VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2012

VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2012

Vorwort

Im Berichtsjahr 2012 lagen die Schwerpunkte der Verbandsarbeit in der wirtschaftlichen wie auch medienpolitischen Aufarbeitung der Herausforderungen einer sich zunehmend digitalisierenden Medienwelt.

Der Wandel der Zeitungsverlage hin zu Medienhäusern ist unverändert auf einem guten Weg, wie die Reichweitenmessungen der gedruckten und digitalen Verlagsangebote eindrücklich beweisen. Niemals zuvor haben die Verlage mit ihren Produkten eine derart hohe Reichweite erzielt wie im abgelaufenen Jahr. Hinzu kommt, dass die baden-württembergischen Zeitungsverlage auch im letzten Jahr fortgesetzt zahlreiche neue Printpublikationen auf den Markt gebracht haben, neben dem Ausbau des publizistischen Angebotes über ihre digitalen Vertriebskanäle und Vertriebsportale.

Ungeachtet dessen gleicht die Auseinandersetzung der Verlage mit international agierenden Internetkonzernen wie Google oder Facebook um die Gunst der Mediennutzer und Werbekunden immer noch einem Kampf von David gegen Goliath. Während die Verlage nur mühsam ihre „Paid Content-Strategie“ für ihre digitalen Angebote auf dem Markt durchsetzen, um deren Refinanzierung zu ermöglichen, erfreuen sich die Nutzer der Konkurrenz nach wie vor einer nahezu paradiesischen Kostenlos-Kultur, die bedauerlicherweise auch von Teilen der Politik als gottgegeben hingenommen wird. Der Missbrauch marktbeherrschender Stellungen oder die erfolgreichen Steuervermeidungsstrategien durch eine findige Niederlassungspolitik lassen einen wirtschaftlich fairen Wettkampf mit diesen Konzernen schlicht nicht zu.

Erste politische Schützenhilfe ist aber erkennbar. So scheint die EU-Kommission nun die Zügel in dem von den deutschen Verlagen initiierten Wettbewerbsverfahren gegen Google anzuziehen. Auch das Gesetzgebungsverfahren zur Etablierung eines Leistungsschutzrechtes konnte die Regierungskoalition in Berlin mit einigen Abstrichen nun endlich durchsetzen. Hoffnungsvoll stimmt auch die Botschaft aus der Landespolitik, den Plänen der ProSieben/Sat1-Gruppe, ihre bundesweiten Fernsehsendungen für regionale Werbung auseinanderzuschalten, einen staatsvertraglichen Riegel vorzuschieben.

In anderen Bereichen scheint die Politik aber nicht so recht vom Fleck zu kommen. So liegt die längst fällige Novellierung des Pressefusionsrechtes aus verfahrenstechnischen Gründen immer noch auf Eis. Ungehört blieb auch die berechtigte Forderung der Verlage nach einer Revision des Grundversorgungsauftrages der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Bereich der im Internet publizierten Textangebote. Hier scheint die Politik noch Jahre auf ein rechtskräftiges Urteil in dem von einigen Zeitungsverlagen angestrengten Wettbewerbsverfahren gegen ARD und ZDF warten zu wollen.

Mit großer Sorge zu betrachten sind schließlich politische Vorschläge zur Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns bzw. von Lohnuntergrenzen, die auch für den Bereich der Zeitungszustellung Geltung beanspruchen. Unsere Forderung lautet daher, dass die Zeitungszustellung als reine Aushilfs- oder Nebenerwerbstätigkeit nicht dem politischen Ziel untergeordnet werden kann und darf, vollberuflichen Erwerbstätigen einen auskömmlichen Lebensunterhalt ohne staatliche Unterstützung gesetzlich zu ermöglichen.

Einzelheiten hierzu und zu den weiteren Verbandsaktivitäten können wie gewohnt dem VSZV-Jahresbericht 2012 entnommen werden.

Über die Tätigkeit der Mitarbeiter der Geschäftsstelle hinaus legt er auch Zeugnis über die unentbehrliche Arbeit der vielen ehrenamtlichen Mitarbeiter aus den Verlagen in den VSZV- und BDZV-Gremien ab. Hierfür wie auch für die materielle Unterstützung der Mitgliedsverlage gilt unser Dank.

Stuttgart, Mai 2013

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Valdo Lehari jr.
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 2012 7
3. Auflagenstatistik 8
4. Reichweiten 9
5. Anzeigenumfänge 10

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 23. April 2012 in Neckarsulm 12
2. VSZV-Mitgliederversammlung 2012 12
3. Außerordentliche Mitgliederversammlung 18
4. Vorstand 19
5. Landespresseball 2012 20
6. TV Komm am 28. Februar 2012 in Karlsruhe 20

III. Recht und Sozialpolitik

1. Urhebervertragsrecht und Bildhonorare für Freie Mitarbeiter 21
2. Freie Mitarbeiter 21
3. Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik 21
4. Diskussion über geringfügige Beschäftigungsverhältnisse und flächendeckenden Mindestlohn 22

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage 24
2. Reform des Pressefusionsrechts / Änderung des GWB 24
3. Glücksspieländerungsstaatsvertrag 25
4. Das Kartellverfahren der Verlage gegen Google 26
5. Regionale Auseinanderschaltung von TV-Werbung nationaler TV-Anbieter in Kabelnetzen 27
6. Digitaler Rundfunk DAB + 32
7. Digitales Fernsehen DVB-T 34
8. Planungen zur Neulizenzierung der Hörfunkverbreitungsgebiete ab dem 1. Januar 2016 35
9. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 35

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss 40
2. Anzeigenleitertagung 41

Jahresbericht_2012.indd 5 13.05.13 09:18

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss 43
2. Vertriebsleitertagung 44
3. Zeitung in der Schule 45

VII. Digitale Medien 46

Ausschuss Digitale Medien 48

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter 50
2. Praxisseminar für junge Mediaplaner 51
3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote 51

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2012 53
2. Umfrage zur Volontärsausbildung 53
3. Seminare für Volontäre und Redakteure 54
4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB 55
5. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes 55
6. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes 55
7. JBB-Beirat 55
8. Seminarprogramm 2013 56

X. Journalistenpreise 57

XI. Aus den Verlagen 58

XII. Gremien und Ehrenämter 65

XIII. Wir betrauern 75

XIV. Wir gratulierten 76

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg 78

Jahresbericht_2012.indd 6 13.05.13 09:18

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

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Das Wirtschaftswachstum hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt, wenn gleich mit deutlich schwächerer Rate als in den beiden Jahren zuvor: Nach aktuellem Berechnungsstand liegt das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2012 rund 1,25 % über dem Vorjahreswert. Es steht zu erwarten – auch der Gesamtkonjunkturindikator des Statistischen Landesamtes zeigt das an –, dass die Phase der konjunkturellen Abschwächung im Laufe des kommenden Jahres ausläuft. Schenkt man den Prognosen unter anderem des Internationalen Währungsfonds Glauben, dürfte die Weltwirtschaft 2013 neuen Schwung erfahren, der sich dann auch auf die exportorientierte baden-württembergische Wirtschaft übertragen wird. Im Jahresdurchschnitt wird im Jahr 2013 für die heimische Wirtschaft erneut eine reale BIP-Wachstumsrate von 1,25 % erwartet, wobei vorausgesetzt ist, dass es zu keinen neuen gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen kommt und die Lösung der Krisen im Euroraum weiter voranschreitet.

Die Erwerbstätigkeit legte nach aktuellem Kenntnisstand im Jahr 2012 um knapp 1,5 % gegenüber dem Vorjahr zu. Schon 2011 belief sich die Wachstumsrate auf 1,6 %. Im zweiten Quartal 2012 stieg die Zahl der Erwerbstätigen erstmals über die 5,8 Mio.-Marke. Der größte Teil der Beschäftigungszunahme dürfte der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zuzuschreiben sein. Angesichts dieses starken Beschäftigungsaufbaus und der Tatsache, dass die Nachfrage nach Arbeitskräften der konjunkturellen Entwicklung zeitverzögert folgt, wird infolge der abgeschwächten Konjunktur 2012 für das kommende Jahr eine deutlich schwächere Zunahme der Erwerbstätigenzahl in Höhe von etwa 0,5 % erwartet.

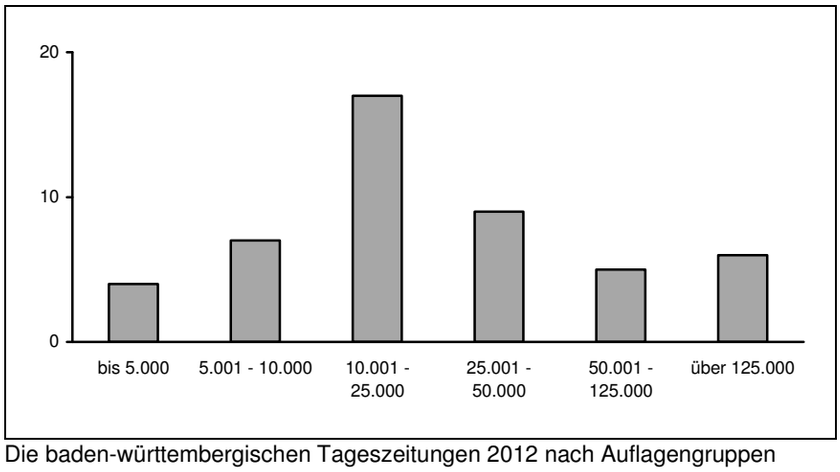
Nach kräftigem Anstieg der Verbraucherpreise im Jahr 2011 verlangsamte sich 2012 die Preisentwicklung wieder. Nur während des 1. Quartals 2012 wurde die 2 %-Zielmarke für Preisstabilität der Europäischen Zentralbank noch überschritten. Danach bewegte sich die Teuerungsrate zum Vorjahresmonat zwischen 1,4 und 2 %. Im Durchschnitt der ersten elf Monate 2012 lag der Index der Verbraucherpreise um 1,9 % über dem Vorjahresniveau. Hauptursache der Teuerung im Land sind weiterhin die gestiegenen Energiepreise, insbesondere die gestiegenen Preise für Mineralölprodukte. (Quelle: Statistisches Landesamt)

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist für Baden-Württemberg im Jahr 2012 einen Rückgang von insgesamt 9,4 % auf. Dies ist ein gegenüber den Entwicklungen auf Bundesebene leicht besserer Wert. Auf Bundesebene weisen die Anzeigenumfänge ein Minus von insgesamt 9,8 % im Vergleich zum Vorjahr aus. Wie auch auf Bundesebene, sind auf Landesebene in den Bereichen Markenartikel/Hersteller und Großformen des Handels nicht unerhebliche Rückgänge der Anzeigenumfänge von 23,1 % bzw. 21,0 % feststellbar. Eine positive Entwicklung auf Landesebene ist indes im Bereich Kfz-Hersteller/Kfz-Markenwerbung zu verzeichnen. Hier ergibt sich aus der Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, dass in Baden-Württemberg für das Jahr 2012 ein Zuwachs von immerhin 6,7 % zu verzeichnen ist. Auf Bundesebene ist für die Sparte Kfz-Hersteller/Kfz-Markenwerbung hingegen ein Rückgang von 7,9 % zu verzeichnen.

2. Zeitungsstruktur 2012

Typisch für Baden-Württemberg ist die mittelgroße Heimatzeitung zwischen 10.000 und 25.000 Auflage. In dieser Gruppe befinden sich 17 Verlage. Auf eine Auflage über 125.000 bringen es insgesamt sechs Verlage, wobei der größte Verlag bei 171.627 (verk. Auflage IVW IV/2012) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagengruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XV. „Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg“ ab Seite 78.

Jahresbericht_2012.indd 7 13.05.13 09:18



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2012 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen inkl. ePaper im 4. Quartal 2012 – Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 4. Quartal 2011
Bremen	219,21	-2,22
Hamburg	215,92	-3,99
Niedersachsen	1.417,89	-2,10
Schleswig-Holstein	415,54	-0,74
Nielsen I	**2.268,56**	**-2,05**
Nordrhein-Westfalen	2.812,91	-3,50
Nielsen II	**2.812,91**	**-3,50**
Hessen	773,08	-2,81
Rheinland-Pfalz+Saarland	855,17	-1,85
Nielsen IIIa	**1.628,25**	**-2,31**
Baden-Württemberg	1.935,39	-1,95
Nielsen IIIb	**1.935,39**	**-1,95**
Bayern	1.926,86	-1,20
Nielsen IV	**1.926,86**	**-1,20**
Berlin	368,98	-4,14
Nielsen V	**368,98**	**-4,14**
Brandenburg	335,02	-3,15
Mecklenburg-Vorpommern	320,65	-1,49
Sachsen-Anhalt	387,59	-3,26
Nielsen VI	**1.043,26**	**-2,69**
Sachsen	724,83	-2,76
Thüringen	363,78	-3,23
Nielsen VII	**1.088,61**	**-2,92**

Quelle: ZMG

Jahresbericht_2012.indd 8 13.05.13 09:18

4. Reichweiten

Die Reichweite der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen liegt gemäß MA 2012 bei 53,3 %. Dies bedeutet, dass sich täglich über 37,4 Mio. Menschen aus der Zeitung über das Geschehen in ihrer Region informieren. Nach Geschlecht differenziert liegen die Reichweiten bei den Frauen bei 54,6 % (19,6 Mio.) und bei den Männern bei 51,9 % (17,8 Mio.). Die Betrachtung nach Altersgruppen zeigt, die Abozeitung wird traditionell von einer Leserschaft ab 40 Jahren bevorzugt. In der Altersgruppe zwischen 40 und 49 Jahren liegt die Reichweite bei 53,3 % und steigt auf bis zu 70,6 % bei den über 70-Jährigen. Aber auch bei den jungen Lesern ist die Abonnementzeitung gut vertreten. Ein Drittel aller Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren (27,2 %) versorgt sich über dieses Medium mit Informationen aus dem lokalen oder regionalen Verbreitungsgebiet. Im Segment der 20- bis 29-Jährigen werden 33,1 % und bei den 30- bis 39-Jährigen 43 % von lokalen oder regionalen Abonnementzeitungen erreicht.

Wird die Leserschaft nach Merkmalen wie Bildung und Beruf untersucht, zeigt sich, dass die höchsten Reichweiten bei den besser Gebildeten mit Abitur/Studium (62,5 %), leitenden Angestellten/Beamten (64,7 %) und den Selbstständigen und Freiberuflern (57,9 %) zu verzeichnen sind. Darüber hinaus werden die regionalen Abonnementzeitungen vor allem in den Haushalten der besser verdienenden Bevölkerung gelesen. Bei einem Haushalts-Nettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro ist die höchste Reichweite mit 57,7 % festzustellen. Gleiches gilt für die doppelt verdienenden Haushalte (56,5 %).

Die Kernleserschaft der Regionalzeitungen findet sich in erster Linie in den kleineren Gemeinden und mittleren Städten. Bei Ortschaften mit weniger als 5.000 Einwohnern (61 %) wird die höchste Reichweite erreicht. Großstädte mit mehr als 500.000 Einwohnern weisen hingegen unterdurchschnittliche Werte (39,3 %) auf. Ein Grund hierfür dürfte der in Metropolen höhere Anteil an Single-Haushalten sein, die generell seltener print-affin sind (48,9 %/ Zwei-Personen-Haushalte: 61,3 %). Weiter verstärkt wurde dieser „Großstadteffekt“ durch die Erweiterung der Grundgesamtheit um die deutschsprachigen Ausländer, die zu einem überwiegenden Teil in den Ballungszentren leben und als eher zeitungsfern einzuschätzen sind.

Die Reichweite der Online-Angebote der Zeitungen im Netz steigt weiter an. Den Zeitungen ist es im Berichtsjahr gelungen, ihre Position als reichweitenstärkstes Angebot im Netz weiter auszubauen. Die Zeitungen erreichen nach einer ZMG-Sonderauswertung der AGOF internet facts 2012-8 mit ihren Online-Angeboten im Netz im durchschnittlichen Monat (Juni bis August 2012) 27,7 Millionen Unique User in Deutschland. Im Vorjahr waren es 25,5 Mio. Unique User. Die Portale der regionalen Abonnementzeitungen wurden dabei im Berichtsjahr von 20,2 Mio. Unique Usern regelmäßig besucht (Vorjahr: 18,2 Mio. Unique User). Damit liegt die Gattung der regionalen Abonnementzeitungen vor den überregionalen Zeitungen mit 15,9 Mio. und den Kaufzeitungen mit 14,3 Mio Unique Usern.

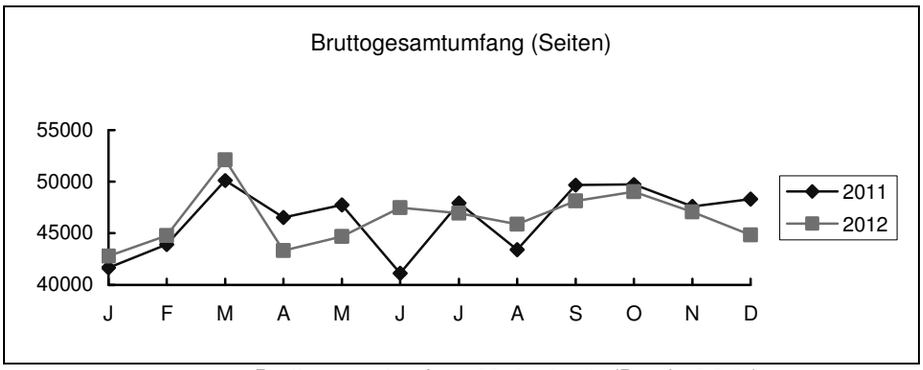
Auf den Onlineseiten der Zeitungen surfen besonders gerne junge Menschen. Die Internetangebote der Tageszeitungen erreichten im Berichtsjahr 62,7 % der Webnutzer zwischen 14 und 29 Jahren. Mit einem prozentualen Anteil von 45,8 % gehört die einkommensstarke Zielgruppe mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von über 2.500 Euro zu den überdurchschnittlich starken Zeitungslesern im Web.

Die Gesamtreichweite (Print und Online) der regionalen Abonnementzeitungen lag nach einer ZMG-Auswertung der VerbraucherAnalyse 2012 im Berichtsjahr bei 67,3 %. Das entspricht einer Steigerung von 26 % gegenüber dem Vorjahr (Gesamtreichweite 2011: 53,3 %). Auf Landesebene ist für die regionalen Abonnementzeitungen im Berichtsjahr eine Nettoreichweite für Print und Online von 72,5 % zu verzeichnen. Hier ist ein Zuwachs von 20 % gegenüber den Vorjahreswerten festzustellen (Gesamtreichweite 2011: 60,5 %).

