Vor allem kleinere Verlage benötigten Spielräume, um auch jüngere Journalisten vor dem Hintergrund der wieder aufgebrochenen Journalismus-Qualitätsdebatte angepasst honorieren zu können und nicht starr an Tarifraster gebunden zu sein.

Die Gewerkschaften hätten allerdings die Forderungen der Verleger rundweg abgelehnt. Sie beharrten auf einen weiteren Ausbau der Tarifverträge und einer Lohnforderung von 4 % bei einer Laufzeit des GTV von einem Jahr. Aus Gewerkschaftssicht „habe man bereits in den letzten Jahren seinen Beitrag zur Kostensenkung geleistet“.

Die besondere Situation in der diesjährigen Tarifauseinandersetzung liege allerdings darin, dass nicht nur MTV und GTV im Redakteursbereich gekündigt seien. Im Anschluss an die Kündigung der Tarifverträge in der Druckindustrie (MTV sowie GTV für Angestellte und gewerbliche Arbeitnehmer) seien sowohl der MTV Angestellte Verlag als auch der GTV Angestellte Verlag gekündigt worden, somit alle maßgeblichen Tarifverträge offen. Sowohl in der Druckindustrie als auch im Zeitungsverlagswesen sei die Friedenspflicht ausgelaufen, die Tarifverträge also in der Phase der Nachwirkung nach § 4 Abs. 5 TVG. Die Tarifverhandlungen der Druckindustrie seien am 28. April 2011 ergebnislos abgebrochen und auf den 17. Mai 2011 vertagt worden. In den Verhandlungen gehe es vor allem um eine flexible Öffnung der Arbeitszeit der noch geltenden 35-Stunden-Woche auf bis zu 40-Stunden pro Woche, um die Lockerung der strengen Maschinenbesetzungsregelungen, die der Technik und den Bedürfnissen der Betriebe nicht mehr entsprächen, sowie die Frage der Entlohnung von Hilfskräften.

Er appellierte an die Verleger, sich in dem sich abzeichnenden Arbeitskampf solidarisch zu verhalten. Wolle man jetzt Änderungen im Tarifwerk durchsetzen, die der Erhaltung eines Mindeststandards sichernden Tarifwerks dienten, werde man sich der Auseinandersetzung nunmehr stellen müssen.

3. Arbeitstagung anlässlich der Mitgliederversammlung 2011

Aufgrund eines Beschlusses des VSZV-Vorstandes wurde im Jahre 2011 auf eine Vortragsveranstaltung mit Gastrednern zugunsten einer Arbeitstagung verzichtet. Zwei Themenpunkte standen auf dem Programm.

Zeitung in der Schule / SCHmitZ

In Anknüpfung an seinen Bericht aus dem VSZV-Vertriebsausschuss bat Herr Poppen die Mitglieder um eine Entscheidung über die künftige Befassung des VSZV mit dem Thema „Zeitung in der Schule". Er stellte fest, dass die Landesregierung dem Verband bereits unter Ministerpräsident Oettinger ihre Bereitschaft signalisiert habe, die baden-württembergischen Zeitungsverlage bei einem gemeinsamen Schulprojekt zu unterstützen. Herr Poppen äußerte die Einschätzung, dass erste Signale der neuen grün-roten Landesregierung darauf hindeuteten, dass diese in dieser Frage ähnlich denke.

Gleichzeitig habe das seit 2006 von der VSZV-Geschäftsstelle koordinierte Gemeinschaftsprojekt „Schule mit Zeitung – SCHmitZ" jedoch nicht zum Erfolg geführt. Trotz ausführlicher erneuter Vorstellung und Diskussion des Projekts Ende 2008 im VSZV-Vorstand und im VSZV-Vertriebsausschuss, weiteren, breit gestreuten Projektinformationen im Jahresverlauf 2009 via VSZV-Rundschreiben, E-Mail und in persönlichen Gesprächen, sowie der Erarbeitung und Freischaltung eines SCHmitZ-Internetangebots im Frühjahr 2009, sei das Projekt bereits im Schuljahr 2009/2010 nur noch von fünf Verlagen in ca. 25 Klassen betrieben worden und im Sommer 2010 zum Erliegen gekommen. Etliche Zeitungsverlage hätten sich zuvor gegen eine Mitwirkung ausgesprochen oder zwar Interesse bekundet, die Projektidee jedoch nicht umgesetzt oder nicht umsetzen können.

Herr Poppen äußerte die Einschätzung, dass die Entwicklungsperspektive von „Schule mit Zeitung – SCHmitZ" auf dieser Grundlage als gering eingeschätzt werden könne und sprach sich für einen neuen gemeinsamen Ansatz der baden-württembergischen Zeitungsverlage bei ihrer schulischen Arbeit aus.

In Anknüpfung hieran präsentierte die Projektredakteurin „Zeitung in der Schule" der Badischen Zeitung, Yvonne Weik, die beiden Schulzeitungsprojekte des gastgebenden Verlags für die Klassenstufe 4 sowie, im Pilotstadium, für die Klassenstufen 7 bis 9.

Herr Poppen nahm anschließend auf eine im Winter 2010 von der VSZV-Geschäftsstelle durchgeführte Abfrage zur schulischen Arbeit der baden-württembergischen Zeitungsverlage Bezug, der sich ein „gemeinsamer Nenner" nahezu aller Häuser entnehmen lasse: So seien Schulzeitungsprojekte durchgehend mit der Belieferung von Schulklassen und (am Wochenende) Schülerhaushalten mit Tageszeitungen und redaktioneller Berichterstattung über die Schulzeitungsprojekte, v.a. durch Beilagen und Themenseiten, verbunden. Ganz überwiegend würden die Projektklassen von den Verlagen darüber hinaus besucht oder selbst in die Zeitungsredaktionen eingeladen. Weitere regelmäßige Bestandteile der baden-württembergischen Schulzeitungsprojekte seien Druckereibesuche der Schüler sowie die Bereitstellung von Arbeitsmaterialien für Lehrer und Schüler.

Herr Poppen plädierte dafür, auf dieser Grundlage ein landesweites Qualitätssiegel zu entwickeln und hiermit auf das baden-württembergische Kultusministerium zuzugehen. Er sprach sich dafür aus, das Qualitätssiegel mittelfristig in staatliche Hände zu übergeben. Als Fernziel benannte er die Erschließung von Fördergeldern für die Schulzeitungsprojekte der baden-württembergischen Verlage. Gleichzeitig sprach er sich dafür aus, dass jedem Zeitungsverlag freistehen solle, wie er sein Schulprojekt nennen wolle, und das Qualitätssiegel nicht mit einem verbindlichen Projektlabel verknüpft werden solle.

In einer ausführlichen und engagierten Diskussion sprachen sich zahlreiche Verlagsvertreter für den von Herrn Poppen unterbreiteten Vorschlag aus und signalisierten ihre Teilnahmebereitschaft. Gleichzeitig wurde die Notwendigkeit eines verbindenden Elements der baden-württembergischen Schulzeitungsarbeit für den Fall betont, dass die Zeitungsverlage mit der neuen Landesregierung diesbezüglich ins Gespräch kommen wollten. Herr Lehari jun. stellte zum Abschluss der Diskussion große Unterstützung für das skizzierte Konzept fest und dankte Herrn Poppen dafür, das Thema über den VSZV-Vertriebsausschuss weiter zu forcieren. Gleichzeitig betonte er, dass die Tageszeitung unabhängig von verbandlichen Initiativen Gegenstand des Unterrichts sein müsse, wie dies etwa in Finnland bereits vorbildlich geschehe, und der VSZV dies ebenfalls in die anstehenden Gespräche mit der neuen Regierung einbringen werde.

Google, Facebook und Apple

In seinem Impulsvortrag stellte Thomas Brackvogel, Geschäftsführer der Südwest Presse und früherer Vorsitzender des VSZV-Ausschusses Digitale Medien, Betrachtungen zur Situation der Verlage im World-Wide-Web vor dem Hintergrund der Entwicklung der „Global Player“ Google, Facebook und Apple an. Gerade die letztgenannten Unternehmen beeinflussten die gegenwärtigen Entwicklungen im Telemedienbereich mit am stärksten.

Herr Brackvogel schilderte zuerst die Entwicklung von Google vom bloßen Suchmaschinenbetreiber zum heutigen Medienkonzern und beschrieb die Geschäftsfelder des Konzerns in den globalen, aber auch den lokalen Märkten. Dabei lasse sich die neue Strategie von Google wie folgt zusammenfassen: Werben-Publizieren-Lokalisieren-Kommunizieren. Zu all den Einzelpunkten der genannten Strategie habe Google strategisch geschickt Geschäftsmodelle aufgebaut und diese offensiv im Markt platziert: Von Google AdSense über You Tube, von Google Places/Google Streetview über Google Analytics oder GMail, um nur einige zu nennen. Er demonstrierte die Leistungsfähigkeit des Anbieters anhand des Beispiels, wie einfach es für einen Werbekunden sei, auf Google Werbung zu schalten. Die beschriebene Flexibilität sei als „maßstäblich“ für die gesamte Branche zu betrachten.

Der zweite Konzern, Facebook, besetze vor allem ein Segment, für das eigentlich die Websites der Verlage die klassische Domäne sein sollten, nämlich die Bannerwerbung. So habe sich Facebook mittlerweile zum Marktführer der klassischen Bannerwerbung entwickelt und die Reichweite von Facebook sei schon fast so hoch wie die von Google. Facebook sei darüber hinaus das meistgenutzte soziale Netzwerk. Zusätzlich sei festzustellen, dass Facebook nun längst nicht mehr nur junge Zielgruppen anspreche, man finde dort auch eine für Tageszeitungsleser typische Zielgruppe im Alterssegment von 45 bis 65 Jahren, die beständig wachse und die auch die meisten Zuwächse erwarten ließe. Auch Facebook sei dazu übergegangen, lokale Angebote zu schaffen. Das Anlegen einer Facebook-Kampagne sei ebenfalls verblüffend einfach und lasse sich in zehn Minuten bewältigen: „Anzeige gestalten - regionalisieren - Nutzerdemografie selektieren - Nutzerinteressen selektieren - Budget festlegen - Buchungszeitraum definieren - CPC-Empfehlungen von Facebook integrieren“. Wenn man damit die komplexen Mediaunterlagen der Verlage vergleiche, werde man bedauerlicherweise feststellen müssen, dass die Planung einer Zeitungskampagne sich ungleich schwieriger gestalte.

Der Konzern Apple sei neben seinem stetig wachsenden Engagement in der Unterhaltungselektronik der Weltmarktführer im Markt für Tablet-PCs, deren Verbreitung in den nächsten Jahren stark zunehmen werde. Dabei erweise sich die gegenwärtig hohe Anzahl bereits verfügbarer Apps als eindeutiger Wettbewerbsvorteil. Aus dem US-amerikanischen Markt wisse man, dass ein Viertel der US-Nutzer das iPad auch zum Lesen von Zeitungen und Zeitschriften nutzen wollen. Allerdings seien nach gegenwärtigen Marktforschungsstudien etwa 60 % der Internetuser nicht bereit, für journalistische Inhalte auf dem iPad zu bezahlen. Dies werfe die Frage auf, wie die Themeninteressen bei App-Usern gelagert seien. Dabei liege diese bei klassischen News mit am höchsten, allerdings spiegle sich dies nicht bei den Paid-

Downloads in ganzem Umfang wieder, dort lägen die Newsangebote immerhin noch an fünfter Stelle (45 %).

Herr Brackvogel ging sodann auf die Entwicklungen im deutschen Markt ein und arbeitete die essentiellen Unterschiede von iPad-Konzepten deutscher Verlage heraus: Unterschiede seien vor allem in den Bereichen Content, Usability und bei den Erlösmodellen festzustellen. Gegenwärtig sei zu sagen, dass nahezu alle Verlage in die Suchmaschinenoptimierung investierten, um von Google gefunden zu werden. Dabei investierten die Verlage auch intensiv in ihr Suchmaschinenmarketing. Das Dilemma sei, dass man natürlich von Google als der dominierenden Suchmaschine gefunden werden wolle und mit den eigenen Artikeln bzw. Angeboten möglichst hoch gelistet werden wolle, was allerdings auch bedeute, dass man damit Google in den Genuss der Inhalte kommen lasse. Weiterhin sei festzuhalten: Mit der Bewerbung der eigenen iPad-Angebote bewerbe man quasi kostenlos auch das Endgerät. Herr Brackvogel beleuchtete danach die unterschiedlichen Medienstrategien verschiedener großer überregionaler Medienhäuser, aber auch regionaler Tageszeitungsverlage im Markt. Von der zentralen These ausgehend, dass „Digitale Märkte monopolistisch strukturiert sind und quasi der Zweite schon Verlierer“ ist, und ausgehend von der Annahme, dass ein bundesweiter Zusammenschluss der Tageszeitungsverlage zu einem Anbieter eher unrealistisch sei, versuchte er anhand verschiedener Handlungsoptionen einen möglichen Lösungsweg aufzuzeigen, wie man sich möglichst wirksam gegen die Übermacht der Marktführer stemmen könnte.

Als Eckpunkte seien folgende Maßnahmen denkbar:

- Entwicklung einer gemeinsamen Online-Strategie über die Verlagsgrenzen hinweg
- Schaffung von gemeinsamen Standards in den Bereichen Technik, Produktlinien und Vermarktung
- Differenzierung durch Inhalte nicht durch Technik
- Geringe vorhandene Ressourcen müssten aufgestockt und gebündelt und nicht gegeneinander und unabgestimmt eingesetzt werden.

In der anschließenden, sehr lebhaften Fragerunde wurden die Thesen intensiv weiter diskutiert.

Abendveranstaltung

Auf Einladung der Badischen Zeitung fand die Jahrestagung am selben Abend mit einem festlichen Abendessen in der Freiburger Markthalle ihren stimmungsvollen Ausklang. Dort sprachen der Bürgermeister der Stadt Freiburg, Otto Neideck, der gastgebende Verleger Wolfgang Poppen und der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. zu den Gästen.

4. Vorstand

Der VSZV-Vorstand führte im Berichtszeitraum insgesamt fünf Telefonkonferenzen und traf sich darüber hinaus am 14. April 2011 sowie am 11. November 2011 jeweils in Stuttgart.

In der Telefonkonferenz vom 3. März 2011 stand neben der Planung der anstehenden Jahresverhandlung die aktuelle Tarifsituation im Vordergrund. Es erfolgte eine Abstimmung der Positionen der baden-württembergischen Verleger in den laufenden Tarifverhandlungen für Redakteure und Verlagsangestellte.

Auf der Tagesordnung der Sitzung am 14. April 2011 standen neben den Verbandsregularien (einschließlich der Vorbereitung der turnusgemäßen Verbandswahlen) und der weiteren Planung der Jahrestagung u.a. folgende Themen:

- Tarifsituation
- Google
- Diskussion um den reduzierten Mehrwertsteuersatz auf EU-Ebene

In Telefonkonferenzen am 10. und 16. Juni 2011 sowie am 5. und 14. Juli 2011 wurde die aktuelle Entwicklung der Tarifverhandlungen erläutert und die Haltung von VSZV innerhalb der BDZV-Tarifkommission abgestimmt.