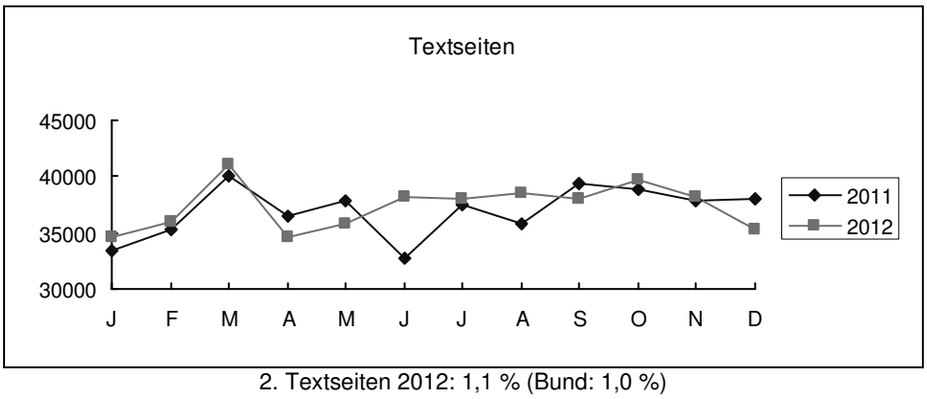
Jahresbericht_2012.indd 9 13.05.13 09:18

5. Anzeigenumfänge

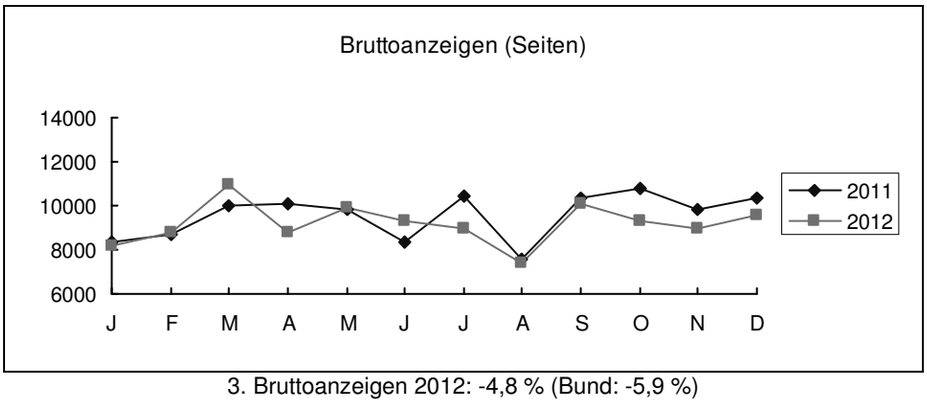
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt sanken die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2012 im Vergleich zum Jahr 2011 um 0,1 %, die Textseiten stiegen um 1,1 % und die Bruttoanzeigen nahmen um 4,8 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 6,4 %.



1. Bruttogesamtumfang 2012: -0,1 % (Bund: -0,6 %)

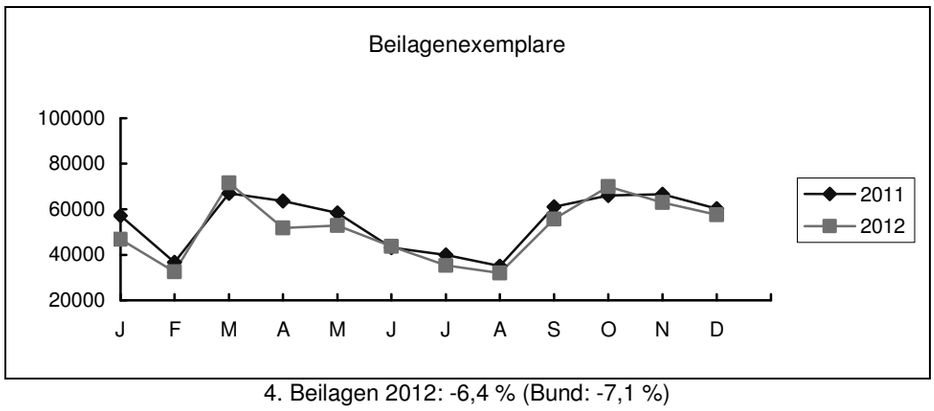


2. Textseiten 2012: 1,1 % (Bund: 1,0 %)



3. Bruttoanzeigen 2012: -4,8 % (Bund: -5,9 %)

Jahresbericht_2012.indd 10 13.05.13 09:18



4. Beilagen 2012: -6,4 % (Bund: -7,1 %)

Jahresbericht_2012.indd 11 13.05.13 09:18

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 23. April 2012 in Neckarsulm

Die Jahrestagung des VSZV im Berichtsjahr fand am 23. April 2012 im Audi Forum in Neckarsulm statt. Wie in den Jahren zuvor wurde am Vormittag der Jahrestagung die ordentliche Mitgliederversammlung des Verbandes durchgeführt, an der 58 Vertreter aus 43 Mitgliedsverlagen teilnahmen. Im öffentlichen Teil der Mitgliederversammlung nach der Mittagspause wurden nach den Festansprachen des Verbandsvorsitzenden Valdo Lehari jr. und einem Statement der baden-württembergischen Staatsministerin Silke Krebs zu den Herausforderungen in Medienpolitik und Medienbildung in einer Podiumsdiskussion Fragen der Innovationen in der verlegerischen Wertschöpfung vor dem Hintergrund des digitalen Strukturwandels in der Medienbranche aufgearbeitet. Zum festlichen Abschluss der Jahrestagung lud die Heilbronner Stimme zu einem Empfang mit anschließendem Abendessen ins Restaurant Nuvolari im Audi Forum ein.

2. VSZV-Mitgliederversammlung 2012

Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. sprach den ehrenamtlich tätigen Vorstandsmitgliedern seinen Dank für die engagierte Arbeit in den unterschiedlichen Gremien aus: Herrn Poppen (Vertrieb), Herrn Wilhelm (Anzeigen), Herrn Wiesner (Digitale Medien), Herrn Dr. Jansen (Sozialpolitischer Arbeitskreis), 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.

In seinem Rechenschaftsbericht umriss der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. die Schwerpunkte der Verbandsarbeit auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene. Im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen in der Medienlandschaft kritisierte er das Gebaren von Google, Facebook und Co und schilderte den Streitstand in Sachen ARD-Tagesschau-App. Besonders betonte er die Notwendigkeit der Einführung eines Leistungsschutzrechts für Zeitungsverlage: „Ohne unsere Inhalte gibt es nichts, was in der digitalen Welt läuft.“ Von den Vorschlägen der Verleger zur Änderung des Pressefusionsrechtes seien bisher nur Teile angenommen worden, der bisherige Entwurf entspräche nicht den Vorstellungen der Verleger, es fehlten die wichtigen Themen der Sanierungsfusion und Bagatellanschlussklausel, bei der angestrebten Ermittlung der Umsätze gebe es Verbesserungsbedarf. Er ging auf die unterschiedlichen gesetzlichen Initiativen zur Einführung des gesetzlichen Mindestlohns und den angedachten Änderungen zu den geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen ein. Auch wenn die ersten Anläufe gescheitert seien, würden weitere Aktivitäten zu erwarten sein.

Die schwierige Tarifrunde des Jahres 2010/2011 habe offene Fragen hinterlassen. Der Vorstand und der Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik des VSZV hätten sich bereits Anfang des Jahres intensiv mit den komplexen tariflichen Herausforderungen befasst. Der Vorsitzende sprach sich weiter vehement gegen die Pläne des Senders ProSiebenSat1 aus, seine Werbeblöcke regional über die deutschen Kabelnetze auseinanderzuschalten. Dies würde im umkämpften regionalen Werbemarkt zu deutlichen Einbrüchen führen, mit entsprechend negativen Folgen für den Bestand aller lokalen und regionalen Medien. Die technischen Möglichkeiten, die sich Kabel BW böten, seien, was die Regionalisierung angehe, noch viel umfangreicher als in den ersten Verlautbarungen bekannt geworden und umfassen theoretisch bis zu 20 regionale Gebiete unter der Landesebene alleine in Baden-Württemberg.

Zusätzlich ging er auf die Debatte zur Medienkonzentration auf europäischer Ebene und den Sachstand bei der Digitalisierung des Hörfunks in Baden-Württemberg ein.

Jahresbericht_2012.indd 12 13.05.13 09:18

Der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, berichtete, dass die andauernd gute Konjunktur den Südwest-Verlagen 2011 ein Plus von 31,5 % bei den Stellenanzeigen beschert hatte. Allerdings seien die Umfänge der Kfz-Anzeigen deutlich um 20,5 % eingebrochen. Insgesamt verzeichneten die Südwest-Verlage ein Anzeigen-Minus von 4,2 %, was dem Bundesdurchschnitt entspricht. Für das erste Quartal 2012 gestalte sich die Anzeigen-Situation nach ersten Einschätzungen sehr unterschiedlich.

Der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses und Verleger der Badischen Zeitung, Wolfgang Poppen, informierte die Teilnehmer über die Entwicklung der Vertriebserlöse des vergangenen Jahres. Zwar sei die tägliche Auflage der 56 Zeitungsverlage im Südwesten 2011 um 1,9 % auf 1,94 Mio. Exemplare gesunken. Dennoch hätten sich die Vertriebserlöse im vergangenen Jahr weiter stabilisiert. Ein besonderes Augenmerk legte Poppen auf die schulischen Aktivitäten der Zeitungsverlage und die geplante Kooperation zwischen Zeitungsverlagen und dem Staatsministerium im Rahmen der Initiative „Kindermedienland“.

In einer Positionsbestimmung stellte der Vorsitzende des VSZV-Ausschusses Digitale Medien, Rainer Wiesner, Südkurier, das Online-Engagement der Verlage demjenigen der sog. Big-Player wie Google, Facebook und Apple gegenüber. Die Verlage hätten sich durchaus mit guten Angeboten etabliert. Um in der Online-Welt ihren Platz weiterhin zu behaupten bestehe die Notwendigkeit, noch stärker Kooperationsmöglichkeiten auszuschöpfen.

VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte die Jahresrechnung des Verbandes 2011. Rechnungsprüfer Matthias Schlecht bescheinigte der Geschäftsstelle eine präzise und fehlerfreie Buchführung. Die Rechnungslegung des Verbandes sei beanstandungsfrei. Auf Vorschlag des Rechnungsprüfers erfolgte einstimmig und ohne Gegenstimmen und Enthaltungen die getrennte Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung. Weiterhin erging der Beschluss zur Genehmigung der Abrechnung des Jahres 2011.

Nach Erläuterung des Etat-Voranschlages für 2012 entschied die Mitgliederversammlung auf Empfehlung des Vorstandes, den Etatvoranschlag für das Jahr 2012 zu genehmigen, den Auflagenbeitrag rückwirkend zum 1. Januar 2012 von 18,63 Euro auf 19,33 Euro pro 1000 Exemplare - bei unverändertem Grundbeitrag von 64,31 Euro - anzuheben und das Beitragsvolumen, dem Beispiel des BDZV folgend, für die Zukunft bis auf weiteres auf dem Niveau des Jahres 2012 festzuschreiben. Der Auflagenbeitrag ist somit in Zukunft für das jeweilige Haushaltsjahr entsprechend anzupassen.

Es erfolgten Neubenennungen in zwei Ausschüssen des Verbandes. In den Anzeigenausschuss wurde für Nathalie Bankston nun Oliver Vollmer (beide Eßlinger Zeitung) berufen. Auf den vakant gewordenen Platz von Jörg Röver im Ausschuss Digitale Medien wird Jonas Bleeser (beide Schwäbisches Tagblatt, Tübingen) nachfolgen.

Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer des Mannheimer Morgen und Vorsitzender des VSZV-Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik, schilderte den schwierigen Verlauf der Tarifrunde der Jahre 2010/2011. Die Tarifrunde sei durch verschiedene Elemente sehr stark geprägt worden: Durch eine nicht immer einheitliche Haltung der Nord- und Südverleger in bestimmten Tariffragen und einer nicht immer sehr glücklich verlaufenen Außendarstellung. Der VSZV-Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik habe bereits Anfang des Jahres eine Bewertung der Tarifrunde vorgenommen und Maßnahmen vorgeschlagen. Mehr denn je gelte es, sich im Hinblick auf die kommende Tarifrunde im nächsten Jahr frühzeitig zu positionieren.

Der Geschäftsführer der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG), Markus Ruppe, informierte über aktuelle Themenfelder der ZMG, die für das gemeinsame Gattungsmanagement der Zeitungen zuständig ist. Insbesondere ging er auf die schwierige Situation im Bereich der Großformen des Einzelhandels ein. Entgegen der in der Vergangenheit ersichtlich gewordenen Verlagerungen weg von der Tageszeitung in andere Werbeformen biete die Zeitung hier

Jahresbericht_2012.indd 13 13.05.13 09:18

VSZV-Jahrestagung 2012 in Neckarsulm

Jahresbericht_2012.indd 14 13.05.13 09:18

VSZV-Jahrestagung 2012 in Neckarsulm

Jahresbericht_2012.indd 15 13.05.13 09:18

Potential, was sich an vielen Punkten verdeutliche: So lesen z.B. 48 Mio. Menschen täglich eine Tageszeitung, denen 46 Mio. gegenüberstünden, die in den letzten vier Wochen im Internet gewesen seien.

Beschlossen wurde eine Satzungsänderung, mit der die Mitgliedsverlage den Landesverband ermächtigen, zur Sicherung der Ansprüche aus der Reprografieabgabe Wahrnehmungsverträge mit der zuständigen Verwertungsgesellschaft durch den BDZV abschließen zu können. Redaktionell angepasst an eine frühere Satzungsänderung wurde die Anzahl der Vorstandsmitglieder in der entsprechenden Satzungsbestimmung.

Vortragsveranstaltung am Nachmittag

Ansprache des Vorsitzenden Valdo Lehari jr.

Der VSZV-Vorsitzende ging in seinem Vortrag anlässlich des am 3. Mai 2012 stattfindenden internationalen Tags der Pressefreiheit auf die Entwicklung und Bedeutung der Pressefreiheit für ein funktionierendes demokratisches Gemeinwesen ein. Nicht nur in Ländern wie Russland, China oder in afrikanischen oder lateinamerikanischen Staaten gebe es Einschränkungen der Pressefreiheit, sondern auch in Europa und in Deutschland zeige sich anhand zahlreicher Beeinträchtigungen, dass der Staat immer wieder an die existentielle Bedeutung der Presse- und Meinungsfreiheit für die Demokratie erinnert werden müsse. Als Grundnahrung für die Demokratie müsse die Pressefreiheit stets von neuem verteidigt werden. Gefahren lauerten von innen und außen, so Lehari jr. Allerdings seien in Deutschland auch positive Entwicklungen zu erkennen: So begrüße man ausdrücklich den derzeit im Bundestag beschlossenen Gesetzentwurf zur Stärkung der Pressefreiheit im Straf- und Strafprozessrecht für mehr Quellen- und Informantenschutz zugunsten von Journalisten. Auch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes, wonach die Polizei das fotografische Festhalten eines Einsatzes nicht einfach verbieten könne oder die Anordnung des Bundesverfassungsgerichtes zum Vorrang der Fernsehberichterstattung seien hier zu vermerken.

Er ging auf die öffentlich geführte Diskussion zur Politikverdrossenheit ein und hinterfragte kritisch, ob sich dahinter möglicherweise auch eine Medienverdrossenheit verberge: Diesem zu begegnen sei nur durch die Stärkung der Unabhängigkeit und der Qualität der Arbeit der Redaktionen möglich.

Vor dem Hintergrund, dass täglich fast 63 % der Baden-Württemberger über 14 Jahre eine Regionalzeitung zur Hand nehmen, könne von einer Zeitungskrise keine Rede sein, so Lehari jr. Neben den Printausgaben hätten die Online-Informationsangebote der Verlage eine steigende Bedeutung. „Wir sind schon volle Kanne in der digitalen Welt angekommen“, sagte Lehari jr. Die deutschen Verlage bieten aktuell 660 digitale Angebote. 25 Mio. Unique User besuchen bundesweit im Monat den Internetauftritt einer Zeitung. Nach wie vor sei im Übrigen die Zeitung unverändert der glaubwürdigste Werbeträger Nr. 1, zusammen mit der Gattung Fernsehen läge man an der Spitze. Die wirtschaftliche Lage der Blätter in Baden-Württemberg ist nach Einschätzung von Lehari jr. weiterhin stabil. Die Aufrechterhaltung einer vielseitigen Zeitungslandschaft sei als Garant für die Meinungsvielfalt von enormer Wichtigkeit.

Weiterhin begründete Lehari jr. die Forderungen der Verleger nach Schaffung eines Leistungsschutzrechts. Das Leistungsschutzrecht solle dazu beitragen, die Gratismentalität und Unkultur des Kostenlosen im Internet etwas zu kompensieren. Gleichzeitig sei es auch als Signal an die digitale Wirtschaft zu verstehen zur Anerkennung der Rolle und Funktion der freien Presse und deren Erhalt und Weiterentwicklung auch im digitalen Zeitalter.

Das schwierige Verhältnis der Verlage zu Google als kontrollierendem Gatekeeper zwischen Inhalteanbietern und Internetnutzern war ebenfalls Gegenstand seiner Rede. Er ging auf die mit den Kartellverfahren verbundenen Fragestellungen zum Fair-Search-Verfahren und dem

Jahresbericht_2012.indd 16 13.05.13 09:18

Fair-Share-Verfahren ein. Ziel müsse es sein, mit den mittlerweile auch aus anderen europäischen Ländern wie Frankreich, Großbritannien und Spanien eingeleiteten Verfahren zu erreichen, dass sich Google auf den Märkten anders und fairer verhalte, vor allem müsse mehr Transparenz geschaffen werden. Weiterhin waren Fragen des Datenschutzes und des diesbezüglichen Marktgebarens der großen Anbieter wie Google, Facebook und Apple Gegenstand des Vortrags. Er sprach weiterhin das Verhältnis zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Forderungen der Verleger nach effektiven Verbesserungen der Pressefusionskontrolle an. Vehement sprach er sich gegen die Absicht des Senders ProSiebenSat1 aus, seine Werbeblöcke regional auseinanderzuschalten. Dies würde im umkämpften regionalen Werbemarkt zu deutlichen Einbrüchen führen, mit erheblichen Folgen für den Bestand aller lokalen und regionalen Medien. Ein national lizenziertes Programm ohne redaktionelle Leistungen und Angebote könne nicht einfach, weil technisch machbar, zu Zwecken höherer Werbeerlöse sein Programm in regionale Gebiete aufteilen.

Zum Abschluss seiner Rede ging er auf die vielfältigen Zeitungsschulprojekte der Verlage ein, die seit 30 Jahren in unterschiedlichster Form initiiert wurden. Man habe beschlossen, diese mit einem landesweiten Qualitätssiegel zu versehen und habe die Landesregierung hierfür um Unterstützung gebeten. So diskutiere man gegenwärtig mit dem Staatsministerium, die bestehenden Verlagsaktivitäten in das existierende und zu begrüßende Projekt „Kindermedienland“ des Landes Baden-Württemberg einzubringen. Er dankte der Staatsministerin für bereits gegebene unterstützende Signale.

Grußwort des Oberbürgermeisters der Stadt Neckarsulm

Der Oberbürgermeister der Stadt Neckarsulm, Joachim Scholz, schilderte die historische Entwicklung der Stadt Neckarsulm hin zu einem bedeutenden Industriestandort. Besonders hob er hervor, dass Neckarsulm zu den ganz wenigen Städten gehöre, die mehr Arbeitsplätze als Einwohner zählten, was sich über das hohe Gewerbesteueraufkommen ausgesprochen positiv auf die Infrastruktur und die Lebensqualität in der Stadt auswirke.

Festvortrag der baden-württembergischen Staatsministerin Silke Krebs

Die baden-württembergische Staatsministerin Silke Krebs (Grüne) erklärte in der Vortragsveranstaltung am Nachmittag, dass eine länderübergreifende Einigkeit dahingehend herrsche, dass die Auseinanderschaltung von Werbeblöcken, wie von der ProSiebenSat1 Media AG geplant, eine Gefahr für die Verlage darstelle. Dem werde man nicht tatenlos zusehen. Es liege im Interesse aller, die Zukunft der Zeitungen zu sichern.

Sie ging auf die anstehende Reform des SWR-Staatsvertrages ein, der aufgrund der Änderungen in der „Digitalen Welt“ einer Anpassung an geänderte Gegebenheiten bedürfe. Eine „trimediale Ausrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sei unausweichlich. In diesem Zusammenhang ging sie auch auf den Streit zwischen der ARD und den Verlegern um die ARD-App und die Auslegung der rundfunkstaatsvertraglichen Regelungen zur Sendungsbezogenheit ein. Sie begrüße es, wenn die Beteiligten hier zu einer Einigung kämen. Allerdings brachte sie auch zum Ausdruck, dass man sich in Bezug auf die im Rundfunkstaatsvertrag geregelte Verweildauer (sog. 7-Tages-Grenze) bestimmter Angebote im Internet für längere Fristen ausspreche. Sie erwähnte besonders die Wichtigkeit des diskriminierungsfreien Zugangs zu Presseprodukten und sprach sich für den Erhalt des Pressegrosso-Systems in der bestehenden Form aus. Weiterhin betonte sie die Wichtigkeit der Arbeit der Zeitungen: „Die Kinder von heute sind die Leser von morgen. Und die diskussionsfreudigen Demokraten von übermorgen.“ Im Hinblick auf die angestrebte Kooperation zwischen Zeitungsverlegern und Staatsministerium führe man mit dem VSZV gute Gespräche über deren konkrete Ausgestaltung. Darüber hinaus plane die Landesregierung, eine zentrale Anlaufstelle für Medienkompetenz unter Beteiligung von LFK, den Landesmedienzentren und dem SWR zu schaffen.

Jahresbericht_2012.indd 17 13.05.13 09:18

Vortrag von Prof. Dr. Katja Nettesheim „Innovation der verlegerischen Wertschöpfung – Schutzwall gegen die digitale Flut“

In ihrem Vortrag über die Innovation der verlegerischen Wertschöpfung ging Frau Prof. Dr. Nettesheim auf die aktuellen Herausforderungen der Medienindustrie und die unterschiedlichen Ansatzpunkte zur Beschreibung von Wertschöpfungsstrukturen ein. Es gebe im Wesentlichen zwei Felder, die einer näheren Betrachtung bedürften: Zum einen den „gleichen Kundennutzen mit effizienterer Wertschöpfungsstruktur“ und zum anderen den „neuen zusätzlichen Kundennutzen“. Anhand einiger Beispiele erläuterte sie diesen Mechanismus und beschrieb Methoden, einen Analyseprozess systematischer und strukturierter zu gestalten.

Podiumsdiskussion

Als Ergebnis der Podiumsdiskussion im Anschluss an den informativen Vortrag von Prof. Dr. Nettesheim kristallisierte sich heraus, dass sich viele Verlage auf der Suche nach günstigen Kostenstrukturen weitere redaktionelle Kooperationen vorstellen können. Dabei dürfe das jeweilige journalistische Profil nicht beliebig austauschbar gemacht werden. Auch im Vertrieb gebe es Beispiele gelungener Zusammenarbeit. „Unser Gegner ist nicht mehr der Nachbarverlag, unsere Gegner sind die Google's dieser Welt“, sagte der Geschäftsführer des Schwäbischen Verlags, Dr. Kurt Sabathil. Dieser Auffassung pflichteten die Podiumsteilnehmer bei. Valdo Lehari jr. verwies auf Baden-Württemberg als ein gutes Beispiel für gelungene Verlagskooperationen. Diese müssten mit Augenmaß erfolgen – immer Kunde, Markt und Mensch im Blick“. Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung, war zuversichtlich: „Das Printprodukt wird es weiter geben, aber die Online- Produkte der Häuser werden zulegen“. Auch Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Verlegerin der Eßlinger Zeitung, sah es ähnlich: „Wir müssen alle Zielgruppen erreichen. Mit Facebook und allen neuen Medien. Und dabei unsere Marken ausbauen.“

Abendveranstaltung

Nach der Begrüßung durch den gastgebenden Verleger der Heilbronner Stimme, Tilmann Distelbarth, genossen die Veranstaltungsteilnehmer einen wahrlich „bezaubernden Abend“ im Restaurant Nuvolari. Zum Auftakt präsentierte das Reutlinger Zauberkünstler-Duo „Junge, Junge“ Teile aus seinem abwechslungsreichen Programm. Den ganzen Abend über versetzten es die Gäste mit seinen aberwitzigen Tricks und überraschenden Zauberdarbietungen immer wieder aufs Neue ins Staunen.

3. Außerordentliche Mitgliederversammlung

Am 15. November 2012 trafen sich die Mitglieder des VSZV zur außerordentlichen Mitgliederversammlung anlässlich der BDZV/ZMG-Präsentationsveranstaltung „Neue Kommunikationsstrategie für die Zeitungen“ im Wannersaal des Lindenmuseums in Stuttgart. An der außerordentlichen Mitgliederversammlung nahmen 25 Mitgliedsverlage mit 31 Vertretern teil. Der BDZV wurde durch Joachim Fuhrmann, Leiter Kommunikation und Multimedia, sowie Christian Nienhaus, Vorsitzender der BDZV-Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit, vertreten. Als Gäste waren Uli Veigel, Chairman und CEO der Grey Gruppe Deutschland, und Johann Wachs, Planning Director der Grey Gruppe Deutschland, anwesend.

Jahresbericht_2012.indd 18 13.05.13 09:18

4. Vorstand

Der VSZV-Vorstand traf im Jahre 2012 zu drei Vorstandssitzungen zusammen: am 29. März, am 18. Juli und am 30. November 2012.

In der ersten Vorstandssitzung des Jahres 2012 diskutierte der Vorstand in Vorbereitung der anstehenden Mitgliederversammlung neben den allgemeinen Verbandsregularien die Etatabrechnung für das Jahr 2011, einen Beschlussvorschlag für den Jahresetat 2012 und die Grundsätze für die künftige Festlegung des Beitragsvolumens. Man kam zu dem Ergebnis, zur Vermeidung künftiger Etatunterdeckungen aufgrund sinkender Auflagengrößen den Mitgliedern vorzuschlagen, das Beitragsvolumen entsprechend dem Beispiel des BDZV für die Zukunft bis auf weiteres auf dem Niveau des Jahres 2012 festzuschreiben.

Weiterhin wurde über folgende Themen diskutiert:

- Geringfügig Beschäftigte / Mindestlohn
- Tarifsituation
- Amtsblätter
- Regionale Auseinanderschaltung von Fernsehwerbung in den deutschen Kabelnetzen
- Zeitung in der Schule / Kindermedienland
- Klage gegen die Tagesschau-App
- Pressefusionskontrolle / GWB-Novelle
- Leistungsschutzrecht
- Google
- Datenschutz
- Satzungsänderungen

Bei der Zusammenkunft am 18. Juli wurden folgende Themen behandelt

- VG Wort Reprographieabgabe
- Vorbereitung auf die Tarifrunde 2013 für Zeitungsredakteure
- Urhebervertragsrecht
- Medienpolitik
- Berichte aus den VSZV-Ausschüssen

Jahresbericht_2012.indd 19 13.05.13 09:18

Am 30. November waren Gegenstand der Sitzung die Themen

- Medienpolitik
  - Tagesschau-App / Gespräche mit der ARD
  - Pressefusionskontrolle
  - Regionale Auseinanderschaltung von Fernsehwerbung
  - Leistungsschutzrecht
  - Google
- Sozialpolitik
  - Abschluss der Gemeinsamen Vergütungsregeln Foto
  - Strategiesitzung des SPA vom 20./21. November 2012
  - Mindestlohn
- Öffentlichkeitsarbeit
  - Projekt „Zeitungscampaigning“

5. Landespresseball 2012

Am 24. November 2012 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 53. Landespresseball des Landes Baden-Württemberg statt.

Rund 2.300 Besucher aus Politik, Wirtschaft und Sport, allen voran der Schirmherr der Veranstaltung, Ministerpräsident Winfried Kretschmann, erlebten einen kurzweiligen Abend mit den unterschiedlichsten Showeinlagen. Den musikalischen Top-Act bot Dick Brave, der einmal als Sascha bekannt war und das Publikum mit seinen Rockabilly Nummern in seinen Bann zog. Ein weiterer Höhepunkt des Balles war die jährlich stattfindende Tombola, bei der 1.200 attraktive Preise im Wert von mehr als 200.000 Euro verlost wurden. Der Hauptpreis war ein BMW - 316d.

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 54. Landespresseball findet am 15. November 2013 in der Stuttgarter Liederhalle statt.

6. TV Komm am 28. Februar 2012 in Karlsruhe

Wie in den Jahren zuvor waren der VSZV und sein Schwesterverband VPRA als Medienpartner an der Bewegtbildmesse „TV Komm“ am 28. Februar 2012 in Karlsruhe beteiligt.

Gegenstand des Kongresses TV Komm war das Thema „Smart Interaction“. In 15 Best-Practice-Workshops präsentierten dazu Top-Experten von öffentlich-rechtlichen und privaten Radio- und TV-Sendern, Verlagen, Medienhäusern und Plattformbetreibern ihre Erfolgskonzepte, neue Erlösquellen für reichenweitenstarke Homepages, Content Tuning für die Endgeräte und neue Werbeformen für konvergente Nutzung.

Jahresbericht_2012.indd 20 13.05.13 09:18

III. Recht und Sozialpolitik

1. Urhebervertragsrecht und Bildhonorare für Freie Mitarbeiter

Da beim Abschluss der Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen am 30. November 2009 nur die Honorare für Wortbeiträge festgelegt worden waren, sollten wegen der Höhe der Bildhonorare die Gespräche im Jahr 2011 fortgesetzt und bis zum 30. September 2011 beendet werden. Es wurde indes fünf Mal verhandelt, ohne dass eine Annäherung der gegenseitigen Standpunkte erreichbar war.

Nachdem die Gewerkschaften den BDZV noch im Jahr 2011 zu Schlichtungsverhandlungen aufgefordert hatten und sich die Mehrzahl der Mitgliedsverlage des BDZV und des VSZV für eine Verhandlungsführung durch den BDZV ausgesprochen hatte, wurden im Berichtsjahr insgesamt vier Schlichtungstermine unter Leitung des Vorsitzenden der Schlichtungsstelle „Fotohonorare“, Herrn Prof. Dr. Melichar, abgehalten.

Die Schlichtungsstelle „Fotohonorare“, der auch der Geschäftsführer des VSZV, Herr Stephan Bourauel, angehört, ist dabei ausschließlich für die Verhandlungen über die Honorarhöhe der freien, hauptberuflichen Fotografen zuständig. Die inhaltliche Ausgestaltung des Textes der anzustrebenden Gemeinsamen Vergütungsregeln „Fotohonorare“ (Anwendungsbereich, Rechtekatalog etc.) untersteht nicht der Kompetenz der Verhandlungspartner. Sie ist vielmehr mit dem Text der im Jahre 2009 ausgehandelten Vergütungsregeln für Wortbeiträge identisch. Folglich sind redaktionelle Änderungen nicht mehr oder allenfalls der Schlichtungsstelle im gemeinsamen Einvernehmen möglich.

In der Sache selbst, der Verhandlung der Honorarsätze für die Fotojournalisten, standen die von beiden Parteien angeführten Honorarsätze zur Diskussion, so wie sie in der Anlage (Briefwechsel) zu den Gemeinsamen Vergütungsregeln aufgestellt für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen (Gemeinsame Vergütungsregeln Wortbeiträge) im November 2009 festgehalten und auch veröffentlicht wurden.

Der Vorsitzende der Schlichtungsstelle „Fotohonorare“, Herr Prof. Dr. Melichar, versuchte, in den vier Sitzungen am 13. April, 13. Juni, 1. August und 21. September 2012 einen Kompromiss zu finden, der sich einerseits an den Prozentsätzen der Honorarunterschreitung bei den Gemeinsamen Vergütungsregeln Wortbeiträge, anderseits aber auch an den Honorarsätzen orientierte, die in den MFM-Richtlinien enthalten sind. Eine verbindliche Einigung ist im Berichtsjahr nicht erfolgt.

2. Freie Mitarbeiter

Mit Rechtsfragen zur Vertragsgestaltung mit freien Mitarbeitern wurde der Verband in den letzten Jahren vermehrt befasst. Dabei geht es um die Bewertung des Umfangs der einzelnen Tätigkeiten und in diesem Zusammenhang vielfach um die Frage der hauptberuflichen Ausübung der journalistischen Tätigkeit und auch um die Frage, ob der hauptberuflich tätige, freie journalistische Mitarbeiter möglicherweise den Status eines arbeitnehmerähnlichen Journalisten erreicht, auf den die Regeln des Tarifwerks für arbeitnehmerähnliche Journalisten und Journalistinnen Anwendung finden könnte. Weiterhin sind in den Verträgen die Nutzungen zu bestimmen, die Grundlage für die Berechnung der Vergütung werden.

3. Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik

Der Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik traf sich unter Leitung seines Vorsitzenden, Herrn Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, am 1. Februar 2012 in Stuttgart zu einem Gespräch

Jahresbericht_2012.indd 21 13.05.13 09:18

über die zukünftige tarifpolitische Strategie des VSZV und dessen Mitgliedsverlagen in zukünftigen Tarifverhandlungen.

Der VSZV-Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik war sich einig, dass man aus den letzten Tarifverhandlungen der Jahre 2010 und 2011, welche mit den Vereinbarungen vom 18. April 2011 beendet wurden, einige wichtige Lehren gezogen habe. Bedauerlicherweise seien die gewonnenen Erkenntnisse nicht nur positiver Natur. Nicht zuletzt die unterschiedlichen Darstellungsweisen von Arbeitgeberseite und Gewerkschaften hätten zur Emotionalisierung der Verhandlungen beigetragen. Hieraus werde man für die Zukunft lernen.

Ebenso diskutierten die Teilnehmer der Sitzung des Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik die mögliche Verhandlungsmasse für die im kommenden Jahr mit Wahrscheinlichkeit anstehenden Tarifverhandlungen.

4. Diskussion über geringfügige Beschäftigungsverhältnisse und flächendeckenden Mindestlohn

Nachdem der Bundesrat noch in seiner Plenarsitzung am 16. Dezember 2011 über 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, beraten hatte, wurden beide Gesetzgebungsvorhaben im Berichtsjahr abgelehnt, da beide Gesetzesentwürfe nicht die erforderliche Mehrheit von 35 Stimmen im Bundesrat fanden. Die Forderung der initiativgebenden Bundesländer zur Einführung eines flächendeckenden Mindestlohns, der ein Bruttoarbeitsentgelt für eine Zeitstunde von nicht unter 8,50 Euro brutto vorsah, scheiterte in der Sitzung des Bundesrates am 10. Februar 2012. Der Gesetzentwurf zu den Rechten von "Minijobbern" (sog. „Entwurf eines Gesetzes zur Reform der geringfügigen Beschäftigung und zur Bekämpfung der illegalen Beschäftigung“) wurde am 2. März 2012 ebenfalls abgelehnt.

Nach einer Phase vorübergehender „politischer Zurückhaltung“ nahm die Diskussion zum Thema Mindestlohn bzw. Lohnuntergrenze im September 2012 wieder Fahrt auf, als das Land Thüringen einen Gesetzesantrag über eine Festsetzung eines Mindestlohns vorlegte. Der Entwurf Thüringens scheint absichtlich radikal formuliert, um entsprechende Verhandlungsmasse zu haben. Danach soll eine sog. Mindestlohnkommission den Mindestlohn als Bruttostundenlohn durch Beschluss vorschlagen. Als Diskussionspunkt wird der Betrag von 8,50 Euro ins Gespräch gebracht, ohne diesen bereits als Mindestlohn festzulegen. Der Entwurf wurde in die Tagesordnung der Plenarsitzung des Bundesrates am 21. September 2012 aufgenommen und dann den Bundesratsausschüssen zur Beratung zugewiesen. Der Gesetzesantrag sollte am 2. November 2012 auf der Tagesordnung der Sitzung des Bundesrats stehen, wurde jedoch zwischenzeitlich ruhend gestellt.

Der VSZV hat die besondere Lage der Zeitungszustellung bereits mit Schreiben vom 24. Januar 2012 und 27. Juni 2012 gegenüber Frau Ministerin Altpeter im baden-württembergischen Ministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren dargelegt und auch bereits um einen Gesprächstermin zur näheren Darlegung der Besonderheiten in der Zeitungsbranche gebeten.

Auch hinsichtlich der geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse (sog. Minijobs) plante der Bundestag mit dem Gesetz zu Änderungen im Bereich der geringfügigen Beschäftigung, die Verdienstgrenzen für geringfügige Beschäftigung an die allgemeine Lohnentwicklung anzupassen. Die beratenden Ausschüsse im Bundesrat hatten empfohlen, den Vermittlungsausschuss mit dem Ziel der Aufhebung des Gesetzes anzurufen. Sie vertraten die Auffassung, dass statt einer Anhebung der Verdienstgrenze die Begrenzung der Arbeitszeit auf höchs-

Jahresbericht_2012.indd 22 13.05.13 09:18

tens 12 Stunden wöchentlich - mit einem Arbeitslohn von mindestens 8,50 Euro - der richtige Weg sei. Mit Schreiben vom 20. November 2012 wandte sich der VSZV an Herrn Ministerpräsidenten Kretschmann und verdeutlichte die Auffassung der baden-württembergischen Zeitungsverlage, nach der sich eine solche Begrenzung der Arbeitszeit für die Branche der Zeitungszustellung verbietet. Der Bundesrat billigte daraufhin die Gesetzesänderung in seiner Sitzung am 23. November 2012. Damit wurde die Entgeltgrenze ab dem 1. Januar 2013 auf 450 Euro angehoben.