Bei der Zusammenkunft des Vorstandes am 11. November 2011 wurden unter anderem folgende Themen behandelt:

- Vorstellung der neuen VSZV-Justiziarin Ines Freitäger
- Bewertung der Tarifrunde 2011 und künftige Strategie
- Kindermedienland / Zeitung in der Schule
- Vorbereitung der Jahrestagung 2012
- Berichte aus den VSZV-Fachausschüssen
- Schreiben von Herrn Esslinger-Kiefer, Pforzheimer Zeitung vom 7. Mai 2011 zur Situation der Tageszeitung
- Aktuelle medienpolitische Entwicklungen auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene

Weiterhin hatte sich der Vorstand im Jahr 2011 mit dem Antrag eines Mitgliedsunternehmens auf Wechsel in die OT-Mitgliedschaft zu befassen sowie der Neuaufnahme zweier Unternehmen als OT-Mitglieder in den VSZV.

5. Landespresseball 2011

Am 11. November 2011 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 52. Landespresseball des Landes Baden-Württemberg statt.

Rund 2.400 Besucher aus Politik, Wirtschaft und Sport, allen voran der Schirmherr der Veranstaltung, Ministerpräsident Winfried Kretschmann, erlebten einen kurzweiligen Abend, mit den unterschiedlichsten Showeinlagen, begonnen mit brasilianischen Sambatänzerinnen, über die SWR Big Band, bis hin zu dem Stargast des Abends, Kim Wilde und vieles Weitere mehr. Ein weiterer Höhepunkt des Balles war die jährlich stattfindende Tombola, bei der 1.200 attraktive Preisen im Wert von mehr als 200.000 Euro verlost wurden. Der Hauptpreis 2011 war ein Fahrzeug der neuen B-Klasse von Mercedes im Wert von rund 39.000 Euro.

Organisiert und durchgeführt wurde der Landespresseball vom Sozialfonds der Landespresse Baden-Württemberg e.V. 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.

Der 53. Landespresseball soll am 23. November 2012 in der Stuttgarter Liederhalle stattfinden.

III. Recht und Sozialpolitik

1. Gehalts- und Manteltarifvertrag für Verlagsangestellte

Nach langwierigen Verhandlungen mit der Tarifpartei ver.di und ausgedehnten Streikaktionen wurde auf Empfehlung des VSZV-Vorstands der Tarifabschluss für die Angestellten der Druckindustrie vom 29. Juni 2011 für die Angestellten der Zeitungsverlage in Baden-Württemberg mit Wirkung zum 18. August 2011 übernommen.

Mit der Gehaltsabrechnung für September 2011 erhielten die Angestellten demnach eine Einmalzahlung in Höhe von 280 Euro, Auszubildende in Höhe von 140 Euro. Teilzeitbeschäftigte (auch Altersteilzeitler in der Freistellungsphase) erhielten die Einmalzahlung anteilig.

Mit Wirkung zum 1. August 2012 werden die Tarifgehälter um 2 % erhöht.

Mit der Gehaltsabrechnung für Juli 2013 erhalten die Angestellten eine weitere Einmalzahlung in Höhe von 150 Euro, Auszubildende in Höhe von 75 Euro. Teilzeitbeschäftigte (auch Altersteilzeitler in der Freistellungsphase) erhalten die Einmalzahlung anteilig.

Der Berechnung der Vergütung für Auszubildende liegt wie in der Vergangenheit der Berechnungsschlüssel des Lohnabkommens für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie zugrunde.

Kündbar ist der neue Gehaltstarifvertrag – ebenfalls in Übereinstimmung mit dem Tarifabschluss in der Druckindustrie – mit Monatsfrist erstmals zum 31. Dezember 2013. Der gleichzeitig, ohne Veränderungen, wieder in Kraft gesetzte Manteltarifvertrag für die baden-württembergischen Verlagsangestellten kann mit sechsmonatiger Frist zum Quartalsende erstmals zum 31. März 2014 gekündigt werden.

Der Tarifabschluss garantiert der VSZV-Mitgliedschaft im Bereich der Verlagsangestellten langfristige Planungssicherheit und einen mehrjährigen Tariffrieden.

2. Tarifverhandlungen Redakteure

Nachdem allein auf Landesebene zwischen VSZV und den beteiligten Gewerkschaften drei Sondierungsgespräche stattfanden und monatelang intensive Verhandlungen auf Landes- und Bundesebene geführt wurden, die begleitet wurden von heftigen Streikaktionen, unter denen vor allem die Zeitungsverlage in Baden-Württemberg zu leiden hatten, einigten sich BDZV und die Gewerkschaften Deutscher Journalisten-Verband (DJV) und dju in ver.di am 18. August 2011 auf einen Neuabschluss von Mantel- und Gehaltstarifvertrag. Der neue Gehaltstarifvertrag (GTV) und der neue Manteltarifvertrag (MTV) traten rückwirkend zum 1. August 2010 (GTV) und 1. Januar 2011 (MTV) in Kraft.

„Damit haben die Verlage Planungssicherheit bis 2013“, sagt BDZV-Verhandlungsführer Werner Hundhausen. Der neue MTV gilt bis zum 31. Dezember 2013. In den Jahren 2012 und 2013 können die Einmalzahlungen (Urlaubsgeld und Jahresleistung) per Betriebsvereinbarung bei Nachweis einer die Beschäftigung gefährdenden wirtschaftlichen Situation um jeweils 50 Hundertstel eines Monatsgehalts verkürzt werden, sofern auf betriebsbedingte Kündigungen verzichtet wird. Weitergehende Eingriffe sind bei wirtschaftlicher Notwendigkeit möglich, wenn die Tarifparteien an den Verhandlungen auf betrieblicher Ebene beteiligt werden und dem Ergebnis zustimmen.

Der neue GTV gilt bis 31. Juli 2013. Mit dem Oktobergehalt 2011 und dem Februargehalt 2013 wird eine Einmalzahlung von je 200 Euro gezahlt; im Jahr 2012 werden die Tarifgehälter ab 1. Mai um 1,5 % angehoben. „Es war unsere Absicht, gleichzeitig eine ergänzende

Plattform für Berufseinsteiger mit maßvoll abgesenkten Tarifen abzuschließen, in die dann auch die Onlineredakteure integriert werden sollten“, betont Hundhausen. Wir bedauern, dass die Gewerkschaften diesen Weg nicht mitgehen wollten. Die Notwendigkeit, ein solches Tarifwerk zu schaffen, bleibe jedoch für die Zukunft bestehen.

3. Urhebervertragsrecht und Bildhonorare für Freie Mitarbeiter: Scheitern der Schlichtungsverhandlungen und Ausblick

Beim Abschluss der Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen am 30. November 2009 waren nur die Honorare für Wortbeiträge festgelegt worden. Wegen der Höhe der Bildhonorare sollten die Gespräche im Jahr 2011 fortgesetzt und bis zum 30. September 2011 beendet werden.

Es wurde fünf Mal verhandelt, ohne dass eine Annäherung der gegenseitigen Standpunkte erreichbar war. Die Gewerkschaften blieben bei ihrer Position, zwar einer Spannenregelung – wie im Wortbereich geschehen – zuzustimmen, die konkreten Honorare aber nur mit einem Abschlag von 7,5 % bis 15 % aus der Honorartabelle des Tarifvertrages für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen abzuleiten. Die Vorstellungen des BDZV lagen weit darunter. Die Verhandlungen wurden daraufhin ergebnislos beendet (vgl. dazu das BDZV-Rundschreiben Nr. 35/2011 vom 29. September 2011).

Mit Schreiben vom 4. November 2011 haben die Gewerkschaften den BDZV zu Schlichtungsverhandlungen aufgefordert. Bisher hatte der BDZV Schlichtungsverhandlungen mit dem Argument verweigert, dass er über das Urhebervertragsrecht nur aufgrund von Einzelvollmachten, nicht aber aufgrund einer satzungsgemäßen Ermächtigungsgrundlage verhandle. Bleibt der BDZV bei seiner Ablehnung, können die Gewerkschaften diese gerichtlich überprüfen lassen. In der letzten Verhandlungsrunde deuteten die Gewerkschaftsvertreter an, dass ihre Gremien die Einleitung gerichtlicher Schritte bereits beschlossen hätten. Zusätzlich oder alternativ zu dem Gerichtsverfahren könnten die Gewerkschaften auch Verhandlungen auf Verlagsebene anstreben. Denn der einzelne Verlag kann sich diesen nach der gesetzlichen Regelung in § 36 Abs. 1 UrhG nicht entziehen. Er kann auch zu Schlichtungsverhandlungen gezwungen werden.

Es stellte sich damit die Frage, wie die Mitgliedsverlage dazu stehen, dass der BDZV sich unter der Voraussetzung auf Schlichtungsverhandlungen mit den Gewerkschaften einlässt, dass diese nicht einzelne Verlage zu Verhandlungen auffordern. Der VSZV hat hierzu mit Schreiben vom 16. November 2011 die Mitgliedsverlage zur Stellungnahme aufgefordert, wie die Verlage zu der Möglichkeit der Verhandlungsführung durch den BDZV stehen. Die Mehrzahl der Mitliedsverlage sprach sich für eine Verhandlungsführung durch den BDZV aus. Diese Auffassung wurde durch den VSZV in die Sitzung des Erweiterten Präsidiums am 30. November 2011 eingebracht. Der weitere Verlauf der Verhandlungen bleibt abzuwarten. Der VSZV wird hierüber fortlaufend informieren.

4. Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik

Leiter des Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik ist VSZV-Vorstandsmitglied Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen.

Der VSZV-Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik tagte zuletzt vor Beginn der Tarifrunde für Redakteure und Verlagsangestellte im Juli 2010 in Stuttgart. Dort wurden die Leitlinien des VSZV für die bereits im Jahre 2010 begonnen und sich weit in das Jahr 2011 erstreckenden Tarifrunden für Verlagsangestellte und Redakteure festgelegt.

In der laufenden Tarifrunde wurden durch den Ausschussvorsitzenden Herrn Dr. Jansen und VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel mit den Gewerkschaften mehrere Sondierungsge-

spräche geführt und die tariflichen Leitlinien des VSZV weiterentwickelt und in die Diskussion auf Bundesebene eingebracht. Es sei hierzu auf den Berichtspunkt zu Ziff. 2 verwiesen.

5. Gesetzesinitiativen zum flächendeckenden Mindestlohn und zu den geringfügig Beschäftigten

Am 16. Dezember 2011 hat der Bundesrat in seiner Plenarsitzung über zwei Gesetzgebungsvorhaben beraten. Es handelte sich hierbei um den „Entwurf eines Gesetzes zur Reform der geringfügig Beschäftigung und zur Bekämpfung der illegalen Beschäftigung“, der von den Ländern Nordrhein-Westfalen, Brandenburg und Bremen eingebracht wurde und die „Entschließung des Bundesrates - Faire und sichere Arbeitsbedingungen durch Implementierung eines flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohnes“ der Länder Baden-Württemberg, Hamburg und Rheinland-Pfalz.

Der Entwurf eines Gesetzes zur Reform der geringfügigen Beschäftigung sah im Kern vor, die regelmäßige Wochenarbeitszeit von geringfügig Beschäftigten auf maximal zwölf Stunden zu begrenzen. Mit dieser zeitlichen Begrenzung soll erreicht werden, dass auch geringfügig Beschäftigte „angemessen entlohnt würden“. Der zweite Entwurf sah ein „Bruttoarbeitsentgelt vor, das für eine Zeitstunde durch Rechtsverordnung festgesetzt und nicht unter 8,50 Euro (brutto) liegen soll“.

Mit Schreiben vom 21. Dezember 2011 und 11. Januar 2012 hat der VSZV eine Befragung seiner Mitgliedsverlage durchgeführt, um insbesondere regionale Besonderheiten in der Zustellung zu eruieren und auch dazu, mit welchen konkreten Folgen unsere Mitglieder für den Fall rechnen müssten, dass diese Gesetzesentwürfe umgesetzt werden würden. Die seitens der Mitgliedsverlage übermittelten Fragebögen wurden an den BDZV weitergeleitet und in die Sondersitzung der Arbeitsgruppe Logistik am 17. Januar 2012 eingebracht. Mit Schreiben vom 24. Januar 2012 wies der VSZV gegenüber der baden-württembergischen Arbeitsministerin, Frau Katrin Altpeter, auf die Besonderheiten der Zeitungsbranche hin, welche eine Ausnahmeregelung erforderlich machen. Beide Gesetzesvorhaben fanden Anfang 2012 im Bundesrat nicht die erforderliche Mehrheit und sind somit gescheitert. Die weitere Entwicklung rund um diesen Themenkomplex im Jahr 2012 bleibt abzuwarten und wird vom VSZV intensiv betreut werden.

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage

Die Bundesregierung hatte sich bereits in ihrem Koalitionsvertrag für die Verankerung eines Leistungsschutzrechts für Presseunternehmen ausgesprochen.

Im Zuge dessen waren bereits Anfang des Jahres 2010 die ersten Gespräche der Verlegerverbände mit Vertretern der Regierung geführt worden. Gleichwohl wurden bisher die Erwartungen der Verleger nicht erfüllt. Auch Anfang des Jahres stritten die Verleger mit der Industrie über das Thema. So übte das Mitglied der Hauptgeschäftsführung des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Dieter Schweer, noch im März 2011 Kritik an den Vorstellungen der Verleger und bezeichnete das von den Verlegern geforderte Leistungsschutzrecht als „neue Internetgebühr, die eine Gefahr für deutsche Unternehmen darstelle". BDZV und VDZ wiesen diese Kritik zurück und forderten den BDI auf, seine ordnungspolitischen Vorstellungen zu überdenken. Es wurde erneut verdeutlicht worum es beim Leistungsschutzrecht geht:

- Einen besseren Schutz gegen die massenhafte digitale gewerbliche Nutzung der Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften. Verlagsinhalte gehören zu den im Netz gefragten Top-Produkten. Immer mehr gewerbliche Anbieter nutzen systematisch die Inhalte, um Gewinn zu erzielen, ohne dass die Verlage daran beteiligt werden.

- Zur Erstellung dieser Inhalte benötigen Zeitungen und Zeitschriften verlegerische Investitionen über die redaktionellen Leistungen hinaus. Damit Inhalte produziert und vertrieben werden können, investieren sie in Organisation, Vermarktung, Personal und Vertrieb. Diesen Aufwand honorieren Anzeigenkunden und Käufer der Print-Titel, viele digitale gewerbliche Nutzer aber nicht.

- Es geht um den Schutz des Eigentums der Verlage, denen es darauf ankommt, dass ihr Investitionseinsatz respektiert wird, weil es ansonsten immer schwieriger wird, Qualitätspresse zu finanzieren.

- Dabei reicht ein rein urheberrechtlicher Schutz nicht aus. Dieser umfasst nicht den gesamten verlegerischen Aufwand und Einsatz, und er hilft auch nicht bei der Sicherung von Recht gegen Missbrauch.

- Ein Leistungsschutzrecht beschränkt - anders als behauptet - weder das Zitatrecht, noch Links, noch private Kopien.