Die Themenkomplexe Mindestlohn und geringfügige Beschäftigungsverhältnisse werden auch im kommenden Wahljahr von großer Bedeutung sein. Die weitere Entwicklung dieser Themenkomplexe bleibt abzuwarten und wird vom VSZV intensiv betreut werden.

Jahresbericht_2012.indd 23 13.05.13 09:18

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage

Nachdem sich die Bundesregierung bereits in ihrem Koalitionsvertrag für die Verankerung eines Leistungsschutzrechts für Presseunternehmen ausgesprochen hatte, wurde zunächst am 13. Juni 2012 der lang erwartete Entwurf eines Gesetzes zur Etablierung eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage vom Bundesjustizministerium vorgelegt. Daraufhin entbrannte eine flächendeckende Debatte in den Medien. Befürworter und Gegner des Leistungsschutzrechts für Presseverlage lieferten sich einen unentwegten Schlagabtausch. Der Gesetzesentwurf zur Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage wurde vom Bundesjustizministerium am 27. Juli 2012 sodann jedoch in geänderter Fassung vorgelegt. Der Entwurf des Siebenten Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes betrifft nunmehr lediglich „die Anbieter von Suchmaschinen“ sowie die Anbieter von ähnlichen Diensten im Netz, „die Inhalte entsprechend einer Suchmaschine aufbereiten“. Dies brachte dem Gesetzesentwurf den Beinamen „lex google“ ein.

Der Gesetzesentwurf zur Etablierung eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger wurde schließlich am 29. August 2012 im Bundeskabinett verabschiedet. Wie es der reguläre Ablauf eines Gesetzgebungsverfahrens vorsieht, ist der Regierungsentwurf für das Leistungsschutzrecht anschließend dem Bundesrat zur Stellungnahme zugeleitet worden, bevor das Gesetz in einer ersten Lesung im Bundestag behandelt werden konnte. Der VSZV wandte sich daher mit Schreiben vom 17. September 2012 und 4. Oktober 2012 an Herrn Ministerpräsidenten Kretschmann und an Herrn Justizminister Stickelberger mit der Bitte, den Gesetzesentwurf zu unterstützen. Der Bundesrat hat am 12. Oktober 2012 zum Gesetzesentwurf Stellung genommen und insbesondere darum gebeten, im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens zu prüfen, ob der Einzug und die Verteilung der Vergütung für die Einräumung von Nutzungsrechten an dem Leistungsschutzrecht für Presseverlage durch eine Verwertungsgesellschaft erfolgen müssen.

Am 29. November 2012 wurde der Gesetzesentwurf erstmals im Bundestag diskutiert und anschließend zur weiteren Beratung den Fachausschüssen übergeben. Nach der Beratung in den Fachausschüssen wird der Gesetzentwurf dann möglicherweise mit Änderungsvorschlägen erneut dem Bundestag vorgelegt. Zum Ende des Berichtsjahres steht damit die Verabschiedung des vorgelegten Gesetzesentwurfes noch aus. Der weitere Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens wird vom VSZV weiterhin intensiv betreut.

2. Reform des Pressefusionsrechts / Änderung des GWB

Nachdem der VSZV die Diskussion um die Reform des Pressefusionsrechts bereits im Jahr 2011 intensiv begleitet hatte, verabschiedete das Bundeskabinett am 28. März 2012 den vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie vorgelegten „Entwurf eines Achten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen“ (8. GWB-Novelle), der auch die Reform des Pressefusionsrechts enthält.

Im weiteren Gesetzgebungsverfahren wurde der Gesetzesentwurf zunächst dem Bundesrat zur Beratung und Stellungnahme zugeleitet. Mit Schreiben vom 19. April 2012 wies der VSZV gegenüber Herrn Finanzminister Dr. Schmid auf die Besonderheiten in der Zeitungsbranche hin und stellte die bislang nicht oder nur ungenügend berücksichtigten Forderungen im vorliegenden Gesetzesentwurf zur 8. GWB-Novelle im Hinblick auf die Regelungen zum Pressefusionsrecht aus Verlegersicht dar.

Nach der Stellungnahme durch den Bundesrat am 11. Mai 2012 wurde der Gesetzesentwurf zur 8. GWB-Novelle vom Bundestag am 15. Juni 2012 in erster Lesung beraten und in den

Jahresbericht_2012.indd 24 13.05.13 09:18

Ausschuss für Wirtschaft und Technologie, den Rechtsausschuss, den Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und den Ausschuss für Gesundheit überwiesen.

Am 18. Oktober 2012 verabschiedete der Bundestag den Gesetzesentwurf zur 8. GWB-Novelle und damit die Lockerungen der Pressefusionskontrolle in zweiter und dritter Lesung in der Fassung des Buchstaben a der Beschlussempfehlung des Ausschusses für Wirtschaft und Technologie.

Die allgemeine Aufgreifschwelle sollte nunmehr von bislang 25 Millionen Euro auf dann 62,5 Millionen Euro steigen, die Schwelle für den Bagatellmarkt sollte von bislang 750.000 Euro auf dann 1.875.000 Euro steigen, die Bagatellanschlussklausel (Umsatzerlös eines beteiligten Unternehmens) sollte erstmalig auch für Presseunternehmen eingeführt werden und bei 1.250.000 Euro liegen.

Eine Formulierung zur Sanierungsfusion war ebenfalls enthalten, ebenso wie der gesetzliche Schutz des Pressegrossos.

In der anschließenden Beratung der 8. GWB-Novelle im Bundesrat kam es zu einer kontroversen Auseinandersetzung mit anderen Teilen des Gesetzentwurfs. Die in der Novelle enthaltenen Regelungen zur Pressefusionskontrolle und zum Pressegrosso waren nach VSZV-Informationen indes nicht streitig. Der Bundesrat entschied, das Gesetz in der aktuellen Form nicht mittragen zu können und rief den Vermittlungsausschuss von Bundestag und Bundesrat an. Mit Schreiben vom 5. Dezember 2012 wandte sich der VSZV daher an Herrn Ministerpräsidenten Kretschmann und wies darauf hin, dass es aufgrund der Bedeutung der vorgesehenen neuen Wettbewerbsregelungen für die Presse ein erhebliches Entwicklungshemmnis für die baden-württembergischen Zeitungsverlage darstellen würde, sollten die Regelungen nicht wie vorgesehen zügig in Kraft treten können. Nachdem sich der Bund und die Länder im Vermittlungsausschuss am 12. Dezember 2012 trotz intensiver Beratungen nicht auf Kompromisse verständigen konnten, hat der Vermittlungsausschuss seine Beratungen zur 8.GWB-Novelle auf Januar 2013 vertagt.

Der VSZV wird sich weiter intensiv in die Debatte zur 8. GWB-Novelle einbringen.

3. Glücksspieländerungsstaatsvertrag

Mit Wirkung zum 1. Juli 2012 trat der geänderte Glücksspielstaatsvertrag (GlüStV) in Kraft. Nach dessen Regelungen sind das Veranstalten und das Vermitteln öffentlicher Glücksspiele im Internet zwar nach wie vor verboten. Neu eingefügt wurde allerdings ein Erlaubnisvorbehalt. Danach können unter bestimmten Voraussetzungen das Veranstalten und das Vermitteln von Sportwetten im Internet erlaubt werden. Hierzu ist ein Konzessionsverfahren zu durchlaufen. Allerdings sollen nur 20 Internet-Sportwettenanbieter eine Konzession bekommen. Die Konzessionen werden in einem zweistufigen europaweiten Verfahren vergeben. Zentral zuständig für die Vergabe der Konzessionen ist das Land Hessen.

In Zukunft wird es zudem eine gemeinsam von den Ländern erlassene Werberichtlinie geben, welche unter anderem den Umfang der Erlaubnis der Werbung für Sportwetten im Internet umfassen wird. Diese Werberichtlinie liegt seit 19. Oktober 2012 bereits in einem ersten offiziellen Entwurf vor, befindet sich derzeit aber noch in der Abstimmung. Der VSZV wird sich, wie in der Vergangenheit, über den BDZV an der weiteren Diskussion beteiligen und die Interessen seiner Mitglieder vertreten. Insbesondere wurde bereits eine Stellungnahme zum nun vorliegenden Entwurf der Werberichtlinie abgegeben.

Abweichend vom grundsätzlichen Werbeverbot für öffentliches Glücksspiel im Internet können die Länder zudem Werbung für Sport- und Pferdewetten im Internet unter bestimmten Voraussetzungen erlauben. Hierzu sind von der überwiegenden Zahl der Länder, die den

Jahresbericht_2012.indd 25 13.05.13 09:18

Glücksspielstaatsvertrag unterzeichnet haben, bereits Gesetzesentwürfe auf den Weg gebracht worden, so auch in Baden-Württemberg. Der von der Landesregierung am 24. Juli 2012 vorgelegte Entwurf des baden-württembergischen Landesglücksspielgesetzes wurde am 16. November 2012 vom baden-württembergischen Landtag verabschiedet. Im baden-württembergischen Landesglücksspielgesetz wird auf die vorgenannte, im Berichtsjahr noch nicht endgültig verabschiedete Werberichtlinie der Länder verwiesen.

4. 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 unter dem Dach des BDZV und des VDZ zusammengeschlossenen Verlage haben sich bereits im Jahre 2009 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 des 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 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.

Zwischenzeitlich hat die EU-Kommission festgestellt, dass Google - entgegen einem „Fair Search“ - die Suchergebnisse manipuliert. Zudem - so die EU-Kommission - kopiere Google geistiges Eigentum anderer Anbieter unautorisiert in die Suchergebnisse hinein und profitiere damit von den Investitionen der konkurrierenden Unternehmen. Die EU-Kommission hatte daraufhin Google Gelegenheit gegeben, Abhilfemaßnahmen zu den aufgeworfenen Punkten anzubieten. Allerdings sollten die Verhandlungen vor der EU-Kommission zuerst nicht öffentlich kommuniziert werden und die Verleger erst zu einem späteren Zeitpunkt an der Diskussion beteiligt werden. Sollten die Verhandlungen zwischen der EU-Kommission und Google nicht zu Ergebnissen führen und Google nicht einlenken, streben die Verleger die Durchführung eines formellen Kartellverfahrens an.

In den USA ging zu Ende des Berichtsjahres ein Kartellverfahren gegen Google für den „Suchmaschinenanbieter“ recht glimpflich zu Ende. So stellte die US-Kartellbehörde FTC ihre Untersuchungen gegen Google ein. Die Wettbewerbshüter ließen den Vorwurf fallen, der Konzern habe Konkurrenten in der Web-Suche benachteiligt. Allerdings muss im Gegenzug der Internetkonzern bei Patenten Zugeständnisse machen und Zugang zu Entwicklungen gewähren.

Die EU-Kommission schlägt allerdings deutlich härtere Töne an: Wettbewerbskommissar Joaquín Almunia drohte Google Anfang des Jahres 2013 sogar mit Strafen, sollte das Unternehmen nicht bald seine Suchmaschineneinstellungen ändern.

Jahresbericht_2012.indd 26 13.05.13 09:18

5. Regionale Auseinanderschaltung von TV-Werbung nationaler TV-Anbieter in Kabelnetzen

Der baden-württembergische Kabelnetzanbieter Kabel BW hatte im Jahre 2011 ein Tool entwickelt, das es ermöglicht, ein bundesweites Fernsehprogramm exakt und zuverlässig in einem gewünschten Zeitraum durch andere Inhalte zu überblenden, so dass es möglich ist, den bundesweiten Inhalt regional auszublenden und durch eine andere Programmstrecke zu ersetzen. Nachdem dieses Tool weitgehend ausgereift war, hat Kabel BW hierzu ein Geschäftsmodell entwickelt und es den großen Senderfamilien, so der ProSiebenSat1 Media AG (P7S1) und der RTL Group, zur Nutzung angeboten. Kabel BW und P7S1 haben daraufhin in Baden-Württemberg einen technischen Versuch durchgeführt und im Herbst 2011 Eigenwerbetrailer in den Programmen von Sat 1 und ProSieben durch Werbespots von Kabel BW ersetzt.

Noch Ende des Jahres 2011 hatte die baden-württembergische Landesanstalt für Kommunikation (LFK) zuerst die baden-württembergischen Lokal-Fernsehveranstalter über diese Pläne informiert, ohne gleichzeitig die betroffenen anderen regionalen Mediengattungen wie Radio oder Tageszeitungen über die Pläne zu unterrichten.

Die Stoßrichtung dieser Pläne wurde in einem Interview mit Thomas Eberling, CEO der P7S1-Mediengruppe, mit „Horizont.net“ vom 14. Dezember 2011 deutlich. Offenkundiges Ziel der Auseinanderschaltung durch die P7S1-Gruppe ist das Erreichen neuer Kunden im regionalen Bereich. Im Visier sind hier zum Beispiel Discounter, Brauereien, Tourismus-Anbieter, Banken, Möbel- und Autohäuser, klares Angriffsziel vor allem Zeitungen und Radio. Daraufhin haben die Verbände VSZV und dessen Schwesterverband, der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA) weitere Erkundungen vorgenommen und umgehend den Bundesverband Deutscher Zeitungverleger (BDZV) und die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) über die Pläne der P7S1-Mediengruppe unterrichtet.

In weiteren Gesprächen von VSZV und VPRA mit Martin Herkommer, dem Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit bei Kabel BW, war zu erfahren, dass die technischen Voraussetzungen für eine Auseinanderschaltung von Werbeblöcken in baden-württembergischen Kabelnetzen schon seit längerer Zeit vorhanden waren. Nach Einschätzung des Kabelanbieters strebe die P7S1-Mediengruppe aber keine weitere Untergliederung unterhalb der Landesebene in weitere württembergische Teilräume an, dennoch sei technisch auch die Auseinanderschaltung in bis zu 20 Teilgebiete in Baden-Württemberg kurzfristig möglich.

Am 16. Februar hatten sich dann VSZV und VPRA, jeweils vertreten durch den Vorstandsvorsitzenden Valdo Lehari jr. und den Geschäftsführer Stephan Bourauel, mit der baden-württembergischen Staatsministerin Silke Krebs zu einem Gespräch getroffen und die Bedenken gegen ein solches Vorhaben vorgebracht. Mit Schreiben des VSZV vom 22. Februar wurden diese noch einmal wiederholt und ergänzt.

Deutlich gemacht wurde, dass sowohl die regionalen und lokalen Zeitungen in Deutschland ebenso wie die regionalen und lokalen Hörfunk- bzw. TV-Anbieter erheblich von diesen Plänen betroffen sein werden. Existenzielle Auswirkungen für die in Baden-Württemberg ansässigen Medienanbieter seien zu befürchten.

Unter Bezugnahme auf die bisherige Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) wurde verdeutlicht, dass regional / lokal ausgespielte Werbung nationaler Fernsehsender den Bestand der Presse gefährden könne. Das BVerfG habe bewusst eine Regelung in Mediengesetzen, die vorschreibe, dass Werbung nur im gesamten Verbreitungsgebiet eines zugelassenen Programms verbreitet werden dürfe, mit Blick auf den Schutz der regionalen und lokalen Presse als angemessen bezeichnet. Nach Auffassung des BVerfG sei ein tätig werden eines nationalen TV-Senders in einem regionalen / lokalen Werbemarkt problematisch und würde auch die Pressefreiheit berühren. Eine Schmälerung der entsprechen-

Jahresbericht_2012.indd 27 13.05.13 09:18

den Werbeetats könne den Medienunternehmen existenzwichtige Finanzquellen entziehen und das verfassungsrechtliche „Institut freie Presse“, also den Bestand und die Funktionsfähigkeit der Presse insgesamt, gefährden.

Der VSZV verdeutlichte, dass es sich bei den Plänen der P7S1-Mediengruppe um regional oder lokal zugeschnittene TV-Spots handle, die gerade Zielgruppen ansprechen sollen, die bislang im Besonderen durch Zeitungen und lokale / regionale TV- bzw. Hörfunkveranstalter bedient werden. So sei auch nicht zu erwarten, dass sich der Umfang der Werbe-Etats in den Regionen erhöhen werde. Diese seien seit Jahren bereits rückläufig.

Ein Zusammentreffen auf dem regionalen Werbemarkt mit Wettbewerbern, die sich einer national agierenden Vermarktung bedienten, werde für regional tätige Medien fatale Folgen haben. Das Eindringen dieser nationalen Anbieter in die lokalen / regionalen Werbemärkte würde zu einer Benachteiligung der Mediengattungen Zeitung und Radio sowie der lokalen und regionalen TV-Veranstalter führen, die mit ihren kostenintensiven Beiträgen in großem Maße zur regionalen und lokalen Medienvielfalt beitrügen.

Weiterhin sei nicht nachvollziehbar, dass den Zeitungsverlagen die Teilnahme am Rundfunk und damit eine Beteiligung an den diesbezüglichen - auch überregionalen - Werbemärkten der Rundfunkanstalten an vielen Stellen untersagt sei, während nationalen TV-Sendern damit ein Vordringen in regionale / lokale Werbemärkte gestattet werden solle. Durch die Begrenzung der Beteiligungsmöglichkeiten an Rundfunkveranstaltern könnten Zeitungen nur in unzureichendem Maße drohende Werbeverluste im Printbereich durch ein Engagement im Rundfunk kompensieren, während die Öffnung des bundesweiten Programmangebots für den regionalen / lokalen Werbemarkt sogar absehbar die Einnahmen im Printbereich mindern würde - was somit eine Doppelbelastung für die Zeitungen darstelle.

Das geplante Vorhaben sei daher verfassungsrechtlich und medienpolitisch äußerst problematisch. Aus den dargestellten schwerwiegenden Gründen forderte der VSZV eine staatsvertragliche Klarstellung, die eine beschriebene Benachteiligung von Zeitungen verhindere. Dies sei auch umso dringlicher, da bei der letzten Anpassung staatsvertraglicher Werberegelungen die nun technisch realisierbar gewordene regionale Auseinanderschaltung von nationaler TV-Werbung technisch noch gar nicht möglich gewesen sei, weswegen auf eine einfachgesetzliche Sicherung der lokalen und regionalen Anbieter bisher noch verzichtet werden konnte. Nun zeige sich aber deutlich, dass solche Regelungen aus lokalen Vielfaltsgesichtspunkten sinnvoll und erforderlich seien.

Auch mit der LFK stand man in regem Austausch, hier war vor allem durch den Schwesterverband des VSZV, den VPRA. Im März des Berichtsjahres hatte der VPRA von der LFK die Mitteilung erhalten, dass diese das Vorhaben der Kabel BW und der P7S1-Mediengruppe „lizenzrechtlich nicht genehmigen wolle“. Nach den ursprünglichen Plänen der P7S1-Mediengruppe sollte nämlich bereits ab Sommer des Jahres 2012 regionalisierte Werbung in den Kabelnetzen in Baden-Württemberg verbreitet werden.

Am 16. April hatten Vertreter aus Mitgliedsunternehmen von APR und VPRA Gelegenheit, sich in einem Ortstermin bei Kabel BW ein Bild über die konkrete Umsetzung der Pläne zu machen. Neben Erläuterungen der technischen Funktionalitäten ging es auch um die umstrittene Frage, in welchem Umfang die lokalen Werbemärkte betroffen sind. Aus Sicht von Kabel BW rechnete man bei einem Werbevolumen aller Medien in Baden-Württemberg von ca. 1,2 Milliarden Euro brutto mit einem „Verschiebevolumen“ von lediglich 25 Millionen Euro zu Gunsten der P7S1-Mediengruppe, eine Zahl die von den Vertretern des VPRA in höchstem Maße anzweifelt wurde. Kabel BW begründete seine Einschätzung mit Erfahrungswerten, die man angeblich in anderen europäischen Ländern, so insbesondere den Niederlanden, gemacht habe.

Jahresbericht_2012.indd 28 13.05.13 09:18

Am 19. April erneuerte VPRA-Geschäftsführer Stephan Bourauel in einem weiteren Gespräch mit Vertretern von Kabel BW die Kritik von VSZV und VPRA an den Plänen von P7S1 und Kabel BW.

Danach wurden in Baden-Württemberg in enger Abstimmung zwischen VSZV, VPRA, APR und der RK Radio-Kombiwerbung Baden-Württemberg GmbH & Co. KG (Radio-Kombi) weitere Vorbereitungen getroffen, die Kritik der Verbände durch konkrete Berechnungen der zu erwartenden Auswirkungen am Beispiel des lokalen / regionalen Hörfunkwerbemarktes zu erläutern.

So hatten die Rundfunkreferenten der Länder durch die Rundfunkkommission vorerst entschieden, zuerst Stellungnahmen der jeweiligen Landesmedienanstalten zu den entsprechenden Plänen der P7S1-Mediengruppe einzuholen. Insofern hatten die Verbände ihr besonderes Augenmerk auf die Entscheidungen der jeweiligen Landesmedienanstalten zu richten.

Ein weiterer Gesprächstermin mit der LFK wurde daraufhin für den 19. Juli des Berichtsjahres vereinbart. In diesem verdeutlichten die Vertreter des VPRA an verschieden Betroffenheitsszenarien, wie sich die Auswirkungen der Rückgänge von Werbebuchungen in verschiedenen Größenordnungen unter Berücksichtigung bestimmter Premiumkunden in den Unternehmen unmittelbar auswirkten. Dabei hatten sie in ihren Berechnungen alle Premium-Werbekunden, die regionale Belegungen buchen, zu Grunde gelegt, die - insgesamt und nicht nur beim Radio - ein Werbebudget von 200.000 Euro und mehr haben. Das sei genau die Zielgruppe, die von den TV-Vermarktern für auseinandergeschaltete Werbung in den Blick genommen werde. Die Radio Kombi und drei beteiligte Sendeunternehmen aus Baden-Württemberg hatten die Umsätze dieser Werbekunden zusammenaddiert und in drei Szenarien eine Verteilung der Werbeaufwendungen weg vom Hörfunk hin zum Fernsehen in Höhe einer Verlagerung von 10 %, 20 % und 50 % unterstellt. Dabei stellte sich heraus, dass das Szenario eines 10%igen Abwanderns von Werbekunden rasch erreicht werde: Ein Wegfall von 50 % der Buchungen der drei größten Regionalkunden der Radio-Kombi würde ausreichen, um ein solches Gefährdungspotenzial zu erreichen. Die Buchungsrückgänge beim Radio würden dazu führen, dass massive Einsparungen vorgenommen werden müssten, was sich letztendlich auf die Programmqualität bzw. die Innovationsfähigkeit der Sendeunternehmen auswirke. Bei voranschreitender Umsatzverlagerung würde der Sender schon in die roten Zahlen laufen. Ausgeschlossen sei es, dass die Umsatzrückgänge durch lokale Werbekunden kompensiert werden könnten.

Auch in anderen Bundesländern wurde die Diskussion um die Auswirkungen der regionalen Auseinanderschaltung von nationaler TV Werbung in Kabelnetzen intensiv geführt.

Aufsehen erregte eine Studie der Bayerischen Landesmedienanstalt BLM, Abteilung Medien Wirtschaft, vom 28. August 2012. Die BLM ging in ihrem Gutachten davon aus, dass der mit Abstand größte Anteil von Erlöseinbußen für lokale und regionale Medien mit etwa 77 % auf Print, mit 16 % auf Radio und mit 5 % auf die Plakatwerbung entfallen werde. In der Bewertung der möglichen Erlösrückgänge (bezogen auf das Brutto-Werbeeinkommen) gelangte die BLM jedoch zu sehr milden Einschätzungen. So liege die Vermutung nahe, dass nicht mehr als die Hälfte des erschließbaren Werbepotenzials von den bestehenden Regionalmedien abgezogen werde. Vor diesem Hintergrund liege das Risiko einer regionalen Werbeausstrahlung der P7S1-Mediengruppe für Erlöseinbußen der regionalen Medien für die Printmedien bei brutto 58 -115 Mio Euro (brutto) im „Worst-Case“, für den Werbefunk bei 12-24 Mio Euro (brutto) im „Worst-Case“ und entsprechend für das regionale TV bei brutto 0,7-1,3 Mio Euro (brutto).

Diese Zahlen wurden von den Medienverbänden auf das entschiedenste bestritten, zumal die BLM in dieser Studie auch darlegte, dass bei einer Nachahmung durch weitere nationale TV-Angebote sich das ausschöpfbare TV-Werbepotenzial für alle nationale TV-Anbieter im

Jahresbericht_2012.indd 29 13.05.13 09:18

„Best-Case“ sogar auf 516 Mio Euro brutto (183 Mio Euro netto) insgesamt erhöhen könnte, allerdings nach Einschätzung der BLM eher mit 345 Mio Euro brutto (123 Mio Euro netto) zu veranschlagen sei.

Im September des Berichtsjahres verschärfte sich der Streit ein weiteres Mal. Nach dem die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) eine erste rechtliche Einschätzung mit dem Ergebnis abgegeben hatte, dass derjenige, der eine nationale TV-Sendelizenz inne habe, nicht regional werben dürfe, kündigte die P7S1-Mediengruppe durch ihren Rechtsvorstand Conrad Albert weitere Maßnahmen an: So wollte man in den Ländern bei den zuständigen Landesmedienanstalten zum einen sukzessive neue Zulassungen beantragen. Zum anderen wollte man gleichzeitig den zuständigen Landesmedienbehörden vorschlagen, regionalisierte TV-Werbung erst 18 Monate lang zu testen, um die möglichen wirtschaftlichen Konsequenzen für regionale Medien zu ermitteln.

Weiterhin war die die P7S1-Mediengruppe aufgrund der oben erwähnten Entscheidung der ZAK beim Verwaltungsgericht Berlin gegen die Medienanstalt Berlin Brandenburg vorgegangen: Inhaltlich ging es der P7S1-Mediengruppe in dem Rechtsstreit darum, durchzusetzen, dass entgegen dem Beschluss der ZAK keine landesweiten Lizenzen für die Werbeauseinanderschaltung notwendig seien, sondern dass eine Auseinanderschaltungen „auf Grundlage der bestehenden Lizenzen“ möglich sei.

In Baden-Württemberg war die Haltung der LFK hinsichtlich des Vorschlags eines Markttests vorerst unklar, nicht zuletzt deswegen, weil LFK-Präsident Thomas Langheinrich in einem Artikel der Zeitschrift w & v mit den Worten zitiert wurde, dass, ggf. in einem zweiten Schritt, auch ein echter Marktversuch angestrebt werden könnte. Hintergrund dieser Überlegungen war offenbar die Bestimmung des § 16 Abs. 1 Landesmediengesetz, der die Durchführung zeitlich befristeter Pilotprojekte und Betriebsversuche mit neuen Techniken, Programmen und Mediendiensten ermöglicht.

In einem weiteren Gespräch am 27. September im Staatsministerium mit dem Leiter des Referates Rundfunkpolitik und Medienrecht, Herrn Dr. Kreißig, und LFK Präsident Herrn Langheinrich, erneuerte Stephan Bourauel in seiner Eigenschaft als Geschäftsführer der Medienverbände VSZV und VPRA seine Kritik an den Plänen der P7S1-Mediengruppe und wies die Zulässigkeit eines Marktversuchs vor dem Hintergrund der geltenden Bestimmungen des Landesmediengesetzes mit dem Argument zurück, dass es sich bei dem ins Auge gefassten Pilotversuch schon nicht um die Erprobung einer neuer Technik handele. Die technische Machbarkeit sei hinreichend erprobt und nachgewiesen. Zu dem könnten reine Werbeausstrahlungen nicht als ein Programm im Sinne der landesgesetzlichen Versuchsklausel verstanden werden, weil es ihr an redaktionellem Inhalten mangelt. LFK-Präsident Langheinrich erklärte, dass sich der LFK-Vorstand mit der Prüfung dieser Frage auseinandersetze. Man plane darüber hinaus eine Anhörung der Beteiligten, um die Einzelheiten juristisch gründlich zu prüfen und abwägen zu können.

In der Zwischenzeit hatten VSZV und VPRA durch den Medienrechtler Rechtsanwalt Dr. Michael Rath-Glawatz ein Gutachten erstellen lassen, welches die rechtliche Situation der regionalen Auseinanderschaltung von TV-Werbung durch nationale Veranstalter auch unter Berücksichtigung der Bestimmungen des Landesmediengesetzes würdigt. Der Gutachter kam zu folgenden Ergebnissen:

1. Die Regionalisierung von Werbung in nationalen TV-Programmen führt zu gravierenden Umschichtungen von Werbebudgets zu Lasten der jeweils regional agierenden Werbeträger (Hörfunk, Fernsehen, Presse).

2. Rundfunkwerbung ist Teil des Rundfunkprogramms.

Jahresbericht_2012.indd 30 13.05.13 09:18

3. Eine Rundfunklizenz umfasst sowohl die Ausstrahlung des redaktionell verantworteten Programms wie der darin eingeblendeten Werbung.

4. Die einem Veranstalter erteilte Lizenz zur nationalen Verbreitung eines TV-Programms erlaubt weder die Regionalisierung des redaktionell verantworteten Programms in „Länderprogramme“ noch die Werbung auf Länderebene.

5. Die Zulassung als (privater) Rundfunkveranstalter erfolgt in dem zwangsregulierten (privaten) Rundfunkmarkt synchron zu den jeweiligen Finanzierungspotentialen (national, regional, lokal).

6. Mit diesem Grundprinzip der Synchronität von Verbreitungsräumen und Finanzierungsquellen ist es unvereinbar, den reichweitenstärksten und zugleich finanzstärksten nationalen TV-Anbietern zu gestatten, sich systemwidrig durch das Splitten von Werbeinseln zusätzliche regionale und/oder lokale Erlöspotentiale zu verschaffen.

7. Dem folgend kennt das geltende Rundfunkrecht keine Bestimmung, die nationalen TV-Veranstaltern die Regionalisierung von Werbung in bundesweit ausgestrahlten TV-Programmen erlauben würde.

8. Es würde eine (unzulässige) Umgehung des Verbots der Regionalisierung von Werbung in bundesweit empfangbaren TV-Programmen darstellen, wenn Landesmedienanstalten bundesweit terrestrisch ausgestrahlten Programmen parallel „landesweite“ Lizenzen erteilten, um so über Kabel regionalisierte Werbung verbreiten zu können.

9. Ein zur bundesweiten Verbreitung bestimmtes Programm wird nicht zu einem landesweiten Programm, wenn ein Fenster mit inhaltlicher Ausrichtung auf das jeweilige Bundesland ausgestrahlt wird.

10. Da regionalisierte Werbung in national verbreiteten TV-Programmen rundfunkrechtlich unzulässig ist, fehlt Pilotprojekten, die diese Möglichkeit eröffnen würden, die gesetzliche Legitimation.

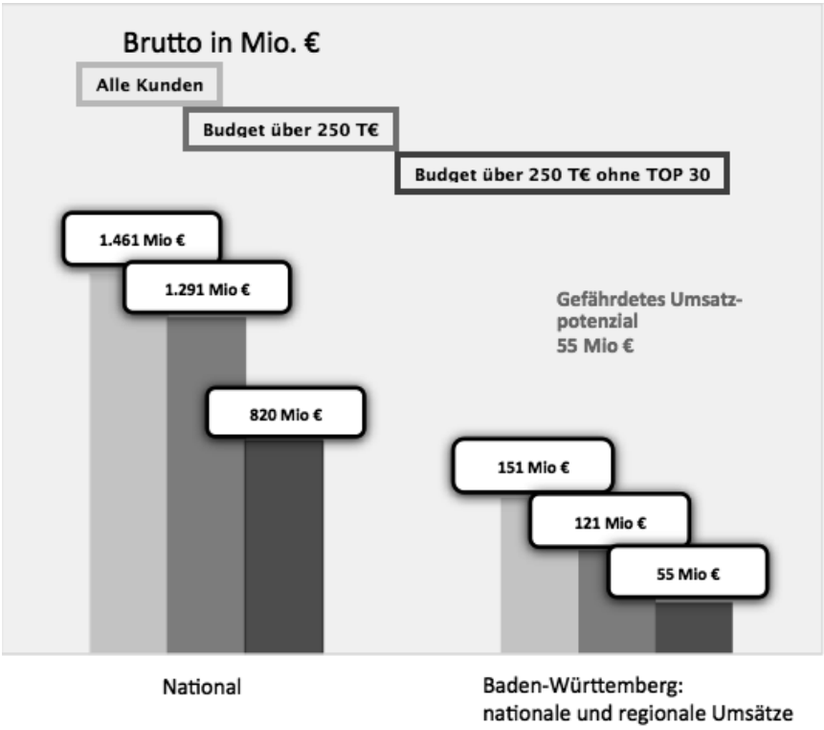
Anfang November hatte die P7S1-Mediengruppe auch bei der LFK einen Antrag auf die Verbreitung regionalisierter Werbung in den Programmen von ProSieben, SAT1 und Kabel 1 gestellt. Bei den Lizenzanträgen handelte es sich um zeitlich befristete, 18 Monate dauernde „Pilotversuche“, in deren Rahmen die wirtschaftlichen Auswirkungen von regionalisierter Werbung auf den regionalen Markt untersucht werden sollten. Allerdings hatte die LFK bereits deutlich gemacht, dass das Landesmediengesetz grundsätzlich für ein landesweites Programm auch regionalisierte redaktionelle Programminhalte fordere. Insoweit sollte nach Auffassung der LFK auch im Hinblick auf einen dem Versuchszeitraum folgenden generellen Zulassungsantrag geklärt werden, wie dann eine Kombination aus redaktionellen Inhalten und Werbung letztendlich realisiert werden soll.

Zur weiteren Erörterung des Sachstandes lud die LFK am 26. November 2012 Vertreter der Medienverbände VSZV, VPRA, VPRT sowie die antragstellende P7S1-Mediengruppe zu einer Anhörung ein. Im Vorfeld hatte der VPRA in enger Abstimmung mit den Mitgliedsunternehmen die Radio-Kombi Baden-Württemberg gebeten, in Ergänzung der bereits im Juli erfolgten Sachstandsdarstellung die Auswirkungen der Pläne der P7S1-Mediengruppe auf die regionalen Hörfunkanbieter noch einmal vertieft darzustellen.

In der Anhörung verdeutlichten die Vertreter der Medienunternehmen, dass es entgegen der Darstellung der P7S1-Mediengruppe und den sehr optimistischen Einschätzungen der BLM vom August des Berichtsjahres für alle Hörfunkanbieter bundesweit betrachtet um ein Risikopotential von 820 Mio Euro (Bruttowerbeumsatz) gehe, welches umgerechnet und in Syn-

Jahresbericht_2012.indd 31 13.05.13 09:18

chronisation mit den Erhebungen der von der Radio-Kombi erstellten Berechnungen für Baden-Württemberg ein gefährdetes Umsatzpotential von 55 Mio Euro (Bruttowerbeumsatz) ergebe.



Quelle: Nielsen Media Research Gesamt 2011

Weiterhin wurden von den Vertretern von VSZV und VPRA die sich aus dem Gutachten von Herrn Dr. Rath-Glawatz ergebenden rechtlichen Gesichtspunkte ausführlich dargestellt und erörtert.

Nach der Anhörung haben die Verbände auch weiteren Kontakt zum Staatsministerium aufgenommen und die LFK gebeten, in die anstehenden Beratungen des LFK-Vorstandes die Dokumentationen der Radio-Kombi miteinzubringen.

Im Berichtsjahr 2012 sind in der Angelegenheit durch den LFK-Vorstand keine weiteren Entscheidungen mehr ergangen. In mehreren Mitgliederversammlungen und Telefonkonferenzen (TK), so am 6. September (TK), am 15. Oktober (TK) und am 13. November haben sich die VPRA-Mitglieder dafür ausgesprochen, auch gegen die Zulassung eines Pilotversuchs durch die LFK rechtliche Schritte einzuleiten.

6. Digitaler Rundfunk DAB +

Im Jahre 2012 standen vor allem der Abschluss des Ausschreibungsverfahrens um die neuen landesweiten digitalen Radioprogramme (DAB+) in Baden-Württemberg und die Planung künftiger DAB-Regionalgebiete im Mittelpunkt.

Schon im Jahre 2011 war erkennbar geworden, dass der ursprünglich einmal im Telekommunikationsgesetz (TKG) enthaltene UKW-Abschalttermin für das Jahr 2015 ausgesetzt werden wird und in der Novellierung des TKG keine Rolle mehr spielte. Dieser sog. Abschalttermin hatte in der Diskussion um die Etablierung eines UKW-Nachfolgesystems immer eine

Jahresbericht_2012.indd 32 13.05.13 09:18

wesentliche Rolle gespielt, hinderte aber die Beteiligten auch daran, die erforderlichen Schritte unter angemessener Berücksichtigung der langwierigen und schwierigen wirtschaftlichen Entwicklung der neuen Hörfunkübertragungstechnologie DAB+ anzugehen.