- Mehr Paid Content-Modelle sind keine Alternative, weil auch diese massenhaft ohne Gewinnbeteiligung der Verlage zu gewerblichen Zwecken vervielfältigt werden können.

- Es geht um ein Recht, das für die Film-, Fernseh- und Musikbranche längst selbstverständlich ist.

Noch im September 2010 hat auch Bundeskanzlerin Merkel die Diskussion aufgenommen, nachdem der BDZV angemahnt hatte, dass Justizministerin Leutheusser Schnarrenberger (FDP) bisher noch keinen Entwurf vorgelegt hatte. Frau Merkel wies, wie schon zuvor der CDU-Bundestagsabgeordnete Thomas Jarzombeck, darauf hin, dass „man sich vor dieser Verantwortung nicht drücken werde". Allerdings äußerte Sie auch, dass in der digitalen Welt „nicht alles mit gesetzlichen Anpassungen" reguliert werden könne.

Der VSZV hatte in seinen Gesprächen im Staatsministerium immer wieder auf die Notwen-

digkeit der Etablierung eines solchen Leistungsschutzrechtes hingewiesen und um Unterstützung des Anliegens durch die Landesregierung in der Bundesratsarbeit gebeten.

Zum Ende des Berichtsjahres steht die Vorlage eines Gesetzesentwurfes noch aus.

2. Pressefusionsrecht / Änderung des GWB

Auch im Jahre 2011 wurde die Diskussion um die Reform des Pressefusionsrechts intensiv fortgeführt. Hintergrund der Diskussion ist, dass der Gesetzgeber den durch die Digitalisierung der Informationswelt verursachten grundlegenden Veränderungen auf den Leser- und Anzeigenmärkten im Hinblick auf das Pressefusionsrecht keine Rechnung getragen hat. In der Folge mangelte es an Orientierung gebenden Impulsen für die Kartellamtspraxis. Um der Zeitungslandschaft eine entwicklungs- und zeitkonforme Struktur zu sichern, ist eine Anpassung des geltenden Pressefusionsrechts dringend geboten.

Gemeinsam mit dem Verband der Lokalpresse haben sich die im BDZV zusammengeschlossenen Landesverbände auf Vorschläge zur Reform des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in einigen wesentlichen Punkten geeinigt. So forderten sie vor allem Erleichterungen hinsichtlich der Durchführung von Sanierungsfunktionen, Änderung der Beurteilungsgrundsätze für das Vorliegen von Wettbewerb zwischen Nachbarschaftsverlagen und eine Änderung der Aufgreifschwellen. So sollte die bisher für Presseunternehmen geltende Aufgreifschwelle nach oben angepasst werden und der bislang geltende Faktor von 20 auf 8 reduziert werden, was dazu führen würde, dass die gemeinsame Umsatzschwelle unter Berücksichtigung dieser Vorgaben nicht mehr 25 Mio. Euro, sondern 62,5 Mio. Euro betragen würde. Die Schwelle für den Bagatellmarkt sollte nach den Vorstellungen der Verleger von bislang 750.000 Euro auf 1,9 Mio. Euro angehoben werden. Ferner sollte die für alle anderen Branchen bereits geltende Bagatellanschlussklausel (Umsatzerlös eines beteiligten Unternehmens) auch für Presseunternehmen eingeführt werden, die bei 1,25 Mio. Euro liegt.

Im November des Jahres hatte das Bundeswirtschaftsministerium dann einen Entwurf zur Novellierung des Gesetzes vorgelegt, zu dem im Rahmen einer Anhörung im Dezember Stellung genommen werden konnte. Auch Vertreter des VSZV waren in der Anhörung vertreten. Bedauerlicherweise beinhaltet der Gesetzesvorschlag lediglich einen Eckpunkt aus dem Katalog, den BDZV und VDL der Bundesregierung zuvor übermittelt hatten: die Änderung der Aufgreifschwelle durch Änderung des Faktors 20 auf den Faktor 8. Damit würden Verlage mit einem gemeinsamen Umsatz von bis zu 62,5 Mio. Euro künftig keiner Kontrolle mehr durch das Kartellamt unterliegen. Die darüber hinaus gehenden Vorschläge der Verlegerverbände zur Anpassung der pressespezifischen Regeln wurden allerdings nicht berücksichtigt.

Zu einer abschließenden Entscheidung über die Reform des Pressefusionsrechts ist es im Berichtsjahr nicht mehr gekommen.

3. Schutz der Verbraucher vor Kostenfallen im Internet

Mit Schreiben vom 16. März 2011 forderte der VSZV den damals noch amtierenden Ministerpräsidenten Stefan Mappus auf, der Entschließung des Bundesrates „Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im Internet“ nicht zuzustimmen. Mit den geplanten Änderungen war der Vorschlag des Landes Rheinland-Pfalz verbunden, eine „Bestätigungslösung im Internet“ in den verbraucherschutzrechtlichen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches einzuführen. Dies sollte durch den verpflichtenden Hinweis auf die Kostenpflichtigkeit eines Angebots verbunden mit einer zusätzlichen ausdrücklichen Bestätigung durch den Verbraucher geschehen, dass er diese Kostenpflichtigkeit auch wahrgenommen hat.

Der VSZV hat klargestellt, dass die vorgeschlagene Regelung nicht geeignet ist, den Verbraucherschutz zu erhöhen und dass damit seriös agierende Unternehmen erheblich be-

lastet würden durch die weitere Verkomplizierung des teilweise schon jetzt als unübersichtlich anzusehenden und überaus kleinteilig regulierten Vertriebsbereiches.

4. Telemediengesetz

Mit Schreiben vom 10. Juni 2011 hat der VSZV gegenüber Ministerpräsident Winfried Kretschmann zu Änderungen des Telemediengesetzes Stellung genommen. So sprach sich der VSZV gegen eine geplante Gesetzesinitiative aus, die federführend durch das Land Hessen im Bundesrat einbracht worden ist. Mit diesen Regelungen sollten komplexe Vorgaben für Leser- oder Nutzeräußerungen in sozialen Netzwerken und Online-Foren von Telemedienanbietern statuiert und neue Informationspflichten und Löschungsrechte eingeführt werden. Dadurch würden die notwendigen Leserkommentarfunktionen der digitalen Presse wesentlich eingeschränkt und gefährdet. Auch eine vorgezogene Verschärfung von Datenschutzbestimmungen, unabgestimmt mit den Vorgaben der EU-Datenschutzrichtlinie, ist nach Ansicht des VSZV zum gegenwärtigen Zeitpunkt verfrüht. Hier ist zuerst eine sorgfältige Evaluierung der gesetzgeberischen Initiative auf nationaler Ebene unter Einbeziehung der Vorgaben der EU-Datenschutzrichtlinie erforderlich.

5. Das Kartellverfahren der Verlage gegen Google

Die deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage zählen mit ihren Online-Portalen zu den wichtigsten Anbietern von Inhalten, auf die Google zurückgreift. Die Verlage haben sich an die Kartellbehörden gewandt, weil Google auf den Suchergebnisseiten seine eigenen Webseiten besser positioniert als diejenigen Inhalte der anbietenden Verlage und weil Google den Verlagen für die Nutzung ihrer Inhalte die Zahlung einer angemessenen Vergütung verweigert.

Im Rahmen eines Kartellverfahrens soll geklärt werden, ob Google als marktbeherrschendes Unternehmen berechtigt ist, seine eigenen Webseiten besser zu positionieren als diejenigen von anderen Inhalte-Anbietern und ob Google verpflichtet ist, Inhalte-Anbietern wie den Presseverlagen eine Gegenleistung für die Nutzung ihrer Inhalte zu zahlen. Die Verlage fordern faires Ranking („Fair Search“) und einen angemessenen Anteil an den Einnahmen, die Google mit Hilfe von Verlagen produzierten Inhalten erzielt („Fair Share“).

Die Verlegerverbände BDZV und VDZ haben die Beschwerdeverfahren gegen das Unternehmen Google mittlerweile bei der EU-Kommission in Brüssel gebündelt. So hatte die EU-Kommission bislang nur die Beschwerden wegen der neutralen Stellung der Suchergebnisse („Fair Search“) bearbeitet. Nachdem seit Dezember des Jahres 2011 auch eine offizielle Beschwerde der spanischen Zeitungsverleger wegen des Themas „Fair Share“ vorliegt, schien es sachgerecht, der EU-Kommission die deutsche Beschwerde in vollem Umfang vorzulegen.

Im Berichtsjahr ist über den diesbezüglichen Fortgang des Verfahrens noch nicht entschieden worden.

6. Tablet-PC’s: Der Streit mit Apple um Kundendaten, Abo- und Bezahlmodelle

Mit den unbestrittenen vielfältigen Möglichkeiten, die der von Apple entwickelte Tablet-PC „iPad“ für Verlage als Inhalteanbieter eröffnen kann, sind bedauerlicherweise auch einige sehr komplexe Streitfragen zwischen den Verlagen und dem Hersteller Apple aufgeworfen worden.

So bietet Apple mit seinem als Online-Kiosk fungierenden Dienst „iTunes“ nicht nur den Zugang an, um die sog. Apps von Zeitungen und Zeitschriften sowohl für das Smartphone „iPhone“ und das „iPad“ zu verkaufen, sondern entwickelte zunehmend die Kontrolle für Apps, gewann die Hoheit über die Kundenbeziehung, und verdiente vor allem bei jedem Ver-

kauf über seinen „elektronischen Kiosk“ kräftig mit. Vor allem die Bestrebungen von Apple, den Verlagen den Verkauf ihrer Produkte über eigene Online-Kioske verbieten zu wollen, stießen bei den Verlegern auf massiven Widerstand. Einhellige Meinung aller Verleger ist, dass Apple den Verlagen die Freiheit gewähren muss, den Endkundenkontakt zu behalten und selbst über das Bezahlmodell für ihre Produkte entscheiden zu können.

Im Juni des Jahres 2011 hat es schrittweise eine Annäherung der beiden Lager gegeben. Apple hatte einige Änderungen seiner Geschäftsbedingungen im App-Geschäft bekanntgegeben. Dazu gehörte vor allem eine Änderung des Newsstands. Dieser exklusive Kiosk bedeutet eine eigenständige Vertriebsplattform für digitale Presseerzeugnisse, die die Angebote der Presseverlage im nahezu unüberschaubaren App-Angebot von Apple für die Nutzer sichtbar machen. Zu weiteren Verbesserungen gehört der Wegfall des In-App-Kaufzwanges. Verlage können nun außerhalb der App-Abonnements im App-Store, auch wenn sie auf beiden Wegen Abos anbieten, diese anbieten und verkaufen, ohne dies parallel im App-Store tun zu müssen. Sie können nun Abos außerhalb von iTunes zu anderen Preisen verkaufen.

Die Aufhebung der Preisvorgaben gibt den Verlagen die notwendigen Spielräume für Bündelungs- und Promotionsangebote. Weiterhin untersagt bleibt, mit Links innerhalb der App zu Verkaufsangeboten von digitalen Produkten und Abonnements außerhalb der App zu verlinken.

Gesprächsbedarf sehen VDZ und BDZV vor allem beim Thema Kundenbeziehung, die nach wie vor von Apple allein beansprucht wird. Dabei ist die volle Kundenbeziehung für das Vermarktungsgeschäft der Verlage unerlässlich.

7. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Der Streit um die Grenzen des öffentlich-rechtlichen Versorgungsauftrages: Die ARD-App

Auch im Jahre 2011 wurde intensiv um die Grenzen des rundfunkstaatsvertraglichen garantierten Tätigkeitsfeldes öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter gestritten. Stand im Jahr 2010 noch der Ausgang der Drei-Stufen-Testverfahren für die Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter im Mittelpunkt, konzentrierte sich 2011 der Streit sehr schnell auf die Angebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter für mobile Endgeräte, den Smart-Phones. In den Mittelpunkt rückte die Tagesschau-App, ein textdominantes, Produkt, das - kostenlos angeboten - eine presseähnliche Berichterstattung ohne jeden Sendungsbezug vorhält, somit nach Rechtsauffassung der Verleger eindeutig gegen die rundfunkstaatsvertraglichen Vorgaben in § 11 d Abs. 2 Nr. 3 verstößt.

Die Diskussion nahm zu Beginn des Berichtsjahres an Schärfe zu. Allgemein wurde von Vertretern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vorgebracht, dass es sich bei dem Angebot innerhalb der „Tagesschau-App“ nur um die Ausspielung von vorhandenem Material auf neuen Vertriebswegen handle, so eine Äußerung der ARD-Vorsitzenden Monika Piel im Januar 2011. Ein von ihr vorgebrachter Kompromiss-Vorschlag, auch öffentlich-rechtliche Sender könnten ihre Angebote auf Kostenpflichtigkeit umstellen, wenn auch die Verleger Geld für ihre Anwendungen verlangten, wiesen die Verleger als unpraktikabel zurück, da damit den grundsätzlichen Anforderungen des RfStV nicht entsprochen werde, und die gegenwärtige Marktlage den Verlegern die flächendeckende Durchsetzung von Bezahlmodellen nicht erlaube.

Im Juni des Jahres 2011 reichten acht Zeitungsverlage bei der Wettbewerbskammer des Landgerichts Köln eine gemeinsame Klage gegen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und NDR ein. Sie richtet sich gegen die presseähnlichen Angebotsformen, Hörfunk und fernsehähnliche Inhalte bleiben von der Kritik der Verleger unberührt. Kritik übten die Verleger auch an den Landesregierungen, die untätig zuschauten, wie mit Gebührengeldern

finanziert, umfänglich Pressetexte geschrieben und digital verbreitet würden. Es bedürfe in Deutschland aber keiner staatsfinanzierten Presse. Der BDZV unterstützt das Verfahren der klagenden Verlage, die unter anderem von den Verlagsgesellschaften folgender Tageszeitungen getragen wird: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Die Welt“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Kölner Stadt-Anzeiger“, „Rheinische Post“, „Ruhr Nachrichten“ und „Flensburger Tageblatt“.

Im ersten Termin hat der Vorsitzende Richter den Streitstand mit den Parteien erläutert. Dabei wurden auch Möglichkeiten erörtert, unter welchen Umständen eine für beide Parteien zufriedenstellende Einigung denkbar wäre. Offen in der Verhandlung sind allerdings weiterhin die Kernfragen der Definition der Presseähnlichkeit nach RfStV sowie die Frage der Bewertung der App als presseähnliches Angebot.

Zum Ende des Jahres waren die Parteien bemüht, Wege für eine Annäherung weiter auszuloten. Zum Ende des Berichtsjahres konnte ein solcher Kompromiss noch nicht gefunden werden. Die Gespräche zwischen Verlegervertretern und der ARD-Vorsitzenden Monika Piel nebst den Intendanten von NDR und ZDF werden im Januar 2012 fortgesetzt.

Positiv aufgenommen von verlegerischer Seite wurde dagegen die Gestaltung der zum September des Berichtsjahres freigeschaltenen Mediathek-Applikation des ZDF. Nach Auffassung der Verlegerverbände zeige sich hier, dass die Präsentation von Bewegtbildbeiträgen auf den neuen digitalen Endgeräten ohne lange Texte auskomme, was Kernpunkt der Kritik des ARD-Angebots ist. Damit konzentriere sich das ZDF auf seinen originären Auftrag und seine Kernkompetenz.

Diskussion um die Werbefreiheit/-Beschränkungen des Öffentlichen Rundfunks

Die Diskussion um die Werbefreiheit bzw. stärkere zeitliche Beschränkung des Werbeumfangs des öffentlich rechtlichen Rundfunks reißt nicht ab. Der Schwesterverband des VSZV, der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA), hat sich gemeinsam mit den in der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk organisierten Verbänden bereits im Frühjahr 2010 dafür ausgesprochen, in allen Bundesländern eine Werbezeitbeschränkung im öffentlich-rechtlichen Hörfunk nach dem Vorbild des NDR zu verankern. So wirbt der NDR nur in einem Radioprogramm und beschränkt sich hier auf nur 60 Minuten pro Tag. Allerdings sind die Werbezeiten in den Bundesländern höchst unterschiedlich geregelt, der Bayerische Rundfunk (BR) dagegen wirbt auf allen fünf Sendern und erlaubt sich 128 Werbeminuten pro Tag.

Die Diskussion wurde in Baden-Württemberg neu belebt, als Ende November durch Verlautbarungen der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei bekannt wurde, dass eine Reform des SWR-Staatsvertrages geplant ist, was kurze Zeit später in einem Presseinterview der baden-württembergischen Staatsministerin Silke Krebs bestätigt wurde. Dass der SWR-Staatsvertrag einer Reform unterzogen werden soll, ist schon im Koalitionsvertrag zwischen Bündnis 90/Die Grünen und SPD verankert. Konkrete Änderungsvorschläge lagen im Berichtsjahr allerdings noch nicht vor, der VSZV wird gemeinsam mit seinem Schwesterverband VPRA rechtzeitig die Notwendigkeit der Einfügung einer entsprechenden Werbezeitregelung geltend machen.

Änderung im Rundfunkgebührensystem durch den 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Endgültig hat nun im Dezember des Jahres 2011 mit Schleswig-Holstein das letzte Land der Abschaffung der Rundfunkgebühr durch den 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zugestimmt. Somit kommt nun zum 1. Januar 2013 ein neues System: Aus der Gebühr, die an das Vorhandensein eines Empfängers gebunden ist, wird ein Beitrag berechnet pro Haushalt und Betriebsstätte. Die Abgabenhöhe von 17,98 Euro soll bleiben, nach einer Mitteilung der

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, sogar bis 2016.

8. Digitaler Rundfunk in Baden-Württemberg

Noch auf der Jahrespressekonferenz der LFK am 22. Dezember 2011 hat die LFK ihre Vorstellungen zur Etablierung der landesweiten Verbreitung digitalen Hörfunks in der neuen Übertragungstechnologie DAB+ präsentiert und erste Schritte für die Umsetzung des Vorhabens angekündigt.

Daraufhin hatten sich in den folgenden Monaten die privaten Veranstalter, vertreten durch den VSZV-Schwesterverband VPRA, intensiv mit der Materie zu befassen. Bis zum Start der Ausschreibung im September 2011 hat die VPRA-Geschäftsstelle insgesamt 20 interne und externe Termine wahrgenommen, in denen es um die Grundsätze zur Gestaltung der Rahmenbedingungen des neuen Übertragungsmediums ging. Dabei wurden neben den notwendigen VPRA-Gremiensitzungen (Mitgliederversammlungen und technischer Ausschuss des VPRA) vor allem Gespräche mit der LFK, der technischen Abteilung des SWR, der MEDIA BROADCAST, dem Staatsministerium und dem VPRT geführt.

Das Grundproblem der neuen Technologie ist nach wie vor, dass sich nach gegenwärtiger Situation, mangels entsprechender Durchdringung des Marktes mit DAB+-tauglichen Endgeräten, eine Refinanzierbarkeit der erforderlichen Programmangebote nicht vom Sendestart an realisieren kann, und die Veranstalter deswegen auf Planungssicherheit hinsichtlich ihrer Lizenzen zur herkömmlichen Verbreitung auf dem analogen Standard UKW angewiesen sind.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund hatte der VPRA eine Verlängerung der Laufzeit der Lizenzen gefordert, der der Gesetzgeber mit Hinblick auf den damals telekommunikationsrechtlich feststehenden Endtermin des UKW-Spektrums bis zum 31.12.2015 entsprochen hat.

Es galt nun also die Einstiegshürde für die baden-württembergischen Veranstalter einerseits so niedrig wie möglich zu gestalten und andererseits für die Veranstalter, für die nach Abwägung wirtschaftlicher und programmlicher Gründe gegenwärtig kein DAB-Engagement in Betracht kommt, keine Hindernisse zu schaffen, die sich im Zuge des 4. Lizenzierungsverfahrens bei der Beurteilung der Lizenzanträge negativ auswirken.

Im Zuge der Verhandlungen des Jahres 2011 hatte sich folgendes herauskristallisiert:

- Für die landesweite Verbreitung der intendierten Programme nutzen bis zum 30. November 2014 der SWR und die privaten Anbieter in Baden-Württemberg einen gemeinsamen Multiplex zur Verbreitung der Hörfunkprogramme. Dieser wird in einem ersten Aufbau nicht landesweit mobil empfangbar sein, sondern sich im Schwerpunkt auf die Rheinschiene mit den Städten Karlsruhe bis Freiburg, die Rhein-Neckar-Region, die Region Stuttgart und Ulm beschränken. Dieser Multiplex wurde auf dem Kanal 11 B ausgeschrieben. Das minimiert das Kostenvolumen insofern, als die privaten Veranstalter nicht von Anfang an einen eigenen Multiplex finanzieren müssen.

- Von der Gesamtkapazität dieses Kanals stehen nach Maßgabe von § 9 Abs. 3 der Nutzungsplanverordnung zunächst 216 CU der Gesamtkapazität von 864 CU für Angebote des privaten Rundfunks zur Verfügung (25 %), die restlichen 75 % (648 CU) erhält der SWR zur Nutzung zugewiesen.

- Erreicht wurde, dass auch die Möglichkeit besteht, dass sich Veranstalter mit einem Simulcast-Angebot bewerben können. Allerdings wies die LFK darauf hin, dass unter Meinungsvielfaltsgesichtspunkten im Rahmen des abschließenden Abwägungspro-

zesses ein neues und innovatives Programmangebot im Einzelfall höher zu berücksichtigen sein könnte.

- Erreicht wurde ebenfalls, dass im Rahmen einer Neulizenzierung ab dem Jahre 2015 keine Koppelung zu einem gegenwärtigen DAB-Engagement erfolgen soll, so wie das in anderen Bundesländern bereits angedacht ist.

  Die LFK hat sich einer technischen Infrastrukturförderung, durch Übernahme von Senderkosten durch den Netzbetreiber, verwehrt. Allerdings liegt die Zusage der LFK vor, die Sender über einen Werbezuschuss zu unterstützen. Dieser werde aus einer „Digitalisierungsrücklage" von ca. 1 Mio. Euro geleistet und könne in den ersten Jahren bis zu 300.000 Euro per anno für alle aufgeschalteten privaten Programme betragen.

Bis zum Ende der Ausschreibungsfrist hatten sich folgende Anbieter beworben:

- bigFM in Baden-Württemberg GmbH & Co.KG.
  „big FM Worldbeats"

- DigitalRadio BW GbR (Radio Regenbogen, Radio 7, ANTENNE1)
  „LiveRadio" – Baden-Württembergs erstes Eventradio
  „Arena" – Baden-Württembergs neues Sport- und Rockradio

- Natus Media GmbH, Siegburg
  „Radyo-Türk"

- Schwarzwaldradio Digital Beteiligungsges. mbH i. Gr.
  „Schwarzwaldradio"

Zum Ende des Berichtsjahres lagen noch keine Entscheidungen der LFK vor. Unter fünf Programmangeboten ist grundsätzlich, gemessen an der Anzahl der zur Verfügung stehenden Übertragungskapazität von max. 54 CU pro Programm, eine Auswahlentscheidung zu treffen. Zusätzlich erforderlich ist die Vorlage eines gültigen Vertrages mit dem Netzbetreiber Digitalradio Südwest (eine gemeinsame Gesellschaft von MEDIA BROADCAST und SWR).

9. Bewegtbild-Kongress TV Komm.

Verlage und Medienhäuser, Radiosender, TV-Veranstalter, Corporate TV-Produzenten, aber auch Unternehmenskommunikatoren haben anlässlich des am 1. März 2011 stattgefunden Kongresses TV.Komm dargestellt, wie sie ihre Nutzer über neue Kommunikationskanäle und -technologie ansprechen, ihre Marken im Social Web stärken, und neue Umsätze über Bewegtbildangebote generieren.

VSZV und VPRA waren zum vierten Mal Partner der Veranstaltung.

Auf den Kongress eröffnenden Gipfeltalk ging es um die Zukunft des Bewegtbildes. Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jun. hat aus Sicht der Verlage die Entwicklungen, Chancen und Risiken vor dem Fachpublikum dargestellt und erläutert.

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Im Jahr 2011 tagte der VSZV-Anzeigenauschuss am 16. Februar in Stuttgart.

Bei der Sitzung wurde unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden Hans-Jörg Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, u.a. die Entwicklung des Anzeigenmarkts im Jahr 2010 eingehend erörtert. Der Ausschussvorsitzende umriss die wirtschaftliche Entwicklung in Bund und Land sowie die Anzeigenentwicklung der Zeitungsverlage im Rahmen seiner Begrüßung anhand einiger Eckdaten. Anschließend diskutierten die Teilnehmer der Sitzung ausführlich über Reaktionsmöglichkeiten, gemeinsame Handlungsoptionen und über die allgemeine Perspektivlage der Zeitungsverlage im Verhältnis zum Lebensmitteleinzelhandel unter dem Schwerpunktthema „ALDI und die Tageszeitung".

Im Folgenden stellte der Anzeigenleiter des Badischen Tagblatts, Stefan Hörig, im Rahmen eines Best-Practice-Vortrags, das am 8. Oktober 2009 erstmals produzierte Veranstaltungs- und TV-Magazin „Auszeit" des Badischen Tagblatts vor. Er berichtete, dass sich das Badische Tagblatt im Jahr 2009 angesichts einer immer stärker werdenden Tageszeitungskunden-Präsenz in der bis dahin beigelegten Fernsehzeitschrift „rtv" für eine selbst produzierte und vermarktbare Zeitungsbeilage entschieden habe und zeigte sich über die Resonanz auf das noch junge Produkt zufrieden.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus dem BDZV-Anzeigenausschuss
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung
- VSZV-Anzeigenleitertagung 2011

2. Anzeigenleitertagung

Auf Einladung der Heidenheimer Zeitung wurde die VSZV-Anzeigenleitertagung im Berichtsjahr am 13. Juli 2011 in Heidenheim abgehalten. Als Gast nahm Markus Ruppe (ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt) an der Tagung teil.

Zu Beginn der Tagung begrüßte der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Hans-Jörg Wilhelm, die Teilnehmer auch in seiner Funktion als Gastgeber herzlich auf Schloss Hellenstein. 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. Herr Wilhelm gab anschließend einen Einblick in die Wirtschaftsregion Heidenheim und die bewegte Schlossgeschichte. Den Verlag der Heidenheimer Zeitung, welcher 1849 als „Grenzbote" gegründet wurde, stellte er als Familienunternehmen mit mehr als 150-jähriger Tradition vor.

Anschließend thematisierte Herr Wilhelm die Entwicklung der Anzeigenmärkte seit der vorangegangenen Tagung im Juli 2010 in Maulbronn. Die damals prognostizierten Schwierigkeiten, so stellte der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses fest, seien vollumfänglich eingetreten. Zwar hätten die Zeitungsverlage die durch den krisenbedingten Kostendruck entstandenen Herausforderungen mittlerweile weitgehend bewältigt, angesichts lediglich abgeschwächter Rückgänge bei den Anzeigenvolumina bestehe jedoch noch kein Grund, sich zurückzulehnen. Nach wie vor seien die Verluste in etlichen Anzeigenrubriken schmerzlich und inakzeptabel.

Vor diesem Hintergrund appellierte Herr Wilhelm an die im VSZV organisierten Verlagshäuser, noch stärker an einem Strang zu ziehen und sich um konstruktive Kommunikation und gemeinsame Lösungen zu bemühen. Hierzu habe man bspw. durch die Einberufung zweier ad-hoc-Arbeitsgruppen im Vorfeld der Anzeigenleitertagung beitragen wollen, die sich im weiteren Verlauf der Veranstaltung zu aktuellen Themen einbrächten. Darüber hinaus lud er die Teilnehmer ein, sich auf der Verbandsebene mit Themen- und Diskussionsvorschlägen zu engagieren.

Im weiteren Tagungsverlauf referierten zum Themenkomplex „Cross- und multimediale Herausforderungen der regionalen Tageszeitung“ unter Moderation und Einführung in den Themenkomplex durch Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung, zunächst Aiste Philipp, Heilbronner Stimme, zum crossmedialen Kampagnenmanagement, daran anschließend Christopher Wertz, Pforzheimer Zeitung, zum Themenfeld „Online-Relaunch und -vermarktung“ und ferner Stephan Körting, Reutlinger General-Anzeiger, zur Thematik „Couponing: national - regional - lokal“.

Anschließend gab Markus Ruppe, Geschäftführer der ZMG, einen Einblick in aktuelle Themenschwerpunkte der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft.

Herr Ruppe erläuterte in seinem Bericht die Beweggründe der ZMG, sich seit dem vergangenen Jahr in deutlich stärkerem Maße mit dem Bereich „junge Leser“ zu befassen. Im vergangenen Jahr habe eine Verlagsbefragung zum wiederholten Male ergeben, dass die BDZV-Mitgliedschaft diesem Themenkreis eine sehr hohe Priorität beimesse. Bei dieser Umfrage hätten die Zeitungsverlage besonders für eine Verstärkung der Grundlagenforschung sowie die Einrichtung einer anschließend mit dem Projekt „Jule“ verwirklichten Austauschplattform plädiert.

Der Grundlagenforschung habe sich hierauf die ZMG in Gestalt einer in Kooperation mit dem Institut für Demoskopie Allensbach verwirklichten Querschnittsstudie angenommen. Im Gegensatz zu früheren Annahmen weise die Studie nach, dass dieser überdurchschnittliche Rückgang bereits Ende der 70er Jahre und somit bei weitem nicht erst seit der Etablierung des Internets eingesetzt habe. Herr Ruppe bezeichnete es dessen ungeachtet als unerlässlich, jüngere Zielgruppen weiter zu bearbeiten und befürwortete konzertierte Aktionen der Zeitungsverlage gegenüber der Politik.