Bereits Ende November 2011 hatte der Vorstand der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) im Vergabeverfahren um die neuen landesweiten digitalen Radioprogramme in Baden-Württemberg (DAB+) erste Vorentscheidungen gefällt. So hatte er für die fünf Programmangebote „BigFM Worldbeats“, „Radyo Türk“, „Schwarzwaldradio“, „Live Radio“ und „Arena“ das Vorliegen der erforderlichen Zuweisungs-und Zulassungsvoraussetzungen festgestellt. Die Bewerber waren überwiegend baden-württembergische Programmanbieter. Neben HITRADIO OHR (Schwarzwaldradio) und BigFM (BigFM Worldbeats) wollten erstmals die drei großen Regionalsender Radio 7, ANTENNE 1 und Radio Regenbogen zwei gemeinsame DAB+ - Angebote („Live Radio“ und „Arena“) starten. Mit im Rennen war auch die Natus Media GmbH aus Siegburg, die mit „Radyo Türk“ ein türkischsprachiges Programm verbreiten wollte. Geplant war, die Zulassungsentscheidungen Anfang 2012 abzuschließen und die privaten Programmangebote gemeinsam mit den digitalen SWR-Programmangeboten im April 2012 auf dem von privaten Veranstaltern und dem SWR gemeinsamen zur Verbreitung genutzten gemischten Layer (Multiplex) „on-air“ zu bringen.

Allerdings hat die Natus Media GmbH die Bewerbung für das Angebot „Radyo Türk“ im Mai 2012 zurückgezogen, worauf dieser Programmplatz später (im Juli des Berichtsjahres) nochmals ausgeschrieben werden musste. Auch das private Programmangebot „Arena“ konnte nicht realisiert werden, komplexe urheberrechtliche Hintergrundfragen bei der Programmgestaltung konnten nicht zufriedenstellend gelöst werden, um das Angebot entsprechend den Vorstellungen der Veranstalter zu realisieren.

Am 24. Mai 2012 startete offiziell mit sechs Programmen des Südwestrundfunks (SWR) und drei privaten Hörfunkprogrammen das landesweite digitale Radio in DAB+.

Auf den durch die Absage des Siegburger Veranstalters Natus Media freigewordenen und neu ausgeschriebenen Programmplatz hat sich im 2. Halbjahr eine Gruppe überwiegend baden-württembergischer Lokalfunkanbieter beworben. Gesellschafter dieser Gemeinschaft sind neben dem bayerischen Anbieter „egoFM Radio Next Generation GmbH & Co. KG“ die lokalen Radioveranstalter „die neue welle“, „HITRADIO OHR“, „baden.fm“, „DONAU 3 FM“ und „DIE NEUE 107,7“. Zu einem späteren Zeitpunkt stieß noch Radio Seefunk als weiterer Gesellschafter hinzu. Geplant war, das Programm „egoFM“ auf dem sog. gemischten Layer (Multiplex) zu verbreiten. Vorstand und Medienrat der LFK haben der „Gemeinschaft digitaler Radioprogramme BW“ im Herbst des Berichtsjahres den Zuschlag für die Ausstrahlung des Programms egoFM im landesweiten Digitalmodus DAB+ gegeben.

Damit waren nun insgesamt 10 landesweite digitale Radioprogramme in weiten Teilen Baden-Württembergs zu empfangen:

Privater Rundfunk:
bigFM Worldbeats, LiveRadio, Schwarzwaldradio, egoFM

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk SWR:
SWR1, SWR2, SWR3 und SWR4, DASDING und SWRinfo

Nutzer in allen Ballungszentren von der Rheinschiene über Karlsruhe bis Freiburg, der Kurpfalz sowie der Regionen Stuttgart und Ulm können nun die digitalen Angebote mit einem entsprechenden DAB+-Empfänger hören. Versorgungslücken bestehen vor allem noch im Schwarzwald, der Schwäbischen Alb und in der Bodenseeregion.

Zusätzlich sind in den Großräumen Mannheim, Baden-Baden, Freiburg, Pforzheim, Stuttgart, Heilbronn und Ulm weitere 13 bundesweite Digitalradiosender empfangbar.

Jahresbericht_2012.indd 33 13.05.13 09:18

Parallel zu der Ausschreibung der landesweiten Digitalradio-Kapazitäten war die LFK damit befasst, Planungen für künftige regionale DAB-Verbreitungsgebiete einzuleiten. Walter Berner, technischer Leiter der LFK, sprach hierzu die Rundfunkverbände VPRA und VPRT an. Er wies auf die aus seiner Sicht nicht auszuschließende Gefahr hin, dass durch die aufwändige Frequenzkoordinierung innerhalb der Bundesländer, aber auch auf internationaler Ebene, die Flexibilität und der Spielraum für die Realisierung kleinzelliger DAB+-Regionalgebiet verloren gehen könne. Auf einer gemeinsamen Sitzung des VPRA-Vorstandes mit dem technischen Arbeitskreis des VPRA am 3. Mai präsentierte Herr Berner erstmalig verschiedene Verbreitungsszenarien für regionale DAB-Gebiete und bat die Mitgliedsunternehmen um Meinungsbildung, ob eher (wie der bisherigen Planung entsprechend) kleinräumigere (etwa bis zu 10 Verbreitungsgebiete) oder möglicherweise lediglich 2 bis 4 größer dimensionierte lokale DAB-Sendegebiet geplant werden sollten.

Am 13. Juni beschloss die VPRA Mitgliederversammlung, eine ursprünglich einmal gemeinsam mit der LFK und dem VPRT betriebene Arbeitsgruppe zu DAB wiederzubeleben und in dieser die Anforderungen an den Größenzuschnitt lokaler DAB-Sendegebiete zu diskutieren. Weiter sollten die Voraussetzungen für eine Frequenz-Bedarfsanmeldung an die Bundesnetzagentur erörtert werden.

Im Vorfeld dieses Treffens setzte sich der VPRA gemeinsam mit seinem Bundesverband, der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR), mit der Bundesnetzagentur in Verbindung, um einen aktuellen Überblick hinsichtlich der aktuellen DAB-Frequenzsituation zu erhalten.

Am 18. Oktober trafen Vertreter von LFK, VPRT und VPRA zur geplanten Arbeitsgruppensitzung bei der LFK zusammen. Schnell stellte sich heraus, dass die Frage nach der notwendigen Anzahl regionaler Verbreitungsgebiete nicht ohne weiteres beantwortet werden kann, sondern neben komplexen frequenzrechtlichen Fragen auch schwierige wirtschaftliche Entscheidungen, vor allem durch die Veranstalter und Netzbetreiber, zu treffen sind. Die LFK wurde deswegen gebeten, bei der Bundesnetzagentur den maximal möglichen Bedarf an Frequenzen zur Gestaltung regionaler DAB-Versorgungsgebiete anzumelden, um gegebenenfalls auch zu einem späteren Zeitpunkt ggf. eine „kleinzelligere Regionalstruktur“ umsetzen zu können. Gegenwärtig, so ist die Meinungsbildung der Veranstalter zusammenzufassen, sei eine verbindliche Entscheidung auf bestimmte regionale Verbreitungsräume verfrüht. So sei es dringend erforderlich, die Entwicklung des Mediums DAB+, auch gemessen an der Entwicklung der bundes- und landesweiten Verbreitung, abzuwarten.

Da der SWR nach seinen ursprünglichen Planungen (Stand Ende Berichtsjahr 2012) beabsichtigte, den gemischten, von privaten und öffentlich-rechtlichen Veranstaltern gemeinsam genutzten Multiplex zum Ende November 2014 zu verlassen, plant die LFK im Laufe des Jahres 2013 weitere digitale Programme auszuschreiben.

7. Digitales Fernsehen DVB-T

Das digitale Fernsehen DVB-T konnte im Jahre 2012 seinen Marktanteil in Baden-Württemberg steigern. Dieser belief sich nach Berechnungen der LFK im Jahre 2012 auf 9,3 %, im Vorjahr waren es noch 5,8 % gewesen. Im Vergleich hierzu lag der Marktanteil von DVB-T auf Bundesebene im Jahre 2012 bereits bei 12,5 %.

In Baden-Württemberg, vor allem in Region der Stuttgart, waren im Jahre 2012 drei neue Programme zu empfangen: der Shoppingkanal QVC, das Programm Tele 5 sowie das Angebot des Anbieters ANIXE TV aus Unterföhring.

Jahresbericht_2012.indd 34 13.05.13 09:18

8. Planungen zur Neulizenzierung der Hörfunk-Verbreitungsgebiete ab dem 1. Januar 2016

Zum 31. Dezember 2015 wird die gegenwärtig laufende dritte UKW-Lizenzierungsperiode enden. Vor dem Hintergrund der Entwicklung des digitalen Rundfunks DAB+ stehen die baden-württembergischen Hörfunkveranstalter nun vor der Herausforderung, dass ein von der Medienpolitik gewünschtes Engagement in den digitalen Rundfunk DAB+ nur durch ein gesichertes weiteres Engagement in der herkömmlichen UKW-Verbreitungstechnik möglich sein wird.

So ist weitgehend unbestritten, dass die privaten digitalen Hörfunkangebote in DAB+ derzeit noch aufgrund der mangelnden Endgerätedurchdringung und der Empfangssituation nicht refinanzierbar sind und somit durch das Engagement in der herkömmlichen UKW-Technologie mitfinanziert werden müssen. Hier schlagen vor allem die Kosten des technischen Betriebs und der Programmerstellung zu Buche, denen auf der anderen Seite keine entsprechenden Werbeeinnahmen, die aus der Programmverbreitung erwirtschaftet werden können, gegenüberstehen.

Bereits im Jahre 2011 haben sich die baden-württembergischen Veranstalter an die Vertreter der Medienpolitik, das Staatsministerium und die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) gewandt und sich dafür ausgesprochen, die Laufzeiten der UKW-Lizenzen nochmals um eine weitere Lizenzperiode zu verlängern. Hierzu wurden im Sommer und Herbst des Berichtsjahres eine Vielzahl von Gesprächen sowohl mit dem Staatsministerium und der LFK geführt als auch die medienpolitischen Sprecher der Fraktionen angeschrieben bzw. angesprochen. Der VPRA hat hierzu einen Vorschlag für die Änderung der gesetzlichen Vorschriften unterbreitet und auf das Spannungsverhältnis zwischen UKW-Lizenzierung und Digitalengagement (DAB+) deutlich hingewiesen. Im Zuge einer laufenden Novellierung des Landesmediengesetzes im Herbst des Jahres 2012 hat der Gesetzgeber jedoch den Vorschlägen der privaten Veranstalter nicht entsprochen.

Allerdings hat die LFK den Vorschlag des VPRA aufgegriffen, für den Fall, dass eine Lizenzverlängerung nicht in Betracht kommt, das Lizenzierungsverfahren für die vierte UKW-Lizenzierungsperiode bereits im Jahre 2013 möglichst frühzeitig durchzuführen.

Erfolgreich niedergeschlagen hat sich die Arbeit der unter dem Dach der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) vereinigten Rundfunkverbände, zu denen auch der VSZV-Schwesterverband VPRA gehört, in der im Jahre 2012 abgeschlossenen Reform des Telekommunikationsgesetzes.

Dort wurde nach langem erreicht, dass sich in künftigen Neulizenzierungsverfahren die privaten Hörfunkveranstalter nun ihren Sendernetzbetreiber selbst auswählen können. Es bleibt zu hoffen, dass hiermit vor allem die auf dem Sektor des UKW-Sendernetzbetriebes bestehenden monopolartigen Strukturen zugunsten der Hörfunkveranstalter aufgebrochen werden können. Durch den nun liberalisierten Wettbewerb auf diesem Sektor erhoffen sich die Rundfunkveranstalter langfristig günstigere Konditionen für den Betrieb der benötigten Sendeanlagen.

9. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

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

Wie bereits die Jahre zuvor wurde auch im Jahre 2012 weiter um die Grenzen des rundfunkstaatsvertraglichen Versorgungsauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter gestritten. Stand im Jahr 2010 der Ausgang der Drei-Stufen-Testverfahren für die Online-Angebote

Jahresbericht_2012.indd 35 13.05.13 09:18

der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter im Mittelpunkt, konzentrierte sich in den Folgejahren der Streit sehr schnell auf die Angebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter für mobile Endgeräte, den Smart-Phones und Tablet-Computern.

In den Mittelpunkt rückte die Tagesschau-App, ein textdominantes, Produkt, das - kostenlos angeboten - eine presseähnliche Berichterstattung ohne jeden Sendungsbezug vorhält und somit nach Rechtsauffassung der Verleger eindeutig gegen die rundfunkstaatsvertraglichen Vorgaben in § 11 d Abs. 2 Nr. 3 verstößt.

Hiergegen 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 bereits im Januar des Jahres 2011.

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 blieben 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“.

Am 27. September 2012 hatte das Kölner Landgericht in seinem Urteil die Auffassung von acht klagenden Zeitungsverlagen im Kern bestätigt, wonach die Tagesschau-App presseähnlich und, weil nicht Sendung bezogen, nach dem Rundfunkstaatsvertrag unzulässig ist.

So folgte die Zivilkammer bei Ihrer Entscheidung der Argumentation der klagenden Verlage, wonach es sich bei der Tagesschau-App um ein nicht sendungsbezogenes presseähnliches Angebot handelt, das nach den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages unzulässig ist. Daraus folge für den vorliegenden Rechtsstreit, dass der geltend gemachte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch begründet sei, weil der Verstoß gegen den Rundfunkstaatsvertrag sich als Verstoß gegen eine marktregulierende Vorschrift im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) darstelle. Die Kammer stellte darauf ab, dass Sinn und Zweck des § 11d Abs. 2 Ziffer 3 (letzter Halbsatz) Rundfunkstaatsvertrag auch sei, die Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Bereich der Telemedien im Hinblick auf den Kernbereich der Pressefreiheit zu regeln und zu beschränken.

Ein generelles Verbot der Tagesschau-App, wie von den Verlagen ursprünglich beantragt, schied nach der Auffassung der Kammer allerdings aus, weil die App entgegen der Auffassung der klagenden Verlage das Genehmigungsverfahren (Drei-Stufen-Test) nach dem Rundfunkstaatsvertrag durchlaufen hatte (§ 11 f Rundfunkstaatsvertrag).

Die ARD hatte bereits kurz nach dem Urteil angekündigt, eine Berufung zu prüfen. Ende Oktober des Jahres 2012 wurde diese dann auch eingelegt. Dennoch wollte sich die ARD weiteren Gesprächen mit den Verlegern nicht verschließen. Ende November hatten Vertreter der Zeitungsverleger und der Intendanten von ARD und ZDF in Köln ihre Positionen über die Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet weiter ausgetauscht. Im Berichtsjahr gab es hierzu keine weiteren Ergebnisse mehr.

Allerdings entspann sich Anfang des Jahres 2013 nun ein weiterer Streit über den Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet: Im Streit steht nun die Ende Februar 2013 auf den Markt gekommene „ZDF-Heute-App“. Auch hier monieren die Verle-

Jahresbericht_2012.indd 36 13.05.13 09:18

ger, dass die App in Widerspruch zu den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages stehe, der den inhaltlichen Schwerpunkt in fernsehähnlichen und nicht in presseähnlichen Angeboten sieht. Auch hier sehen die Presseverleger die „ZDF-App“ als ebenfalls zu textlastig an.

9.2. Diskussion um die Werbefreiheit/-Beschränkungen des Öffentlichen Rundfunks

Die Auseinandersetzung um die Werbefreiheit bzw. stärkere zeitliche Beschränkung des Werbeumfangs des öffentlich rechtlichen Rundfunks riss auch im Berichtsjahr nicht ab. Der Schwesterverband des VSZV, der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA), hatte sich gemeinsam mit den in der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) organisierten Verbänden bereits im Frühjahr 2010 dafür ausgesprochen, in allen Bundesländern eine Werbezeitbeschränkung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu verankern.

Die Diskussion wurde in Baden-Württemberg neu belebt, als Ende November 2011 durch Verlautbarungen der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei bekannt wurde, dass eine Reform des SWR-Staatsvertrages geplant sei, was kurze Zeit später in einem Presseinterview der baden-württembergischen Staatsministerin Silke Krebs bestätigt wurde.

Im Juni und im November des Jahres 2012 wurden dann konkrete Entwürfe zum geplanten neuen Staatsvertrag vorgelegt. Erwartungsgemäß waren in den SWR-Staatsvertrag lediglich Verweise auf die Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages über Werbung und Sponsoring in der jeweils gültigen Fassung aufgenommen worden. Was Hörfunkprogramme des SWR betrifft, sollte weiterhin Werbung bis zu der im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehenen Höchstgrenze zulässig sein. Entgegen dem Vorbild der staatsvertraglichen Regelungen in Niedersachsen war man in Baden-Württemberg offenbar nicht bereit, zu eigenständigen Regeln zu kommen.

Der VSZV und sein Schwesterverband VPRA haben in einer mündlichen Anhörung zum Staatsvertrag am 20. Dezember 2012, die durch eine schriftliche Stellungnahme am 16.1.2013 ergänzt wurde, eine wirkungsvolle Reduzierung der ARD Radio-Werbung gefordert: 60 Minuten Werbung werktäglich, lediglich ein werbeführendes Hörfunkprogramm, keine Ausgleichszeiträume. Dies entspricht dem Sachstand im Bundesland Niedersachsen. Was die Fernsehwerbung betrifft, wurde gefordert, im öffentlich-rechtlichen Fernsehen Werbung und Sponsoring abzuschaffen.

9.3. Reform des SWR-Staatsvertrages

Schon im Koalitionsvertrag zwischen Bündnis 90/Die Grünen und SPD aus dem Jahre 2011 war enthalten, dass der SWR-Staatsvertrag einer Reform unterzogen werden sollte. Wie bereits im Kapitel um die Diskussion der Werbefreiheit öffentlich-rechtlicher Rundfunkangebote erwähnt (s.o.), haben die Landesregierungen von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg der Öffentlichkeit im Juni und November des Berichtsjahres einen Entwurfsvorschlag für den neuen SWR-Staatsvertrag zur Diskussion vorgelegt.