Zum Abschluss des ZMG-Berichts kam Herr Ruppe auf den Stand der ZMG-Initiative „TV-Marken in die Zeitung“ und auf die Entwicklung beim Lebensmitteldiscounter ALDI zu sprechen. Auf VSZV-Ebene war im Spätjahr 2010 ein Teilnahmewunsch an der TV-Initiative an die ZMG herangetragen worden. Herr Ruppe teilte diesbezüglich mit, dass die ZMG das Projekt weiterhin, auch für die baden-württembergischen Verlage, am Markt anbiete, angesichts der Discounter-Entwicklung insbesondere bei ALDI gegenwärtig allerdings andere Themen priorisieren müsse. Die Situation bei ALDI Süd bezeichnete er als nach wie vor hetorogen und lud die Anzeigenleiter ein, auf zmg-info.de auf fünf Fallstudien und ausführliches weiteres Informationsmaterial zuzugreifen. Darüber hinaus bot Herr Ruppe allen Anzeigenleitern die Begleitung der ZMG zu Regionalgesprächen bei ALDI an.

Die weiteren Themen der Tagung:

- Bericht aus der VSZV Arbeitsgruppe Produktentwicklung
- Wettbewerb im Verteilermarkt
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung

Im Anschluss an die Tagung wurden die Anzeigenleiter von der Heidenheimer „Knöpfleswäscherin“ Gabi Dömel durch Schloss Hellenstein und die historische Innenstadt geführt und

verbrachten, gemeinsam mit den am Folgetag zusammenkommenden baden-württembergischen Vertriebsleitern, einen ebenfalls durch die Heidenheimer Zeitung ausgerichteten Kollegenabend in der „Brasserie“ des mit der Tagungsstätte verbundenen Hotels „Best Western Premier Schlosshotel Park Consul“. Die gemeinsame Abendveranstaltung bildete auch in diesem Berichtsjahr eine von den Teilnehmern hoch geschätzte Begegnungsmöglichkeit, bei der der gemeinsame Austausch zwischen den Verlagshäusern gepflegt wurde.

VSZV-Anzeigen- und Vertriebsleitertagung 2011 in Heidenheim

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsauschuss kam im Berichtsjahr unter der Leitung von Wolfgang Poppen, Badische Zeitung, am 15. März in Stuttgart zusammen.

Den inhaltlichen Schwerpunkt der Sitzung bildete das Thema „Zustellergewinnung“ zu welchem Herr Eggert, BDZV, referierte. Herr Eggert informierte die Teilnehmer der Sitzung in diesem Zusammenhang über die Beratungen der ebenfalls im März 2011 zusammengekommenen BDZV-AG Logistik. Dort sei über die Ursachen der zunehmenden Schwierigkeiten, geeignetes Personal für die Zeitungszustellung zu gewinnen, diskutiert und Vorschläge zur möglichst nachhaltigen Zustellerbindung und -betreuung besprochen worden. Bei der internen Diskussion innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses wurde deutlich, dass sowohl die Rekrutierung von Zeitungszustellern als auch deren langfristige Bindung an den Verlag im Vergleich zu Zustellkräften für den Anzeigenblatt- und Briefbereich eher geringe Schwierigkeiten bereiten. Mehrere Ausschussmitglieder berichteten allerdings auch im Bereich der Zeitungszustellung von Rekrutierungsproblemen vor allem in ländlichen Regionen. Insgesamt herrschte Einigkeit darüber, dass die Zeitungsverlage durch immer größere Leistungs- und hohe Flexibilitätsanforderungen selbst zu den Schwierigkeiten bei der Personalgewinnung beitrügen; als weitere Hindernisse wurden die zunehmende Überalterung der Personalstämme und das als nicht nachvollziehbar kritisierte generelle Sonntagsarbeitsverbot für Jugendliche erwähnt.

Anschließend berichteten Herr Bourauel und Herr Jooß über Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung. Im Einzelnen wurden die Themen

- Kartellrechtliche Auseinandersetzung in Sachen Google
- Novellierung des Pressefusionsrechts
- Urheberrechtliches Leistungsschutzrecht für Zeitungsverlage
- Verfahrensstand in Sachen europäisches Lastschriftverfahren (SEPA)
- Geplante Novellierung des Telekommunikationsgesetzes (TKG)

erörtert und diskutiert.

Herr Jooß informierte die Sitzungsteilnehmer zudem über den vom BDZV im Nachgang zur Novellierung des Datenschutzrechts zum 1.9.2009 erarbeiteten Leitfaden „Fragen und Antworten zum Thema Datenschutz im Verlag“.

Im weiteren Verlauf der Sitzung wurde über die Pläne der IVW zur Ausweisung von ePaper-Ausgaben und -Abonnements gesprochen. Innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses herrschte Einigkeit darüber, dass die baden-württembergischen Zeitungsverlage die Aufnahme von E-Paper-Ausgaben nach dem im Raume stehenden Modell begrüßen würden. Insbesondere wurde dieses Szenario einer – möglicherweise längerfristigen – Vertagung der gesamten Thematik und einer änderungslosen Beibehaltung des bisherigen Ausweisungsmodus vorgezogen.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- VSZV-Vertriebsleitertagung 2011
- Digitale Vermarktung von Zeitungsinhalten
- Bericht aus der BDZV-AG Marktentwicklung

2. Vertriebsleitertagung

Die alljährliche Vertriebsleitertagung des VSZV fand im Berichtsjahr auf Einladung der Heidenheimer Zeitung am 14. Juli 2011 in den Räumlichkeiten des Heidenheimer Congress Centrums auf Schloss Hellenstein statt. Als Gäste nahmen Andreas Beckenbach (Vocatus AG, Gröbenzell/München), Emke Hillrichts (different GmbH Strategieagentur, Berlin), Stephan Sempert (on.valco Benchmarking GmbH, Hamburg) und Rico Lippold (Medienservice GmbH & Co. KG, Frankfurt) an der Tagung teil.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung am Vorabend in Gestalt eines Zusammenseins der Vertriebsleiter mit den Teilnehmern der am 13. Juli 2011 ebenfalls auf Schloss Hellenstein abgehaltenen VSZV-Anzeigenleitertagung, in der „Brasserie“ des mit der Tagungsstätte verbundenen Hotels „Best Western Premier Schlosshotel Park Consul“.

Zu Beginn der Tagung hieß zunächst der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, die Teilnehmer im Congress Centrum Heidenheim willkommen.

Aufgrund der aktuellen Situation verzichtete Herr Poppen auf eine Darstellung der Auflagenentwicklung, sondern kam vielmehr auf die Tarifsituation und den Themenkreis „Zeitung in der Schule“ zu sprechen. Herr Poppen, der einen belastbaren Konsens hinsichtlich des Themenkreises „Zeitung in der Schule“ auf der Verlegerebene feststellte, kündigte an, dass sich die künftige VSZV-Strategie an einem „kleinsten gemeinsamen Nenner“ der schulischen Zeitungsarbeit der baden-württembergischen Verlagshäuser orientieren und jedem Haus größtmögliche Freiheiten lassen wolle.

Anschließend begrüßte der gastgebende Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, die Teilnehmer und gab einen Einblick in die Wirtschaftsregion Heidenheim und die bewegte Stadtgeschichte. Außerdem informierte er die Teilnehmer über die Geschichte des Pressehauses Heidenheim, das auf eine mehr als 150-jährige Tradition zurückblicken kann.

Im weiteren Verlauf der Vertriebsleitertagung referierte Herr Beckenbach, Vocatus AG, zum Thema „ePublishing-Preisstrategien für Verlage“. Er stellte fest, dass die deutschen Medienhäuser die Bedeutung einer konsequenten Strategie in diesem Bereich zwar erkannt hätten, die Preisfindung jedoch von Unsicherheit gekennzeichnet sei. Lediglich eine Minderheit der mit ePublishing-Angeboten am Markt agierenden Zeitungshäuser stütze sich bei der Preisfindung auf wissenschaftliche Untersuchungen; statt dessen behelfe man sich mit bekannten „Daumenregeln“ und orientiere sich am Preis der gedruckten Zeitung, am Produktumfang oder – wie im Printbereich nach wie vor häufig zu beobachten – am Wettbewerber. Vor dem Hintergrund, dass die Kundschaft von ePublishing-Angeboten solche Angebote noch gar nicht kenne, stehe es in der Macht der Verlage, die gedankliche Positionierung entsprechender Produkte durch ihre späteren Nutzer und damit auch deren Preisbereitschaft zu beeinflussen. Bisherige Studien hätten ergeben, dass die Zahlungsbereitschaft für ePublishing-Angebote, die vorrangig mit der gedruckten Zeitung assoziiert würden, um ca. 50 % höher liege als im Falle einer Online-Positionierung.

Im Anschluss hieran folgte eine Präsentation von Herrn Hillrichts, different GmbH Strategieagentur, zur Markenpflege im Medienunternehmen, gefolgt von einem weiteren Gastvortrag von Herrn Sempert, on.valco Benchmarking GmbH, welcher einen Sachstandsbericht zum Benchmarking der Zustellqualität zur Sitzung beisteuerte.

Als letzter Gastredner referierte Herr Lippold, Medienservice GmbH & Co. KG nach einer Einführung durch Herrn Fischer, Vertriebsleiter der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, zum Thema „Bessere Auslastung des Zeitungsvertriebs: bundesweite Zeitschriftenzustellung durch Zeitungszusteller“.

VII. Digitale Medien

Ausschuss Digitale Medien

Der VSZV-Ausschuss Digitale Medien kam im Jahr 2011 am 2. Februar in Freiburg, am 8. April in Aalen und am 23. September in Konstanz zusammen.

In der Mitgliederversammlung des VSZV am 5. Mai 2011 in Freiburg fand ein Wechsel in der Leitung des Gremiums statt. Der bisherige Vorsitzende des Ausschusses, Thomas Brackvogel, Südwest Presse, übergab die Führung des Gremiums an den in der Mitgliederversammlung neu gewählten Ausschussvorsitzenden Rainer Wiesner, Südkurier. Der Bericht des scheidenden Ausschussvorsitzenden Thomas Brackvogel ist im Jahresbericht unter dem Kapitel Allgemeine Verbandsarbeit, Ziff. 2 VSZV-Mitgliederversammlung 2011 dokumentiert.

Eine für den 11. Juli 2011 in Ulm vorgesehene gemeinsame Sitzung der Ausschüsse Digitale Medien des VSZV und seines bayerischen Schwesterverbandes VBZV in Ulm musste leider abgesagt werden.

Bei der Sitzung am 2. Februar wurden unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden Thomas Brackvogel, Südwest Presse, folgende Themen behandelt:

- iPhone-App für die Zeitungsverlage - Sachstand der Umsetzung
- iPad-App für die Zeitungsverlage
    - Best Practice Beispiel: Die iPad-App der Schwäbischen Zeitung
    - IPad App: Kooperationsmöglichkeiten der Verlage
- Suchmaschinenmarketing: Sachstandsbericht aus dem Arbeitskreis SEM
- Crossmedialer Verkauf
- Video und mobiler Journalismus
    - Best Practice aus Baden-Württemberg: das Videoportal STIMME.TV der Heilbronner Stimme
    - Diskussion: Reichweitenmessung bei Videoangeboten
- Verhältnis der Verlage zum SWR
- Erfahrungsaustausch VG-Wort – METIS-Verfahren: Umsetzung des automatisierten Zählverfahrens zur Erfassung der Vervielfältigungen von Texten auf Internetseiten

Am 8. April gestaltete sich die Tagesordnung wie folgt:

- Best Practice: Regionales Portal mit kleinem Budget – Was macht die Schwäbische Post online anders?
- Sachstand BDZV-Online-Benchmarking
- Redaktionelle Arbeit und Workflow – Wie arbeiten Print und Online zusammen?
- Hybrid-TV: die Eroberung des Fernsehens durch Nicht-TV-Anbieter
- Sachstand iPhone-App Entwicklungen
- Webanalyse-Tools: Ergebnisse der Abfrage und Abstimmung des weiteren Vorgehens
- Medienpolitik

Bei der nach dem Amtswechsel erstmals durch den neuen Ausschussvorsitzenden Rainer Wiesner geleiteten Sitzung am 23. September in Konstanz befasste sich der Ausschuss mit folgenden Themen:

- Social Media: Entwicklungen/ Strategien der Verlage
- Rabattgemeinschaften – Einkaufsplattformen wie Groupon, DailyDeal
    - Best Practice aus Baden-Württemberg: www.schwabenland-deal.de - das Gutscheinportal des Reutlinger General-Anzeiger

- Kontextsensitive Werbung: Projektpräsentation durch den Südkurier
- Informationsaustausch über die Bereitstellung von digitalen Zeitungsausgaben für E-Book Reader wie Kindle etc.

Auch die Online-Aktivitäten der baden-württembergischen Verlage sind einem ständigen Wandel unterzogen. Im Einzelnen kann hier auf das Kapitel „Aus den Verlagen“ dieses Jahresberichts verwiesen werden.

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 125 Teilnehmern waren die zwölf in Stuttgart durchgeführten Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Vertrieb, Online, Personal und Recht, hervorragend besucht. Alle vom VSZV angebotenen Veranstaltungen konnten dank der hohen Anmeldezahlen auch abgehalten werden – teilweise mit außergewöhnlichem Zuspruch. Zwei Seminare wurden wegen großer Nachfrage noch im Berichtsjahr wiederholt. Die seit Herbst 2009 nach fünfjähriger Pause wieder angebotenen zweitägigen Fortbildungen für den Anzeigenverkauf haben sich in diesem Berichtsjahr bewährt und werden fortgeführt.

Insgesamt fanden im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) im Berichtsjahr erfreuliche 19 Seminare und Workshops in Stuttgart und München statt, an denen insgesamt 206 Personen teilnahmen, 138 davon aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 68 aus bayerischen Zeitungshäusern. Damit ist die baden-württembergische Seminarbeteiligung auch in diesem Berichtsjahr noch einmal deutlich angestiegen (Vorjahr: 107 Personen). Die Gesamtteilnehmerzahl hat im Berichtsjahr erstmals seit Beginn der Ausbildungskooperation der beiden süddeutschen Zeitungsverlegerverbände die Grenze von 200 Teilnehmern überschritten.