Das politische Ziel der beiden Staatsregierungen ist es, den SWR effektiver in einer digitalisierten, konvergenten Medienwelt zu positionieren. Einige der wesentlichen Kernpunkte des Reformvorhabens seien nachstehend aufgezählt. So wird vor allem eine Aktualisierung des Programmauftrags angestrebt:

- Erstreckung des Auftrags auf den Online-Bereich nach Maßgabe des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (RfÄndStV)
- Integration des Auftrags für die Hörfunkprogramme „DASDING“ und „SWRinfo“ in den Staatsvertrag
- Regelung der kommerziellen Aktivitäten des SWR und dessen Beteiligung an Unternehmen nach Maßgabe des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages

Jahresbericht_2012.indd 37 13.05.13 09:18

Gleichzeitig soll auch eine Stärkung der regionalen Identität erreicht werden:

- Betonung der regionalen Verwurzelung in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg
- Besondere Berücksichtigung der Landesidentitäten in allen Angeboten des SWR
- 30-prozentiger Landesanteil im Fernsehen
- Eigenverantwortliche Gestaltung von Angeboten mit Landesbezug grundsätzlich durch die Landessender unter Leitung der Landessenderdirektor(inn)en
- Eigenes Vorschlagsrecht des Landesrundfunkrates bei Wahl der Landessenderdirektor(inn)en (wenn Intendantenvorschlag ohne Mehrheit)

Weiterhin wird eine Flexibilisierung der Organisationsstrukturen beabsichtigt:

- Erhalt der Standorte in den Landeshauptstädten Stuttgart und Mainz und des dritten Standortes Baden-Baden sowie der Landessender
- Zuständigkeitsverteilung innerhalb der Geschäftsleitung nicht länger im Staatsvertrag
- Grundzüge der Geschäftsverteilung und Zuordnung von Geschäftsbereichen zu Standorten künftig in Hauptsatzung und Organisationsverfügung des SWR
- Öffnung für multimediale Organisationsstrukturen:
    - Grundsätzlicher Entfall der Produktionsvorgaben für bestimmte Standorte
    - Möglichkeit übergreifender Schwerpunktbildungen zu einzelnen Geschäftsbereichen an den Standorten im Rahmen eines ausgewogenen Gesamtkonzeptes
- Angemessene Aufgabenverteilung auf die Standorte

Zusätzlich sind weitere Maßnahmen zur Stärkung der binnenpluralen Aufsichtsgremien geplant und es sollen Maßnahmen ergriffen werden, die die Gremienarbeit durch öffentliche Sitzungen des Rundfunkrates sowie Veröffentlichung gefasster Beschlüsse samt Beratungsgrundlagen transparenter werden lassen. Angedacht wurde ebenso eine Stärkung der Mitbestimmung des SWR-Personals.

In einer ersten mündlichen Anhörung am 20. Dezember 2012, zu der rund 270 Verbände geladen waren, hat der Schwesterverband des VSZV, der VPRA, durch den stellvertretenden VPRA-Vorsitzenden, Ulrich Hürter, Kritik an dem Reformvorhaben geäußert.

Ergänzend hierzu hatten die Verbände Gelegenheit, schriftlich bis zum 16. Januar 2013 Stellung zu nehmen. Dies erfolgte dann unter Federführung des VSZV gemeinsam mit dem Verband der Zeitungsverleger in Rheinland Pfalz (VZV) und dem VPRA.

Schwerpunkt der o.g. Stellungnahmen bildete der Themenbereich „Programm und Werbung“. Die Verbände kritisierten die geplante Programmerweiterungen in § 3 Absatz 2 des SWR-Staatsvertragsentwurfs (SWR-StVE), mit dem 2 weitere Hörfunkangebote in den Staatsvertrag aufgenommen werden sollen. Somit erfolge „quasi rückwirkend“ die Legitimation der bereits längst „on-air“ befindlichen Angebote „DASDING“ und „SWRinfo“.

Kritisiert wurde ebenfalls eine pauschale Legitimationsmöglichkeit für weitere Hörfunkangebote im Netz durch eine im Entwurf des Staatsvertrages enthaltene Erweiterungsklausel. Bei der zu erwartenden Weiterentwicklung der digitalen Übertragungstechniken besonders im Internet sehen die Verbände die Gefahr, dass einer nur unzureichend kontrollierten Programmmehrung öffentlich-rechtlicher Hörfunkangebote die Tür geöffnet werde. Zwar sollen auch solche neuen Programme unter den Vorbehalt der Durchführung eines sog. Drei-Stufen-Testes, wie er im Rundfunkstaatsvertrag in § 11 f vorgesehen ist, gestellt werden. Gleichwohl stimmten hier die Ergebnisse der bisher durchgeführten „Drei-Stufen-Testverfahren“ skeptisch, da aus Sicht der Medienverbände des privaten Rundfunks bis heute nicht der Eindruck gewonnen werden konnte, man berücksichtige die Bedenken der privaten Medienwirtschaft in gebotenem Maße.

Jahresbericht_2012.indd 38 13.05.13 09:18

Hingewiesen wurde im Zusammenhang mit der Etablierung weiterer öffentlich-rechtlicher Programmangebote auf die teilweise verbesserungsbedürftige Frequenzsituation des privaten kommerziellen Rundfunks. Offensichtlich scheint es dem SWR ohne weiteres möglich, aus seinem reichhaltigen UKW-Frequenzbestand eine terrestrische Versorgung für zwei weitere Programme zu erstellen. Hier fordern die Rundfunkverbände seit langen Jahren, den gesamten Frequenzbestand im Bereich UKW unvoreingenommen auf den Prüfstand zu stellen um dem gesetzgeberisch beabsichtigten dualen Rundfunksystem wahrhaft Geltung zu verschaffen.

Das Thema ARD-Werbung, gerade auch im Hinblick auf die Tatsache, dass im SWR-StVE lediglich versucht wird, sich mit Verweisen auf den jeweils geltenden Rundfunkstaatsvertrag zu begnügen, wurde ausführlich dargestellt und in allen in Betracht kommenden Facetten (Hörfunk und Fernsehen) problematisiert. Es darf insoweit auf die Ausführungen oben in Kapitel 9.2. verwiesen werden.

Was die Besetzung des Rundfunkrats angeht, wurde kritisiert, dass die Medienarbeitgeberverbände im Gegensatz zu den Journalistengewerkschaften nicht bei der Besetzung des Rundfunkrates berücksichtigt werden sollen. Eine solche Berücksichtigung gab es für den Sendebereich des früheren SDR in Baden-Württemberg nach dem alten SDR-Gesetz bis zur Unterzeichnung des (ersten) SWR-Staatsvertrages am 31.5.1997.

Jahresbericht_2012.indd 39 13.05.13 09:18

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Im Jahr 2012 tagte der VSZV-Anzeigenausschuss am 25. Januar und am 17. Oktober in Stuttgart.

Anlässlich der Sitzung am 25. Januar tauschten sich die Mitglieder des Anzeigenausschusses unter Leitung des Ausschussvorsitzenden Hans-Jörg Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, eingehend über die Entwicklung des Anzeigenmarkts im Jahr 2011 aus und stellten zudem eine Prognose für das Berichtsjahr an. Wie gewohnt und bewährt, gab Herr Wilhelm zunächst einen Überblick über die Entwicklungen des Anzeigenmarktes auf Landes- und Bundesebene. Angesichts der geschilderten Entwicklungen betonte der Vorsitzende die Notwendigkeit neuer Produkte, um einer weiteren Degression der Anzeigen- und Beilagenumfänge entgegenzuwirken. Hierbei seien insbesondere Potentiale für eine verlagsübergreifende Zusammenarbeit gegeben und zu nutzen. Dies betreffe insbesondere das Online-Geschäft. Hier seien Synergieeffekte zu schaffen und ein dezentrales Arbeiten nicht mehr zeitgemäß. Vielmehr müsse versucht werden, durch gemeinsame Projekte, vermeintlich verlorene Märkte, wie insbesondere den Stellenmarkt, wieder zurückzuholen.

Im Folgenden berichtete der Geschäftsführer der ZMG, Markus Ruppe, aus der Arbeit der ZMG. Nachdem kurz die Media-Monitor-Roadshow vorgestellt wurde, erwähnte er als Schwerpunktthemen der ZMG für die Jahre 2011/2012 die Themen Key-Accounts, Pressearbeit, Cross-Channel und Mediamix. Im Anschluss referierte Tino Eidebenz, Direktor des Key-Account-Managements der ZMG, zur Entwicklung des Key-Accounts aus der Sicht der ZMG. Zudem stellte Herr Eidebenz die überarbeitete TV-Marken-Initiative der ZMG vor.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus dem VSZV-Ausschuss Digitale Medien
- VSZV-Anzeigenleitertagung 2012

Auf der weiteren Sitzung des Anzeigenausschusses am 17. Oktober berichteten die Ausschussmitglieder, nachdem Herr Wilhelm zunächst einen kurzen Überblick über die Entwicklungen des Anzeigenmarktes auf Landesebene gegeben hatte, über die Entwicklungen des Anzeigengeschäfts im laufenden Jahr.

Im Anschluss referierte der Anzeigenleiter der Pforzheimer Zeitung, Michael Hollfelder, über die Generierung von Zusatzgeschäft mithilfe von Anzeigen-Memo-Sticks. Nachdem er anhand unterschiedlicher Beispiele die mannigfaltigen Stanzformen der Memo-Sticks verdeutlicht hatte, stellte Herr Hollfelder u.a. verschiedene bereits verwirklichte Kampagnen vor.

Herr Reese, Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten, informierte die Ausschussmitglieder im Folgenden über den aktuellen Stand des Projekts einer gemeinsamen nationalen Vermarktungsallianz (sog. G8). Hierbei kam er u.a. auf die bisher teilnehmenden Verlage, die angestellten Überlegungen und die Ausgestaltung des gemeinsam erarbeiteten Angebots zu sprechen.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Aktuelles aus der Arbeit der ZMG
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung

Jahresbericht_2012.indd 40 13.05.13 09:18

2. Anzeigenleitertagung

Im Berichtsjahr fand die Anzeigenleitertagung auf Einladung des Zeitungsverlags Waiblingen am 11. Juli 2012 in Waiblingen statt. Als Gast war Tino Eidebenz, Direktor des Key-Account-Managements bei der ZMG, anwesend.

Zu Beginn der Tagung begrüßte der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Hans-Jörg Wilhelm, die Teilnehmer der Anzeigenleitertagung im Bürgerzentrum Waiblingen und bedankte sich sodann für die Einladung des Zeitungsverlags Waiblingen und die damit verbundene Gastfreundschaft. Anschließend befragte Herr Wilhelm vier Teilnehmer aus unterschiedlichen Verlagen, die er zuvor nach dem Zufallsprinzip ausgewählt und vorab gebeten hatte, kurz zu den vier Themenfeldern Unterstützung der Verlage durch VSZV und ZMG, Entwicklung des Anzeigenmarkts im nächsten halben bzw. in den nächsten zwei Jahren, crossmedialer Verkauf und Zusammenarbeit mit Kollegen Stellung zu nehmen. Die Befragten Herr Hollfelder, Pforzheimer Zeitung, Martin Küfner, Heilbronner Stimme, Ralph Strickler, Badische Zeitung, und Hans-Ulrich Wetzel, Mühlacker Tagblatt, zeigten sich mit der Arbeit und Unterstützung durch den VSZV durchweg zufrieden und betonten insbesondere dessen Seminarangebot für Verlagsmitarbeiter. Aber auch die Rechtsberatung habe an Bedeutung für die Verlage zugenommen. Seitens der ZMG wünschte sich Herr Wetzel ein stärkeres Gattungsmarketing. Insgesamt sei man mit der Arbeit der ZMG aber zufrieden.

Sodann begrüßte Ullrich Villinger, Verleger des Zeitungsverlags Waiblingen, die Teilnehmer und gab einen Einblick in die Verlagsgeschichte des Zeitungsverlags Waiblingen. Dieser sei 1971 durch Zusammenschluss der vier Verleger der Waiblinger Kreiszeitung, der Schorndorfer Nachrichten, der Winnender Zeitung und der Welzheimer Zeitung gegründet worden.

Im weiteren Tagungsverlauf referierten Milena Schmid, SIR Stuttgart Internet Regional, und Bernd Maier, Schwarzwälder Bote, sowie Ralph Strickler und Manfred Neufang, Badische Zeitung, zum Thema „Erfolgsmodelle des lokalen Onlineverkaufs - Best Practice Beispiele aus den Mitgliedsverlagen“. Frau Schmid und Herr Maier stellten in ihrem Vortrag vier Beispiele des lokalen Onlineverkaufs vor und gaben den Teilnehmern so einen Überblick über bedarfsorientierte Werbemöglichkeiten im Onlinebereich. Als erstes Beispiel wurde die kleinste „lokale“ Belegungseinheit auf tiefer liegenden lokalen Webseiten vorgestellt, welche vor allem vom lokalen Einzelhandel, wie beispielsweise Bäckereien, Bekleidungsgeschäften und Handwerkern, gebucht werde. Als weiteres Beispiel nannten Frau Schmid und Herr Maier sog. Themenspecials, welche man seit über zwei Jahren anbiete. Hierbei werden monatlich wechselnde Themen, wie beispielsweise „Essen & Schlemmen“, „Heim & Garten“ oder „Luxusprodukte“ auf eigens angefertigten Webseiten behandelt, eingebettet in themengerechte Werbung. Als Beispiel für einen möglichst einfachen Einstieg in die Onlinewerbung nannten sie zudem die Platzierung von Werbung auf Ereignisseiten, wie beispielsweise zum Muttertag, Ostern oder Weihnachten. Abschließend kamen Frau Schmid und Herr Maier auf die Werbung in einem eigens für den einzelnen Werbekunden kreierten Subchannel zu sprechen.

Sodann referierten Herr Strickler und Herr Neufang umfassend über die Onlineangebote der Badischen Zeitung für Werbetreibende. So biete man Werbekunden die Möglichkeit (animierter) Display-Werbung auf lokalen Unterseiten, sowie spezieller Rubrikenwerbung mit entsprechenden Teasern, beispielsweise im Trauer-, Immobilien- und Stellenmarkt. Gute Erfahrungen habe man auch mit Anzeigen-Dossiers gemacht. Als weitere Beispiele für erfolgreichen Onlineverkauf nannten Herr Strickler und Herr Neufang die Portale www.schnapp.de, eine Kleinanzeigenplattform, welche im vergangenen Jahr auch als Tabloid gelauncht wurde, und www.fudder.de, welche sich an die Zielgruppe der unter Dreißigjährigen richte.

Anschließend berichtete Tino Eidebenz aus der Arbeit der ZMG. Der Vortrag von Herrn Eidebenz behandelte insbesondere die Themenkomplexe „Nationale Vermarktung“, „Ausbildung und Ausbildungsseminare“ und „Zukunft der Zeitung“.

Jahresbericht_2012.indd 41 13.05.13 09:18

Die weiteren Themen der Tagung:

- Erschließung neuer Geschäftsfelder am Beispiel des Messekonzepts des Zeitungsverlags Waiblingen
- Bericht aus der VSZV-Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Im Anschluss an die Tagung lud der Zeitungsverlag Waiblingen die Anzeigenleiter zu einer geführten Weinbergtour und zum anschließenden Kollegenabend gemeinsam mit den am Folgetag zusammentreffenden baden-württembergischen Vertriebsleitern in der Remstalkellerei ein. Die Abendveranstaltung begann mit einer Führung durch die Weinkeller der Winzergenossenschaft der Remstalkellerei. Herr Bernd Schwer, Geschäftsführer des Zeitungsverlags Waiblingen, begrüßte sodann die versammelten Gäste. 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.

Jahresbericht_2012.indd 42 13.05.13 09:18

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsauschuss kam im Berichtsjahr unter der Leitung von Wolfgang Poppen, Badische Zeitung, am 7. März in Stuttgart zusammen.

Den inhaltlichen Schwerpunkt der Sitzung bildete das Thema „Gewinnung junger Leser“, zu welchem Frank Dächert, Mannheimer Morgen, referierte. Zunächst berichtete Herr Poppen über das Treffen im Staatsministerium am 16. Februar 2012, welches zwischen Vertretern des VSZV und Frau Ministerin Krebs stattgefunden hat und dessen Inhalt eine Einbindung der Tageszeitungen in das Projekt des Staatsministeriums „Kindermedienland“ gewesen sei. Herr Poppen berichtete, dass Frau Ministerin Krebs sich in diesem Punkt durchaus kooperativ gezeigt habe, sodass einer zukünftigen Einbindung nichts entgegenstehe. Herr Bourauel betonte, dass sich der VSZV mit Nachdruck für eine stärkere Einbindung der Tageszeitungen in die Projekte des Landes einsetzen werde.

Herr Dächert stellte als Best Practice Beispiel das Projekt des Mannheimer Morgen „Klasse Azubis lesen Zeitung“ vor. Innerhalb des Projekts erhalten die Auszubildenden für ein Jahr den Mannheimer Morgen. Weiter finde innerhalb des Projekts eine Betriebsführung durch die Räumlichkeiten des Mannheimer Morgen sowie Feedback-Gespräche nach der Hälfte des Zeitablaufs des Projekts statt. Unterstützt werde das Zeitungsprojekt durch die IFOK, welche einen online ausfüllbaren Einstiegstest zum Allgemeinwissen der Auszubildenden, monatliche Online-Fragebögen und einen Abschlusstest entwickelt habe. Anhand der Auswertung dieser Rücklaufbögen lasse sich eine erhebliche Verbesserung des Wissensstands der Auszubildenden feststellen. Am stärksten sei die Verbesserung bei den Themenkomplexen „Wirtschaft“ und „Region“.

Im Anschluss referierte Christian Eggert, BDZV, zu den beiden Themenkomplexen „Gesetzesentwürfe zum flächendeckenden Mindestlohn und zu den geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen“ und „Einbindung von E-Paper und Tablet-Ausgaben in die IVW-Auflage“. Zunächst informierte Herr Eggert die Sitzungsteilnehmer darüber, dass nunmehr neben der Gesetzesinitiative zum flächendeckenden Mindestlohn auch das Gesetzesvorhaben zu den Rechten von „Minijobbern“ (sog. „Entwurf eines Gesetzes zur Reform der geringfügigen Beschäftigung und zur Bekämpfung der illegalen Beschäftigung“) am 2. März 2012 nicht die erforderliche Mehrheit von 35 Stimmen im Deutschen Bundesrat gefunden habe. Somit seien vorerst alle aktuellen Gesetzesvorhaben zur Einführung eines Mindestlohns bzw. Neuregulierung der Minijobs erledigt. Dennoch stehe zu befürchten, dass seitens der CDU noch in dieser Legislaturperiode ein Vorschlag zu Lohnuntergrenzen eingebracht werde. Der BDZV stehe hierzu in engem Kontakt mit dem Bundesarbeitsministerium, um mit Nachdruck auf die Notwendigkeit einer Ausnahmeregelung für die Zeitungsbranche hinzuweisen und eine solche durchzusetzen.