Folgende Seminare wurden 2011 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Feedback-Workshop „Abo-Direktverkauf am Stand“	19. Januar 2011	VSZV
Multimedia-Vermarktung Aufbaustufe	24. + 25. Februar 2011	VSZV
Sonderthemenmanagement	25. Februar 2011	VBZV
Aktuelles Anzeigenrecht	3. März 2011	VBZV
Verkaufsorientierter Kunden- und Leserservice (1)	16. März 2011	VSZV
Datenschutz im Unternehmen	30. März 2011	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul I	1. + 2. April 2011	VBZV
Führungskommunikation (1)	26. Mai 2011	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul II	27. + 28. Mai 2011	VBZV
Rechtsfragen Abo-Marketing	8. Juni 2011	VSZV
Verkaufsorientierter Kunden- und Leserservice (2)	9. Juni 2011	VSZV
Anzeigenmailing (für Print und Online)	17. Juni 2011	VBZV
Führungskommunikation (2)	21. Juli 2011	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul III	22. + 23. Juli 2011	VBZV

Komplexe Werbekonzepte	15. + 16. September 2011	VSZV
Aktuelles Anzeigenrecht	18. Oktober 2011	VSZV
Das 1x1 im Medienverkauf	28. Oktober 2011	VBZV
Stärken der Haustürakquise	23. November 2011	VSZV
Lohnsteuerrecht aktuell 2012	8. Dezember 2011	VSZV

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

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Teilnehmer VSZV	67	63	47	12	87	107	138
Teilnehmer VBZV	16	38	31	27	51	26	68
gesamt	83	101	78	39	138	133	206

2. Praxisseminar für junge Mediaplaner

Im Berichtsjahr wurde das dreizehnte baden-württembergische Praxisseminar „Einfach Zeitung“ für sich in der Ausbildung befindende Mediaplaner wie altbewährt in Zusammenarbeit mit der Stuttgarter Zeitung 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 die Verlagsbüros Bischofberger & Schaible Medienpartner und VBS Verlagsbüro Süd, Glauner & Partner. Sieben Mitarbeiterinnen baden-württembergischer Mediaagenturen, zwei Auszubildende der Stuttgarter Zeitung und erstmals auch eine Lehrerin der Cotta-Schule in Stuttgart wurden am 17. und 18. November 2011 im Stuttgarter Pressehaus über die Werbequalitäten der Tageszeitung informiert und erhielten einen umfassenden Einblick in die neueste Planungstechnik. Am Abend des ersten Seminartages fand ein gemeinsamer Kochkurs in Form einer „Küchenschlacht“ statt, der bei den Teilnehmern großen Anklang fand.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote

Auch im Jahr 2011 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 2011 sanken die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare um ca. 7 %. So haben an den Seminaren insgesamt 65 (2010: 71, 2009: 70) Auszubildende mehrheitlich aus baden-württembergischen Verlagen teilgenommen, wovon 34 (ebenfalls 34 im Jahre 2010) aus Zeitungsverlagen, 11 (2010: 14) aus Zeitschriftenverlagen und 17 (2010: 23) aus Buchverlagen kamen.

Nach wie vor unterstützen die veranstaltenden Verbände die berufsschulische Ausbildung durch anteilige Mitfinanzierung der 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.

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2011

Im Jahr 2011 wurden von der JBB 40 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr: 35). 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 453 Personen teil (Vorjahr: 381). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 45 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 580 Teilnehmern.

Ad hoc wurde erstmals ein Tagesseminar Crossmedia praktisch im Haus der Heilbronner Stimme angeboten: „Crossmedia und Online-Strategie einer Tageszeitung“ Informationsveranstaltung zur Zukunft von Internet, TV, iPhone, iPad und Tageszeitung, das relativ kurzfristig mit 15 Teilnehmern ausgebucht war.

Ausgebucht waren im Jahr 2011 wieder die Grundlagen- und Aufbauseminare, wobei keine nennenswerte Warteliste entstand, die eine Aufstockung der Anzahl der Seminare notwendig erscheinen lassen würde. Ausgebucht waren ebenfalls wieder die Seminare „Kreatives Schreiben“ und „Die Lust am Lesen wecken“, die sogar zwei Mal angeboten wurden. Ebenfalls gut gebucht waren das Seminar „Schreibcoaching“ mit Frau Prof. Dr. Herrmann von der Hochschule Darmstadt und das Seminar „Sonderveröffentlichungen und Kollektive“ mit Rechtsanwalt Kurt Braun.

Abgesagt werden mussten die Seminare „Landtagswahlen in Baden-Württemberg“ im Frühjahr, das Seminar „Schreiben für Kinder“, das Seminar „Medienrecht“, „Photoshop“, „Videografie: Aufnahme, Schnitt, Vertonung“ und das erstmals angebotene Seminar „Wie man für Twitter, Facebook und andere Social Media schreibt“.

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 2011 folgendes Bild: In 33 Verlagen, davon 30 Mitgliedsverlage und 3 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2010: 37 Verlage, 35 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage), wurden insgesamt 153 Volontäre ausgebildet (Vorjahr: 149 Volontäre), 83 Volontärinnen (54,2 %) und 70 Volontäre (45,8 %). Damit hat die Anzahl der Volontäre wieder etwas zugenommen. Gleichzeitig gibt es wie in den Vorjahren wieder deutlich mehr Volontärinnen als Volontäre.

Die Anzahl der ausbildenden Verlage hat weiterhin abgenommen. Im Jahr 2009 waren es noch 40 Verlage in Baden-Württemberg (davon 38 Mitgliedsverlage), im Jahr 2010 noch 37

(davon 35 Mitgliedsverlage), die Volontäre ausbildeten. 2011 ist die Anzahl der ausbildenden Verlage auf 33 (davon 30 Mitgliedsverlage) zurückgegangen.

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

	1983		**1990**		**2001**		**2009**		**2010**		**2011**	
VOLONTÄRE		%		%		%						%
insgesamt	**183**		**241**		**210**		**163**		**149**		**153**	
weiblich	**64**	35,0	**117**	48,6	**93**	44,3	**102**	62,6	**92**	61,7	**83**	54,2
männlich	**119**	65,0	**124**	51,5	**118**	56,2	**61**	37,4	**57**	38,3	**70**	45,8
VOLONTARIAT												
2-jährig	**151**	82,5	**198**	82,2	**176**	83,8	**156**	95,7	**142**	95,3	**149**	97,4
verkürzt	**32**	17,5	**43**	17,8	**24**	11,4	**7**	4,3	**7**	4,7	**4**	2,6
ABSCHLUSS												
Abitur	**94**	51,4	**73**	30,3	**56**	26,7	**15**	9,2	**16**	10,7	**13**	8,5
Fachhochschule	**8**	4,4	**10**	4,2	**11**	5,2	**6**	3,7	**5**	3,4	**5**	3,3
Universität *	**53**	29,0	**126**	52,3	**130**	61,9	**134**	82,2	**125**	83,2	**131**	85,6
Uni ohne Abschluss	**21**	11,5	**16**	6,6	**17**	8,1	**7**	4,3	**3**	2,0	**4**	2,6
Sonstige	**7**	3,8	**16**	6,6	**2**	1,0	**1**	0,6	**1**	0,7	**0**	0
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	**7**	3,8	**4**	1,7	**17**	8,1	**30**	18,4	**39**	26,2	**28**	18,3
REDAKTEURE					**1912**		**1849**		**1876**		**1852**	
Volontäre + Redakteure					**2122**		**2012**		**2025**		**2005**	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2011 genau 1.852 Redakteure beschäftigt wurden. Das sind im Vergleich zum Jahr 2010 (1.876) 24 Redakteure weniger. Die Anzahl der Vollzeitstellen, auf die sich diese Redakteure verteilten, betrug 1.766,3 im Jahr 2011 gegenüber 1.850,3 im Jahr 2010.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss hat generell wiederum zugenommen, und zwar auf nunmehr 85,6 %. Der Anteil der Volontäre mit letztem Abschluss Abitur hat von 10,7 auf 8,5 % abgenommen. Dem gegenüber hält sich der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 2,6 % auf etwa gleichem Niveau wie in den Vorjahren.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:
3 zweiwöchige Grundlagenseminare
3 einwöchige Aufbauseminare
22 zweitägige Seminare
12 eintägige Seminare

Bei insgesamt 40 Seminaren und 99 Seminartagen (Vorjahr: 35 Seminare, 93 Seminartage) nahmen 453 Personen (Vorjahr: 381 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.444 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr: 1359). Mit den Archivaren waren es sogar 1.825 Teilnehmerbildungs-

tage. Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 11,3 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 10,9).

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 4. Oktober 2011 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt. Bei der Vorstandssitzung wurde der Beirat neu berufen bzw. bestätigt.

Bei der gemeinsamen Sitzung von Vorstand und Beirat wurden die Entwicklung der Volontärszahlen sowie der Ablauf der Seminararbeit erörtert und das Seminarprogramm 2012 besprochen. Werner Scheib verabschiedete sich nach über 25 Jahren als Referent und als Beiratsmitglied aus dem Gremium. Es habe ihm immer viel Spaß gemacht und er habe gerne die dpa vertreten und treffe heute noch im ganzen Land auf Redakteure, die ihm sagten, er habe ihnen als Volontäre doch seinerzeit die dpa nahegebracht. Er wolle sich nun aber aus allen beruflichen Ämtern zurückziehen.

5. Zum Tod von Werner Schwarzwälder

Am 8. Dezember 2011 ist Werner Schwarzwälder, der allseits geachtete Vorsitzende der JBB von Seiten des DJV, im Kreis seiner Familie in seinem Haus auf der Reichenau im Alter von nur 67 Jahren einer heimtückischen Krankheit erlegen. Der frühere langjährige Südkurier-Chefredakteur, ehemalige CvD und Lokalchef des Südkurier, engagierte sich in hohem Maß für die Journalistische Berufsbildung JBB.

Seit 1978 arbeitete er als Referent bei Volontärsseminaren der Vorgänger-Organisation AJB mit, 1989 übernahm er von Karl Rudolf Schäfer den Vorsitz für den DJV beim paritätisch besetzten Vorstand der JBB, den er bis zu seinem Tod behielt. Trotz seiner vielfältigen Pflichten als Chefredakteur des Südkurier ließ er es sich nicht nehmen, weiterhin bei den Grundlagen- und Aufbauseminaren vor den Volontären zu referieren und sein Fachwissen und seine Erfahrungen weiterzugeben. Er war an wichtigen Weichenstellungen der JBB, maßgeblich an der Umorganisation im Anschluss an die Umwandlung der AJB in die JBB, beteiligt. Bei Konflikten in der JBB galt er der Verlegerseite stets als fairer und verlässlicher Verhandlungspartner. Beim Südkurier selbst kümmerte er sich um betriebliche und überbetriebliche Volontärsausbildung. Diese war ihm immer ein Herzensanliegen. Dabei halfen dem Major der Reserve auch die Fähigkeiten, die er sich als Offizier der Bundeswehr erworben hatte. Charaktereigenschaften wie Gradlinigkeit, Kollegialität, Disziplin und nach vorne gerichteter Blick prägten sein Handeln. Engagement beim Deutschen Journalisten Verband, Mitglied in den Jurys des Theodor-Wolff-Preises und des Diakoniepreises, Mitarbeit in der Arbeitsgemeinschaft „Kavalier der Straße“ sind einige seiner journalistischen Stationen.

Die JBB und der VSZV verlieren mit Werner Schwarzwälder einen liebenswerten Menschen, dem sie sehr viel zu verdanken haben.

6. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

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

7. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

N.N. (Sprecher)
Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten, Tauberbischofsheim
Kathrin Konyen, Südwest Presse, Ulm

Hans-Dieter Weßbecher, Ludwigsburger Kreiszeitung

8. 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
Magnus Schlecht, Pforzheimer Zeitung
Klaus Siegmeier, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Susanne Stiefel, freie Journalistin
Hartmut Troebs, Reutlinger General-Anzeiger

9. Seminarprogramm 2012

Im Jahr 2012 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2011 genügend Interessenten gefunden haben. Hinzu kommt ein Seminar „Social Media praktisch“, bei dem es um Umgang und Recherche in neuen sozialen Medien wie Facebook gehen wird.

Das Seminarprogramm 2012 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt 43 Seminare sind geplant, außerdem wieder fünf Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

X. Journalistenpreise

Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

Der Südkurier in Konstanz ist von der Jury der Konrad-Adenauer-Stiftung als beste Regionalzeitung Deutschlands mit dem Deutschen Lokaljournalistenpreis 2010 ausgezeichnet worden.

Damit würdigt die Jury die inhaltlichen Leistungen und Innovationen der Südkurier-Redaktion, insbesondere in den 19 Lokalteilen. Beworben hatte sich das Südkurier Medienhaus mit seinem Lokal-Konzept „Lust auf Heimat“, das als Ergebnis von Analysen und Gruppeninterviews zum Relaunch der Zeitung im Jahr 2010 sowie anschließenden Leserbefragungen entwickelt wurde. Der mit 5.000 Euro dotierte Deutsche Lokaljournalistenpreis wurde im 31. Jahr von der Konrad-Adenauer-Stiftung in Sankt Augustin verliehen.

European Newspaper Design Award

Gleich mit fünf "Awards of Excellences" ist die Pforzheimer Zeitung beim größten europäischen Zeitungswettbewerb, dem European Newspaper Design Award, ausgezeichnet worden. Zwei Preise erhielt das Blatt in der Kategorie Titelseiten von Regionalzeitungen, jeweils einen in den Kategorien Sektionstitelseiten von Regionalzeitungen, Innenseiten mit Anzeigen sowie Bildschnitt.

Ebenfalls wurde die Ludwigsburger Kreiszeitung mit drei "Awards of Excellence" ausgezeichnet. Die Jury prämierte Zeitungsseiten in den Kategorien Illustration, Visual Storytelling und Sektionstitelseiten. Sie zeichnete damit nicht nur ein ungewöhnliches Layout, sondern auch das Konzept der Ludwigsburger Kreiszeitung aus, verstärkt lokale Themen optisch auffällig in Szene zu setzen. In den Kategorien "Illustration" und "Visual Storytelling" unterstrichen Zeichnungen der Ludwigsburger Illustratorin Jelena Zwetajewa die journalistischen Darstellungsformen.

Die Schwäbische Zeitung hat beim European Newspaper Design Award in zwei Kategorien Auszeichnungen erhalten.

Presse-Weltverband WAN-IFRA

Die Heilbronner Stimme hat vom Verband der Weltpresse WAN-IFRA im Rahmen des Internationalen Junge Leser Preises 2011 eine Auszeichnung erhalten. Damit würdigt der Verband die Aktion zum Weltkindertag 2010, als fünf Kinder im September 2010 die Titelseite der Heilbronner Stimme gestalten durften. Die Zeitung erschien mit zwei Titelseiten, eine von Kindern, eine von Redakteuren gemacht. Die internationale Jury hat beeindruckt, „dass die Zeitung Kindern im wahrsten Sinne eine Stimme gegeben hat, indem sie über Nachrichten selbst entscheiden durften“. Dass die Leser anschließend nicht vor vollendete Tatsachen gestellt wurden, sondern über die beiden Titelseiten abstimmen durften, fand die Jury vorbildlich.

Der Südkurier hat vom Presse-Weltverband WAN-IFRA einen Sonderpreis für sein Medienprojekt „Klasse!“ erhalten. Im Rahmen des Internationalen Junge Leser Preises 2011 wurde das Südkurier-Medienprojekt für Umfang, Inhalt und Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Besonders beeindruckt zeigte sich die Jury von der Konzentration des Projekts auf die Vermittlung einer breiten Medienkompetenz, die den Schülern das Navigieren durch die Medienlandschaft erleichtert und sie zu lebenslangen Lesern macht.

Deutscher Preis für Denkmalschutz

Die Lokalredaktion Winnenden des Zeitungsverlages Waiblingen gehört zu den zehn Preisträgern, die jetzt in Cottbus mit dem Deutschen Preis für Denkmalschutz ausgezeichnet worden sind. Der Deutsche Preis für Denkmalschutz ist die höchste Auszeichnung auf diesem Gebiet in der Bundesrepublik und wird vom Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz verliehen.

Die Lokalredaktion erhielt den Journalistenpreis für die 20-teilige Serie „Hallo, altes Haus". Die Jury unter dem Vorsitz der RBB-Intendantin Dagmar Reim lobte die „bürgernahe, kompetente und anschauliche" Serie, mit der die Redaktion in sehr lebendig geschriebenen, facettenreichen Artikeln das Interesse an lokalen Baudenkmälern wecke und das Bewusstsein für ihre Bedeutung schärfe. Der Preis ist mit 2.500 Euro dotiert.

„Durchblick 2010" – Preis für Verbraucher- und Bürgernähe

Das Wochenblatt „echo am Sonntag" vom Medienhaus Heilbronner Stimme erhielt den „Durchblick 2010" – den Preis für Verbraucher- und Bürgernähe. Er wurde vom Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) in Berlin vergeben. Hinter dem echo am Sonntag platzierten sich der Nord Anzeiger aus Essen auf Platz zwei und der Wochenspiegel aus Freiberg/Sachsen auf Rang drei. Insgesamt gibt es in Deutschland 1.407 Anzeigenblatt-Titel. In der sechsten Auflage des Durchblicks kam der Sieger zum zweiten Mal aus Baden-Württemberg.

XI. Aus den Verlagen

Badische Zeitung

Die Verleger der Badischen Zeitung, Dr. Christian Hodeige und Wolfgang Poppen, haben einen Ralf-Dahrendorf-Preis für Lokaljournalismus gestiftet. Er soll alle zwei Jahre vergeben werden, zum ersten Mal 2011. Prämiert werden Artikel in Print und Online, die in vorbildlicher Art die Funktionsweise der Demokratie auf lokaler Ebene transparent machen und in Zeitungen, Zeitschriften oder im Internet zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember des Vorjahres, also 2010, veröffentlicht wurden. Es werden sowohl Eigenbewerbungen als auch Benennungen durch Dritte berücksichtigt.

Ausgeschrieben werden drei Preise: Der 1. Preis ist mit 5.000 Euro prämiert, der 2. mit 3.000 und der 3. Preis mit 2.000 Euro. Die Preisverleihung fand am 28. Juni 2011 in Freiburg statt.

Eßlinger Zeitung

Mit 280.026 Visits (IVW Mai 2011) und über 141.427 Unique Usern zählt der Online-Auftritt der Eßlinger Zeitung zu den reichweitenstarken lokalen Nachrichtenportalen. Seit 1. Juni sind jetzt die meisten Inhalte aus der gedruckten Zeitung hinter einer Paywall verschwunden. Trotzdem verzeichnete die Eßlinger Zeitung erstaunlich gute IVW-Zahlen im Juni 2011. Gegenüber dem Vergleichszeitraum 2010 ist sogar einiges an Zuwächsen zu verzeichnen.

Nutzer können durch die Mehrstufigkeit des Paywall-Konzepts jederzeit selbst entscheiden, ob sie für ausführlichere Informationen bezahlen möchten, da alle Artikel in einer gekürzten Form lesbar sind. Eine intelligente Anzeige an jedem Kurzartikel ermöglicht dem Nutzer, zu erkennen, wie viel Text sich noch hinter der Schranke verbirgt. Zu den Artikeln gehörende Bilderstrecken und Videos sind weiterhin frei zugänglich. Daneben gibt es ein reichhaltiges kostenloses Angebot mit großer thematischer Breite und Aktualität. Während Abonnenten der Eßlinger Zeitung auch in Zukunft alle Premium-Inhalte kostenlos nutzen können, erhalten Nicht-Abonnenten bei der Registrierung ein Startguthaben für die kostenlose Lektüre von zehn Artikeln. Danach stehen verschiedene Guthaben-Pakete sowie zwei reine Online-Abos (mit und ohne E-Paper) zur Verfügung.

Mit der Kombination von Premium-Service und Themenalarm (ein Benachrichtigungssystem für frei wählbare Inhalte) werden die Nutzer täglich auf für sie relevante Inhalte aufmerksam gemacht und immer wieder zu www.esslinger-zeitung.de geführt.

Die Eßlinger Zeitung hat im Rahmen der VSZV-Initiative am Projekt „App und mobile Site“ teilgenommen. Seit Anfang Juni stehen die iPhone-App (noch gratis) und die mobile Site (mit Paywall) den Nutzern zur Verfügung. Eine PDF-Version der Zeitung wird den Usern von Tablet-PCs zum täglichen Download angeboten. Dazu ist ein Abo der gedruckten Zeitung oder ein E-Paperabo notwendig.

Gäubote

Mit der kompletten Neugestaltung der Homepage unter www.gaeubote.de gab der Gäubote in Herrenberg, Kreis Böblingen, seiner Internet-Präsenz ein neues, frischeres Gesicht – sowohl in Bezug auf die Gestaltung, als auch auf die Menüführung und Strukturierung. Zudem wurde mit dem Relaunch großen Wert darauf gelegt, die multimedialen Möglichkeiten des elektronischen Mediums umfassender zu nutzen, indem bspw. Bildergalerien verstärkt veröffentlicht werden, Videos zu starken Themen oder von großen Veranstaltungen vermehrt Eingang finden und die Leserbindung über Umfragen oder Verlosungen gestärkt wird.

Heilbronner Stimme

Zum ersten Mal hat das Medienunternehmen Heilbronner Stimme eine Veranstaltungsreihe live im Internet übertragen und damit mehr als 2.000 Menschen vor die Bildschirme gelockt.

Zu Gast bei den vier „Stimme-Wahlchecks“ waren die Spitzenkandidaten für die Landtagswahl am 27. März: Winfried Kretschmann (Grüne), Ulrich Goll (FDP) und Nils Schmid (SPD). Ministerpräsident Stefan Mappus (CDU) beendete die Reihe, die bei der Kreissparkasse Heilbronn stattfand. Die Politiker hielten jeweils eine kurze Rede und stellten sich anschließend den Fragen des Chefredakteurs der Heilbronner Stimme, Uwe Ralf Heer.

Um die Zuschauer vor den Bildschirmen mit einzubinden, konnten diese über ein Online-Formular ihre Fragen direkt während der Übertragung einschicken. Ausgewählte Fragen stellte der Chefredakteur an die jeweiligen Politiker. „Damit haben wir unser crossmediales Angebot weiter ergänzt“, betont Heer.

Die Heilbronner Stimme hat ihren 65. Geburtstag gefeiert. Erstmals erschien sie am 28. März 1946 mit der Lizenz der Militärregierung der Vereinigten Staaten. Mit neun Lokalausgaben und einer verkauften Auflage von 92.000 Exemplaren und rund 257.000 Lesern täglich ist die Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme heute die führende Tageszeitung für die Region Heilbronn-Franken, Hohenlohe und den Kraichgau. Eine Vollredaktion mit 95 Redakteuren arbeitet an vier Standorten in der Region, außerdem unterhält der Verlag Redaktionsbüros in Stuttgart und Berlin. Hinzu kommen Korrespondenten in aller Welt.

Ludwigsburger Kreiszeitung

Der Neckar- und Enzbote, eine Regionalausgabe der Ludwigsburger Kreiszeitung, hat am 21. März 2011 sein 175-jähriges Bestehen gefeiert. Die Zeitung mit Redaktionssitz in Besigheim (Lokalredaktion) und Ludwigsburg (Mantelredaktion) erscheint in einer von Montag bis Samstag verbreiteten Auflage von 5.811 (IVW 04/10) Exemplaren im nördlichen Landkreis Ludwigsburg und wird vom Verlag Ungeheuer+Ulmer, Ludwigsburg, herausgegeben.

Das Ludwigsburger Wochenblatt feierte am 20. Oktober in Anwesenheit einer Vielzahl geladener Gäste aus Politik, Wirtschaft und Medien seinen 50. Geburtstag. Lothar Späth hielt den Festvortrag im Schlosshotel vor den Toren Ludwigsburgs.

Mannheimer Morgen

Der Mannheimer Morgen, Südhessen Morgen, Bergsträßer Anzeiger, die Schwetzinger Zeitung/ Hockenheimer Tageszeitung und die Fränkischen Nachrichten sowie die Partnerzeitung Weinheimer Nachrichten haben den 125. Geburtstag des Autos - mit einer ganz besonderen Ausgabe gefeiert. Am 29. Januar 1886 hatte der Mannheimer Erfinder Carl Benz das Patent zum ersten Automobil erhalten; es war die Geburtsstunde des Automobils.

Die Mediengruppe Dr. Haas hat den neuen Online-Immobilienmarkt www.immomorgen.de für die Metropolregion Rhein-Neckar gelauncht. Neben dem jobmorgen und dem branchenmorgen ist dies der dritte Rubrikenmarkt, den das Verlagshaus nun online umsetzt. Das Portal bietet den Maklern in der Metropolregion Rhein-Neckar die Möglichkeit, die Reichweite ihrer Immobilienangebote zu vergrößern, indem sie die starke Kombination aus immomorgen.de und Printwerbung in der Tageszeitung nutzen.

Pforzheimer Zeitung

Zeitung, Internet, Handy, iPhone: Mit der Neugestaltung der Pforzheimer Zeitung und ihren Internetauftritten www.pz-news.de, www.mühlacker-news.de, der Handyversion mobil.pz-

news.de sowie mit der Entwicklung einer iPhone-App stellt sich das Medienhaus den Herausforderungen der digitalen Zukunft.

Für das neue Layout des Print-Produktes engagierte das Medienhaus das Büro Einhorn-Solutions aus Berlin. Die Designer gestalteten unter anderem die Welt, Welt Kompakt oder die Freie Presse in Chemnitz neu.

Schwäbische Post und Gmünder Tagespost

Die Regionalzeitungen Schwäbische Post und Gmünder Tagespost haben ihr erfolgreiches Online-Angebot ausgebaut und berichten ab sofort mit erweiterten Lokalseiten aus 87 Städten, Gemeinden und Ortsteilen des Ostalbkreises. Über eine große Übersichtskarte sind die neuen Lokalseiten direkt erreichbar:

Der Aalener Verlag SDZ Druck und Medien hat sein digitales Engagement verstärkt. Die beiden Tageszeitungen Schwäbische Post und Gmünder Tagespost sind nun mit Apps auch auf dem iPad und dem iPhone lesbar. Das Angebot wird erfolgreich angenommen. Apple registrierte bereits 1.500 Downloads in den ersten Tagen und die Leserreaktionen sind äußerst positiv.

Nach Erreichen des 65. Lebensjahres hat sich Verleger Bernhard Theiss zum Jahresende aus der operativen Geschäftsführung von SDZ Druck und Medien zurückgezogen. Zum 1.Januar 2012 trat Werner Gnieser in die Geschäftsführung ein und übernimmt dort die Verantwortung für das Verlagsgeschäft in den Bereichen Anzeigen, Vertrieb, Marketing und alle verlagsnahen Tochtergesellschaften. Gnieser ist als Verlagsleiter seit 2005 im Unternehmen und steuerte und entwickelte dort das Kerngeschäft im führenden Medienhaus der Region.

Verleger Bernhard Theiss bleibt weiterhin verantwortlich in der Wahrnehmung der Interessen von SDZ Druck und Medien als Gesellschafter im neuen Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb in Crailsheim und bringt seine langjährigen Erfahrungen im technischen Bereich dort aktiv als Geschäftsführer ein. Seine Funktion im Präsidium des BVDM (Bundesverband Druck und Medien) wird er genauso weiter ausüben wie die des Herausgebers der SDZ-Zeitungen. Zusammen mit Verleger Ulrich Theiss ist und bleibt er Ansprechpartner der Redaktion in allen publizistischen Fragen.

Schwäbisches Tagblatt

Im Frühjahr 2012 wird der Leiter der Lokalredaktion des Schwäbischen Tagblatts, Eckhard Ströbel, in die passive Alterszeitphase eintreten und den Verlag nach 35 Jahren, davon knapp acht Jahre in leitender Funktion, verlassen.

Zu seinem Nachfolger wurde Dr. Gernot Stegert (49) berufen. Er trat die Stelle des Redaktionsleiters der Schwäbisches Tagblatt GmbH am 1. Februar 2012 an. Nach dem Studium der Germanistik und evangelischen Theologie absolvierte er ein Volontariat bei den Lübecker Nachrichten. Die letzten 15 Jahre war Dr. Stegert bei der Heilbronner Stimme tätig, wo er hauptsächlich im Politik - und Wirtschaftsressort eingesetzt war.

Schwäbische Zeitung

Die Schwäbische Zeitung und ihr Onlineportal schwäbische.de werden mobiler. Das Leutkircher Medienhaus bietet jetzt eine schwäbische.de-App für das iPhone von Apple an. Zusätzlich wurde für alle anderen internetfähigen Handys eine spezielle Version der Webseite schwäbische.de entwickelt, die für Handy-Bildschirme optimiert ist. Diese Handy-Version der Webseite öffnet sich in den meisten Fällen automatisch, wenn man mit dem Handy auf schwäbische.de zugreift. Alternativ kann sie über schwäbische.de/mobil erreicht werden.

Seit 25. März ist der Grundstein in die Bodenplatte eingelassen. Der Neubau des Medienhauses Schwäbischer Verlag macht Fortschritte. Die Fertigstellung ist für das 2. Quartal 2012 vorgesehen.

Am Ende wird in Ravensburg an der Karlstraße ein Bauwerk entstehen, das eine Nutzfläche von rund 14.000 Quadratmetern hat. Das Gebäude ist von einer Glasfläche von rund 6.300 Quadratmetern eingefasst. 300 Mitarbeiter werden dort ihren Arbeitsplatz finden. Mit dem Einzug im nächsten Jahr wird das Medienhaus Schwäbischer Verlag seinen Stammsitz von Leutkirch im Allgäu nach Ravensburg verlegen.

Das Medienhaus Schwäbischer Verlag heißt jetzt Schwäbisch Media. Die Muttergesellschaft mit neuem Namen bildet das Dach der Schwäbischen Zeitung, Schwäbische.de, der Wochenzeitung INFO, Regio TV und den Magazinen – zum Beispiel akzent, business today oder Gesundheit aktiv.

Dr. Hendrik Groth ist neuer Chefredakteur der Schwäbischen Zeitung. Der 50-jährige hat seine neue Aufgabe im Juli dieses Jahres begonnen. Er rückt für Ralf Geisenhanslüke nach, der als Chefredakteur zur Neuen Osnabrücker Zeitung wechselte.

Groth ist seit 1990 als Journalist in verschiedenen Positionen aktiv – unter anderem war er in mehreren dpa-Büros und als stellvertretender Nachrichtenchef der Süddeutschen Zeitung tätig. Seine letzte Station bei einer großen Tageszeitung war die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ). Dort war er von 2003 bis 2007 stellvertretender Chefredakteur. Die Jahre danach verbrachte Hendrik Groth als Konzernrepräsentant der ThyssenKrupp AG in Südamerika.

Der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien, WAN-IFRA, hat in diesem Jahr die weltweit besten kostenpflichtigen Content-Apps von internationalen Verlagshäusern prämiert. Mit der iPad-App der Schwäbischen Zeitung hat Schwäbisch Media mit Rang drei das beste Ergebnis aller deutschen Medienunternehmen erzielt, noch vor der App von Welt HD und der App RP + der Rheinischen Post. Platz eins verdiente sich Verdens Gang aus Norwegen, über Platz zwei freut sich die Sunday Times aus Großbritannien. Die Gewinner wurden am 10. Oktober auf der IFRA Expo in Wien ausgezeichnet.

Sindelfinger Zeitung

Mit der von Grund auf neuen Gestaltung der Homepage www.szbz.de hat die Sindelfinger Zeitung/ Böblinger Zeitung ihrer bereits erfolgreichen Internet-Präsenz ein abermals neues Gesicht gegeben – und das in vielerlei Hinsicht: sowohl in Bezug auf Gestaltung, Menüführung und Struktur, als auch bei den Inhalten. Es wurde mit dem Relaunch Wert darauf gelegt, die bereits bisher genutzten multimedialen Möglichkeiten des elektronischen Mediums noch umfassender zu nutzen.

Das Fachmagazin „Drehscheibe: aus Lokalredaktionen, für Lokalredaktionen“ hat im Juni auf seiner Homepage die neueste Liste veröffentlicht, der 163 Facebook-Seiten von deutschen Lokalzeitungen zugrunde liegen. In absoluten Zahlen liegt die Bild-Zeitung mit 194.488 Fans auf Platz eins. Interessant wird es, wenn die Zahl der Facebook-Fans in Relation zur Druckauflage der jeweiligen Zeitung gestellt wird. Und hier ist die Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung klar auf Platz eins.

Speziell an Leser mit dem iPhone wendet sich die App der SZ/BZ. Auf dem iPhone kann im App-Store die kostenlose Software News Push installiert werden, wo es dann die App der SZ/BZ gibt.

Stuttgarter Zeitung

Die Stuttgarter Zeitung gibt vom 21. Februar an den Newsletter StZ Wirtschaft kompakt heraus. StZ Wirtschaft kompakt liefert schnelle, kompakte und regional fokussierte Informationen aus Baden-Württemberg und dem Großraum Stuttgart sowie überregionale Wirtschaftsnachrichten, die eine besondere Bedeutung für den Südwesten haben. Zielgruppe sind Entscheider, Führungskräfte und Freiberufler aus der Region, die die neuesten und aktuellsten Nachrichten und Informationen rund um das Thema Wirtschaft in Baden-Württemberg täglich um 17 Uhr auf vier Seiten als PDF per E-Mail erhalten.

StZ Wirtschaft kompakt kann zum Preis von 9,90 Euro im Monat abonniert werden und wird von Montag bis Freitag jeweils um 17 Uhr verschickt. Eine iPad-Anwendung ist in Vorbereitung.

Südwest Presse

Wechselfieber heißt das erste Schulmagazin der Südwest Presse. Alljährlich stehen hunderte Eltern vor der Frage: Welche Schule ist die richtige für mein Kind? Bisher musste man sich die Informationen mühsam zusammensuchen, sei es im Internet oder über einzelne Informationsbroschüren. Eine kompakte Darstellung gab es bislang nicht. Dies war für die Südwest Presse der Anlass, das Magazin Wechselfieber auf den Markt zu bringen. Erstmals sind hier die weiterführenden Schulen aus Ulm sowie den Landkreisen Neu-Ulm und Alb-Donau zusammengefasst. Alle wichtigen Informationen wie Zahl der Schüler, der Lehrer, die durchschnittliche Klassengröße, die Sprachenfolge und Profile, aber auch besondere Angebote der Schulen, sind im Wechselfieber aufgeführt. Zudem kommen Schüler zu Wort, die zu ihrer Schule etwas zu sagen haben.

Der Chefredakteur der Südwest Presse, Hans-Jörg Wiedenhaus, hat seinen Vertrag zum 30. September 2012 gekündigt. Nach dann mehr als fünf Jahren in Ulm will sich der gebürtige Hamburger beruflich neu orientieren.

Wiedenhaus (56) kam am 1. Juni 2007 vom Hamburger Abendblatt als Chefredakteur zur Südwest Presse. Zuvor hatte der Volkswirt als Wirtschaftsredakteur und Korrespondent für die Zeitung Die Welt in Bonn und Frankfurt gearbeitet.

XII. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2011

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	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische 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	
Ulrike Lambart	Lahrer Zeitung	Stellvertreterin

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	
Hardy Göres	Südwest Presse	
Matthias Hofer	Badisches Tagblatt	
Arthur Hubert	Zollern-Alb-Kurier	
Wolfgang Köppl	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Klaus-D. Müller	Südkurier	
Peter Roth	Heilbronner Stimme	
Manuel Seidel	Medienholding Süd GmbH	
Heinz-Uwe Vogel	Schwäbische Post	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	Vorsitzender
Natalie Bankston	Eßlinger Zeitung	
Dr. Thomas Baumann	Südwest Presse	
Michael Beyer	Südkurier	
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Gerhard Haeberle	Mannheimer Morgen	
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	
Kevin Jetter	Zollern-Alb-Kurier	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Eberhardt Looser	Heidenheimer Neue Presse	
Falko Pütz	Schwäbische Post	
Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	

Ausschuss Digitale Medien

Rainer Wiesner	Südkurier	Vorsitzender
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Peter Dieth	Südwest Presse	
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	
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Vertriebsausschuss

Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	Vorsitzender
Harald Bender	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Josef Jasper	Haller Tagblatt	
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	
Sebastian Stier	Südkurier	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	

Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Wolfgang Altmann	Pforzheimer Zeitung
Natalie Bankston	Eßlinger Zeitung
Bettina Holzwarth	Geislinger Zeitung
Dietmar Merz	Hohenzollerische Zeitung
Aiste Philipp	Heilbronner Stimme
Falko Pütz	Schwäbische Post
Wolfgang Schlösser	Weinheimer Nachrichten
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung
Stephan Bourauel	VSZV
Ines Freitäger	VSZV

BDZV

Präsidium

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

Erweitertes Präsidium

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Delegierte

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
Klaus Jetter	Zollern-Alb-Kurier

Stellvertretende Delegierte

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

Anzeigenausschuss

Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung
Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung

Stellvertreter

Kevin Jetter	Zollern-Alb-Kurier
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger

Vertriebsausschuss

Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung
Thomas Zehnle	Badische Zeitung

Stellvertreter

Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger

Sozialpolitischer Ausschuss

Jürgen Bauder	Hohenloher Tagblatt	stv. Vorsitzender
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	

Stellvertreter

Valdo Lehari jun.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Schlichtungs- und Einigungsausschuss

Eberhard Ebner	Südwest Presse

Finanzbeirat

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung

Stellvertreterin

Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung

Arbeitsgruppe Elektronisches Publizieren/Multimedia

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

Medienpolitischer Arbeitskreis

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

Arbeitsgruppe Recht

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

Arbeitsgruppe 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 Newspapers 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 Brackvogel	Südwest Presse

Versorgungswerk der Presse GmbH und Versorgungskasse

Dr. Holger Paesler	Südwest Presse

Pressestiftung Baden-Württemberg

Stephan Bourauel	VSZV	Vorstandsmitglied
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Stiftungsrat
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme	Stiftungsrat
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	Stiftungsrat

Sozialfonds der Landespresse e.V.

Stephan Bourauel	VSZV	Vorstandsmitglied
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Mitgliedervertreter
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme	Mitgliedervertreter
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	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

Organisationsausschuss Onlinemedien

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
Ralph Strickler	Badische Zeitung

Projektgruppe „Online-Vermarktung“

Martin Küfner	Heilbronner Stimme
Manfred Neufang	Badische Zeitung

XIII. Wir betrauern

Werner Schwarzwälder
langjähriger JBB-Vorsitzender und Chefredakteur des Südkurier
verstorben am 8. Dezember 2011
im Alter von 67 Jahren

XIV. Wir gratulierten

Geburtstage

85 Jahre
Dr. Brigitte Weyl
Verlegerin und frühere Geschäftsführende Gesellschafterin sowie Herausgeberin des Südkurier
am 12. Juli 2011

80 Jahre
Trude Maier
Verlegerin der Nürtinger Zeitung und Wendlinger Zeitung
am 19. August 2011

75 Jahre
Claus Detjen
Verleger und Herausgeber des Haller Tagblatts
am 24. Mai 2011

75 Jahre
Dr. Hansjörg Jaumann
Verleger des Oberbadischen Verlagshauses
am 13. Mai 2011

75 Jahre
Gertrud Theiss
ehemals Verlegerin der Schwäbischen Post und der Gmünder Tagespost
am 15. Juni 2011

70 Jahre
Konrad A. Theiss
Ehrenvorsitzender des VSZV
am 1. Februar 2011

65 Jahre
Dr. Volker Diesbach
Verleger der Weinheimer Nachrichten
am 4. September 2011

65 Jahre
Bernhard Theiss
Verleger der Schwäbischen Post und der Gmünder Tagespost
am 3. Juni 2011

65 Jahre
Hans-Jörg Wilhelm
Verleger der Heidenheimer Zeitung und Heidenheimer Neuen Presse
am 7. Januar 2011

60 Jahre
Matthias Schlecht
Verleger der Kreiszeitung Böblinger Bote
am 29. August 2011

Jubiläen

225 Jahre
Rems-Zeitung

220 Jahre
Tauber-Zeitung

180 Jahre
Nürtinger Zeitung

175 Jahre
Neckar- und Enzbote

65 Jahre
Fränkische Nachrichten
Heilbronner Stimme
Mannheimer Morgen
Stuttgarter Nachrichten

50 Jahre
Ludwigsburger Wochenblatt

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2011

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2011	IV/2010
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	172.070	(176.617)
Badische Zeitung	Freiburg	145.563	(147.298)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	137.974	(143.149)
Südkurier	Konstanz	128.850	(131.088)
Südwest Presse	Ulm/Donau	126.504	(128.176)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	98.335	(99.919)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	89.732	(91.523)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	89.156	(90.851)
Mannheimer Morgen	Mannheim	81.065	(83.462)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	61.735	(63.634)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	42.780	(43.586)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	42.297	(42.756)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	40.282	(40.571)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	38.859	(40.056)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	37.736	(38.547)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	34.256	(34.251)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	34.094	(34.786)
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	27.079	(27.498)
Schwäbische Post	Aalen	24.957	(24.963)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	22.602	(23.012)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	21.253	(21.478)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	19.870	(20.052)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	19.008	(19.374)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	17.247	(17.089)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.756	(16.909)
Die Oberbadische	Lörrach	16.568	(17.524)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	16.440	(16.578)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	15.261	(15.439)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	14.640	(14.931)
Geislinger Zeitung	Geislingen	12.660	(12.718)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	12.313	(12.431)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	12.233	(12.206)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	12.127	(12.284)
Gäubote	Herrenberg	11.775	(11.924)
Übertrag:		1.694.077	(1.726.680)

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2011	IV/2010
Übertrag:		1.694.077	(1.726.680)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	10.020	(10.103)
Lahrer Zeitung	Lahr	9.871	(10.249)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	9.283	(9.029)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	7.782	(7.955)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.748	(7.932)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	7.302	(7.465)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	6.474	(6.690)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	3.346	(3.469)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.516	(2.635)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.420	(2.477)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Auflagenhöhe Mitglieder:		**1.763.139**	**(1.796.984)**
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	128.494	(131.432)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	39.841	(40.911)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	12.953	(13.075)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		**181.288**	**(185.418)**
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		**1.944.427**	**(1.982.402)**

Mitgliederstand

	Mitgliedsverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2010	49 *	1.784.553
am 31.12.2011	50 *	1.763.139

* 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 Stemmle, Gregor Stemmle, Dr. Brigitte Weyl

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2011

(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 %
2011	1.944.427	./.	37.975 =	./.	1,91 %

Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2011 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage IV/2011	IV/2010
bis 5.000	4	(4)	10.582	(10.881)
5.001 bis 10.000	6	(5)	48.460	(39.071)
10.001 bis 25.000	18	(19)	288.683	(302.339)
25.001 bis 50.000	9	(9)	337.224	(342.962)
50.001 bis 125.000	5	(5)	420.023	(429.389)
über 125.000	6	(6)	839.455	(857.760)
	48	(48)	1.944.427	(1.982.402)

In der Gruppe "bis 5.000" erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2010

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2011

Publizistische Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

			verk. Auflage IVW IV/2011
1	Schwäbische Zeitung, Leutkirch		172.070
2	Badische Zeitung, Freiburg		145.563
3	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart		137.974
4	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		128.494
5	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		89.732
6	Heilbronner Stimme, Heilbronn		89.156
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		40.282
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		38.859
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		37.736
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden		34.094

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	346.364
12	Südwest Presse, Ulm	+ 19	332.348
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4 *	145.638
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	128.850
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	127.074
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	52.794
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	43.539

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Leutkirch Auflage IV/2011: 172.070

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

2. Badische Zeitung, Freiburg Auflage IV/2011: 145.563

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

3. Stuttgarter Zeitung, Stuttgart Auflage IV/2011: 137.974

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

4. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe Auflage IV/2011: 128.494

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

5. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg Auflage IV/2011: 89.732

RNZ-Bad Rappenauer Bote/ Eppinger Nachrichten
RNZ-Bergstraße/Mannheim – Weinheimer Rundschau
RNZ-Mosbacher Nachrichten
RNZ-Nordbadische Nachrichten
RNZ-Schwetzinger Nachrichten
RNZ-Sinsheimer Nachrichten
RNZ-Eberbacher Nachrichten
RNZ-Heidelberger Nachrichten
RNZ-Region Heidelberg
RNZ-Wieslocher Nachrichten/Walldorfer Rundschau

6. Heilbronner Stimme, Heilbronn Auflage IV/2011: 89.156

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

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen Auflage IV/2011: 40.282

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

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg Auflage IV/2011: 38.859

Ludwigsburger Kreiszeitung	Neckar- und Enzbote

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim Auflage IV/2011: 37.736

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden Auflage IV/2011: 34.094

Ausgabe Baden-Baden	Ausgabe Rastatt
Ausgabe Bühl	Ausgabe Murgtal

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11. Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart Gesamt-Auflage IV/2011: 221.590

Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart
mit Lokalausgaben	
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	124.774
	346.364

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

12. Südwest Presse, Ulm/Donau Gesamt-Auflage IV/2011: 332.348

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
Brenztal-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/2011: 145.638

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

* Partnerverlag außerhalb Baden-Württembergs

14. Südkurier, Konstanz Gesamt-Auflage IV/2011: 128.850

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/2011: 127.074

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
Lahrer Zeitung Lahr
Die Oberbadische Lörrach
Schwarzwälder Post Zell am Harmersbach (erscheint 3 x in der Woche)

16. Offenburger Tageblatt, Offenburg Gesamt-Auflage IV/2011: 52.794

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

17. Eßlinger Zeitung, Esslingen Gesamt-Auflage IV/2011: 43.539

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

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2011)

1. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (452.424)

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

2. Südwest Presse, Ulm/Donau (302.444)

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

3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (237.886)

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

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

4. Badische Zeitung / Die Oberbadische (162.131)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (124.774)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (52.794)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (43.539)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Anzeigenverbund Schwarzwald-Baar (34.180)

Südkurier
SWP/Die Neckarquelle

9. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (26.344)

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