Herr Eggert informierte die Teilnehmer der Sitzung sodann über die geplanten Änderungen zur Zählung von E-Paper in die IVW-Auflage.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss
- Bericht aus der BDZV-AG Vertriebsentwicklung
- Aktuelles aus Medienpolitik und Gesetzgebung
- VSZV-Vertriebsleitertagung 2012

Jahresbericht_2012.indd 43 13.05.13 09:18

2. Vertriebsleitertagung

Im Berichtsjahr fand die alljährliche Vertriebsleitertagung des VSZV auf Einladung des Zeitungsverlags Waiblingen in den Räumlichkeiten des Bürgerzentrums Waiblingen am 12. Juli statt. Als Gäste nahmen an der Tagung Sigrid Berge, Telefonverkauf - Telefonakquisition, Oberriexingen, und Thorsten Merkle, jule: Initiative junge Leser, Burgwedel, teil.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung am Vorabend in Gestalt eines gemeinsamen Kollegenabends der Vertriebsleiter mit den baden-württembergischen Anzeigenleitern, die am 11. Juli ebenfalls im Bürgerzentrum Waiblingen zusammenkamen. Der Kollegenabend fand in der Remstalkellerei statt und begann mit einer Weinkellerführung. Vorab hatte der Zeitungsverlag Waiblingen die Anzeigen- und Vertriebsleiter zu einer geführten Weinbergtour eingeladen.

Zu Beginn der Tagung hieß zunächst der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, die Teilnehmer der Vertriebsleitertagung im Bürgerzentrum Waiblingen willkommen. Sodann gab er einen kurzen Überblick über die Auflagenentwicklung im zurückliegenden Jahr. Nach wie vor würden in Baden-Württemberg täglich 2 Millionen Zeitungsexemplare verkauft. Dies sei ein Wert, auf den die Zeitungsverlage zu Recht mit Stolz blicken können. Betrachte man die Entwicklung der Vertriebserlöse innerhalb der letzten fünf und zehn Jahre, so zeige sich, dass die Vertriebserlöse mittlerweile die Haupteinnahmequelle für die Zeitungsverlage seien. Innerhalb der letzten zehn Jahre haben die Vertriebserlöse bundesweit um 19 %, auf Landesebene immerhin um 10 % zugenommen.

Im Folgenden informierte Herr Poppen die Vertriebsleiter über die Entwicklungen hinsichtlich des Themenkreises „Zeitung in der Schule“ seit der letzten Vertriebsleitertagung. Insbesondere haben seitens des VSZV mittlerweile mehrere Gespräche mit dem Staatsministerium stattgefunden. Inhalt dieser Gespräche sei eine Kooperation bei Schulprojekten der Verlage unter dem Dach der Initiative „Kindermedienland“ der Landesregierung gewesen. Hierfür sein bereits Qualitätskriterien entwickelt worden, die Herr Poppen näher erläuterte.

Anschließend begrüßte der gastgebende Verleger des Zeitungsverlags Waiblingen, Ullrich Villinger, die Teilnehmer der Vertriebsleitertagung und gab anschließend einen Überblick über die Geschichte des Zeitungsverlags Waiblingen, welcher im Jahr 1971 durch den Zusammenschluss der vier Verleger der Schorndorfer Nachrichten, der Waiblinger Kreiszeitung, der Winnender Zeitung und der Welzheimer Zeitung entstanden sei. Die Auflage betrage insgesamt 43.000 Exemplare. Auch seitens des Zeitungsverlags Waiblingen habe man mit sinkenden Auflagenzahlen zu kämpfen. Herr Villinger bemerkte in diesem Zusammenhang, dass alle baden-württembergischen Zeitungsverlage in einem Boot sitzen würden und dem Auflagenrückgang durch eine stärkere Fokussierung auf die Produktentwicklung im Online-Bereich begegnet werden müsse.

Im weiteren Verlauf der Vertriebsleitertagung referierte Thorsten Merkle, Leiter Wissensnetzwerk bei jule: Initiative junge Leser, über Trends im Jugendmarketing der Zeitungsverlage. Anschließend wurden Best Practice Beispiele aus den Verlagen zum Thema „Ansprache junger Leser“ vorgestellt. So referierte Matthias Horst, Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, über deren Projekt „MYmoments“ - das Jugendprojekt der Stuttgarter Zeitung. Unter dem Motto „Wir öffnen Türen, die anderen verschlossen bleiben“, werden seit 5. Oktober 2011 speziell für die Zielgruppe der 16-28-Jährigen eigene Events, wie beispielsweise Skiausfahrten, angeboten bzw. die Teilnahme an Konzerten mit anschließendem Meet & Greet oder der Besuch von Fußballspielen ermöglicht. Hierfür werde zum einen Online, aber auch in den Printmedien der Stuttgarter Nachrichten geworben. Kommuniziert werde mittels einer eigenen Facebook-Seite, die mittlerweile rund 1.050 Fans habe.

Als weiteres Best Practice Beispiel wurde sodann von Christian Fritsche, Nürtinger Zeitung, das Projekt „Zeitung im Kindergarten (ZiK)“ vorgestellt. Der Senner Verlag habe als erster

Jahresbericht_2012.indd 44 13.05.13 09:18

Verlag in Baden-Württemberg seit dem Jahr 2007 damit begonnen, entsprechende „ZiK“-Projekte durchzuführen. Zu den Projekten gehöre neben der Lieferung der Zeitung an jedes Kindergartenkind über einen Zeitraum von 3-4 Wochen unter anderem auch der Besuch eines Redakteurs im Kindergarten, eine Druckhausbesichtigung und das Zurverfügungstellen von Materialien für Kindergärtnerinnen und Eltern. Daneben biete man den Eltern ebenfalls eine Druckhausführung an, um auch die Eltern in das Projekt mit einzubinden. Als Bindeglied zwischen Projekt und Zeitungshaus habe sich das Maskottchen der ZiK-Projekte, die Ente Paula Print, etabliert. Diese erzeuge eine nachhaltige enge Bindung der Kinder an die Zeitung und sei bei den Kindern sehr beliebt.

Weitere Themen der Tagung waren:

- GIS - Geoinformationssysteme in Zeitungsverlagen (Bsp. Sabris) zur Optimierung und Visualisierung von Strukturen und Maßnahmen in Zustellung und Lesermarkt
- Direktmarketing aus Sicht eines externen Dienstleisters

3. Zeitung in der Schule

Nachdem im Rahmen der VSZV-Jahrestagung 2011 zwischen den Mitgliedern Einigkeit bestand, die Förderung der bestehenden Projekte der Tageszeitungen durch das Land Baden-Württemberg zu forcieren, fand am 16. Februar ein Treffen zwischen dem Ausschussvorsitzenden Herrn Poppen und dem Vorsitzenden des VSZV, Herrn Lehari jr., mit Frau Ministerin Krebs im Staatsministerium Baden-Württemberg statt. Seitens des VSZV nahmen an dem Treffen Herr Bourauel und Frau Freitäger teil. Man kam in diesem Treffen überein, dass eine enge Kooperation zwischen Zeitungsverlagen und Landesregierung hinsichtlich der Medienprojekte des Landes Baden-Württemberg und die Förderung der bestehenden Projekte der Zeitungsverlage anzustreben ist. Dies könnte, so war man sich einig, insbesondere im Rahmen des bestehenden Projekts „Kindermedienland“ des Landes Baden-Württemberg erfolgen.

Am 28. März fand ein weiteres Gespräch zwischen Vertretern des Staatsministeriums, Frau Weik, Badische Zeitung, und Frau Freitäger, VSZV, statt, in welchem die Eckpunkte der Kooperation zwischen Zeitungsverlagen und Staatsministerium besprochen wurden. Erneut wurde seitens des Staatsministeriums insbesondere signalisiert, die Etablierung eines diesbezüglichen Qualitätssiegels grundsätzlich zu befürworten. Dies bedürfe jedoch noch weiterer Absprache und rechtlicher Überprüfung. Seitens des Staatsministeriums wurde ferner über den zeitlichen Ablauf der weiteren Konzeption des Kindermedienlandes berichtet. So sei für Mai 2012 die interne Abstimmung der weiteren Konzeption des Kindermedienlandes und der geförderten Projekte innerhalb des Staatsministeriums geplant, worauf Ende Juni 2012 das endgültige Konzept zum Kindermedienland in das Landeskabinett zur Abstimmung und Befürwortung eingebracht werden solle.

Dementsprechend äußerte sich Frau Ministerin Krebs auch auf der diesjährigen VSZV-Jahrestagung, welche am 23. April in Neckarsulm stattfand. Begrüßt wurde die Kooperation durch die Ministerin im Rahmen der offiziellen Anhörung zu den Eckpunkten des neuen Konzept der „Initiative Kindermedienland in Baden-Württemberg“, die am 10. Mai im Lindenmuseum in Stuttgart stattfand. Anlässlich der offiziellen Anhörung zu den Eckpunkten der Verstetigung der Initiative „Kindermedienland“ betonten zudem sowohl Frau Ministerin Krebs als auch der verantwortliche Referatsleiter Rundfunk und Medien im Staatsministerium, Herr Dr. Kreißig, die Wichtigkeit der Einbeziehung der Tageszeitungen in das Kindermedienland und hoben die diesbezügliche angestrebte enge Kooperation hervor.

Während des Berichtsjahrs fand keine endgültige Entscheidung über die weitere Konzeption des Projekts „Kindermedienland“ im Landeskabinett statt. Sobald diese vorliegt sind weitere intensive Gespräche zwischen Staatsministerium und VSZV geplant.

Jahresbericht_2012.indd 45 13.05.13 09:18

VII. Digitale Medien

In Deutschland gibt es 347 Tageszeitungen, 26 Wochenzeitungen und 6 Sonntagszeitungen. Zusammen haben sie eine Auflage von rund 24 Millionen Exemplaren und eine Reichweite von 66,6 %. Diese vereinen unter ihrem Dach 1.509 redaktionelle Ausgaben. Neben den Printtiteln unterhalten die deutschen Zeitungen bereits 661 redaktionelle Online-Angebote, die von mehr als der Hälfte der deutschen Internetnutzer regelmäßig besucht werden.

Nach einer ZMG-Sonderauswertung der AGOF internet facts 2012-8 erreichen die Zeitungen mit ihren Online-Angeboten im Netz im durchschnittlichen Monat (Juni bis August 2012) 27,7 Mio. Unique User in Deutschland. Im Vorjahr waren es 25,5 Mio. Unique User. Die Portale der regionalen Abonnementzeitungen wurden dabei im Berichtsjahr von 20,2 Mio. Unique Usern regelmäßig besucht (Vorjahr: 18,2 Mio. Unique User). Damit liegt die Gattung der regionalen Abonnementzeitungen vor den überregionalen Zeitungen mit 15,9 Mio. und den Kaufzeitungen mit 14,3 Mio. Unique Usern.

Die Gesamtreichweite (Print und Online) der regionalen Abonnementzeitungen lag nach einer ZMG-Auswertung der Verbraucher-Analyse 2012 im Berichtsjahr bei 67,3 %. Das entspricht einer Steigerung von 26 % gegenüber dem Vorjahr (Gesamtreichweite 2011: 53,3 %). Auf Landesebene ist für die regionalen Abonnementzeitungen im Berichtsjahr eine Nettoreichweite für Print und Online von 72,5 % zu verzeichnen. Hier ist ein Zuwachs von 20 % gegenüber den Vorjahreswerten festzustellen (Gesamtreichweite 2011: 60,5 %).

Jeder der 54 VSZV-Mitgliedsverlage präsentiert sich allein oder im Verbund mit Partnerverlagen mit einem vielfältigen Onlineangebot im Internet. Darüber hinaus bieten fast alle VSZV-Mitgliedsverlage e-Paper-Ausgaben ihrer Printausgaben an, die vielfach noch diversifiziert nach den einzelnen Lokalausgaben herausgegeben werden. Lediglich fünf der Mitgliedsverlage verzichteten im Jahre 2012 noch auf entsprechende e-Paper-Ausgaben.

Die deutschen Zeitungen investieren so stark wie nie zuvor in ihr Digitalgeschäft und bieten mittlerweile gut 400 Apps für Smartphones und Tablet-PCs an; knapp zwei Drittel davon kostenpflichtig. So bieten mittlerweile mehr als 17 baden-württembergische Zeitungshäuser (darunter ein VSZV-Nichtmitgliedsverlag) Apps für Smartphones und Tablet-PCs zum Abruf ihrer Medieninhalte an und tragen damit dem sich verändernden Mediennutzungsverhalten ihrer Leser Rechnung.

Sieben der VSZV-Mitgliedsverlage, teilweise in ihren Partnerverbünden, sind dazu übergegangen, zusätzliche App-Anwendungen anzubieten. An dieser Stelle seien beispielhaft Anwendungen aufgezählt wie die Straußen-App der Badischen Zeitung oder die Lauf-, Wander- und Radfahr-Apps von Stuttgarter Zeitung, der Stuttgarter Nachrichten und des Schwarzwälder Boten mit ihren Partnerverlagen/Tochtergesellschaften.

Mehr als 60 % aller Applikationen sind zwar noch für Apple-Geräte programmiert, dennoch gewinnen andere Betriebssysteme - allen voran Android - immer mehr an Bedeutung.

Eines der bestimmenden Themen im digitalen Geschäftsfeld der Verlage dürfte im Berichtsjahr zweifellos das Thema „paid content“ bzw. „paywalls“ gewesen sein. Dieser Themenkomplex dürfte auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen.

Vor dem Hintergrund sinkender Printauflagen besteht die Hoffnung, dass sich die immer noch wachsenden Onlinereichweiten der Zeitungsmarken in Zukunft im Vertriebsmarkt monetarisieren lassen. Dabei ist klar ersichtlich, dass die Entwicklung der Branche in Zukunft maßgeblich davon beeinflusst wird, dass die wertigen Inhalte auch im Netz gewinnbringend vermarktet werden können. Denn hiervon wird die Sicherung eines Qualitätsjournalismus gerade auch in Internetangeboten auf lange Frist gesehen abhängen.

Jahresbericht_2012.indd 46 13.05.13 09:18

So dürfte es kein Zeitungshaus mehr geben, in dem diese Fragen nicht intensiv diskutiert werden und in dem nicht an der Etablierung von Bezahlmodellen gearbeitet wird.

Die überwiegende Anzahl von Verlagen verfolgt das „Freemium-Modell“, bei dem einige ausgewählte Artikel kostenlos zu lesen sind, andere sich dagegen hinter der „Bezahlschranke“ finden. Dabei kann unterschieden werden zwischen einem sog. „Metered Modell“ und „harten Bezahlschranken“. Bei letztgenannten handelt es sich um Websites, auf denen der Verlag aktiv entscheidet, welche Artikel kostenpflichtig sind und welche nicht. Demgegenüber steht die „Metered Modell“ Variante, bei der die User eine bestimmte Anzahl an Beiträgen im Monat frei lesen können, bevor sie sich registrieren bzw. bezahlen müssen.

Im Berichtsjahr 2012 hatte beispielsweise die Eßlinger Zeitung ein sog. „Metered Modell“ etabliert. Beim Anklicken des für die Bezahlschranke vorgesehenen Artikels erscheint der Hinweis, in welchem Umfang der ausgesuchte Artikel auf der Website kostenlos zugänglich ist. Registriert sich der Nutzer, so besteht die Möglichkeit, insgesamt 10 Artikel gratis abzurufen. Für den Abruf kostenpflichtiger Einzelartikel werden 0,30 Euro inkl. Mehrwertsteuer erhoben. Für den Abonnenten eines Printabos sind alle digitalen Formate inklusive, dieser surft somit auch gratis in den sonst als Bezahlinhalten ausgewiesenen Angeboten auf der Website.

Anfang des Jahres 2013 hat das Schwäbische Tagblatt in Tübingen ebenfalls eine sog. Paywall als „Metered Modell“ eingeführt.

Für einen anderen Weg, nämlich die Errichtung einer „harten Bezahlschranke“, hat sich die Kreiszeitung Böblinger Bote entschieden. Sämtliche Online-Artikel sind mit einem Symbol gekennzeichnet, die den Leser in einen Anmeldebereich auf der Website leiten. Der Nichtabonnent hat dann die Möglichkeit, gegen Entrichtung einer Monatsgebühr von 15 Euro (Online-Abonnement) sämtliche Artikel vollständig zu lesen, auszudrucken oder per Mail zu versenden, er erhält ebenfalls die Zeitung als e-Paper im pdf-Format. Der Abonnent der Printausgabe hat sich lediglich zu registrieren, für diesen fällt kein Entgelt für die genannten Online-Nutzungen an.

Auch die Nürtinger Zeitung hatte sich frühzeitig für den Aufbau einer „harten Bezahlschranke“ entschieden. Auf der Website ist nur ein Teil des Artikels abrufbar, der Leser wird darüber informiert, welchen Umfang des Artikels er frei zugänglich vorfindet und welchen Anteil er gegen Bezahlung noch dazu erhält. Daraufhin hat er die Möglichkeit, einen kostenpflichtigen Zugangspass zu erwerben, den es in Standard-Version (Zugriff auf alle Artikel für den gewählten Zeitraum) oder als Premium-Version (Zugriff zusätzlich noch auf die Themenseiten) gibt. Für beide Sparten gibt es jeweils einen Tagespass (1,20 Euro Standard/1,56 Euro Premium), den Wochenpass (7,20 Euro Standard/9,36 Euro Premium) und den Monatspass (für 25 Euro Standard/32,50 Euro Premium). Abonnenten der Nürtinger Zeitung (sowie ntz-Kunden) erhalten sowohl das e-Paper der gedruckten Zeitung als auch den automatischen vollumfänglichen Zugriff auf das Online-Angebot der Zeitung.

Zusätzlich wird angestrebt, die Attraktivität der bisher schon im elektronischen Vertriebskanal angebotenen Produkte noch attraktiver zu gestalten, indem dem Kunden beispielsweise exklusiver Zugang zu Zusatzprodukten ermöglicht wird oder weitere Produkte gegen Entgelt als Apps für Smartphones und Tabletcomputer angeboten werden.

Weiterhin bietet das Internet als elektronischer Vertriebskanal vielfältige Möglichkeiten, weitere Verlagsprodukte oder auch Vergünstigungen für Fremdprodukte oder Fremddienstleistungen zu vermitteln, die beispielsweise mit „Abocard/Kundenkartenmodellen“ vermarktet werden.

Jahresbericht_2012.indd 47 13.05.13 09:18

Etwa zwei Drittel aller VSZV-Mitgliedsverlage befassen sich mit der Integration von Bewegtbildangeboten in ihren Websiten, um dem Abwechslungsbedürfnis der Onlinenutzer entgegenzukommen.

Welche einzelnen Schritte die Mitgliedsverlage im Berichtsjahr im Zusammenhang mit ihren Online-Aktivitäten ergriffen haben, kann in dem Kapitel „Aus den Verlagen“ dieses Jahresberichts nachgelesen werden.

Ausschuss Digitale Medien

Der Ausschuss Digitale Medien des VSZV unter dem Vorsitz von Rainer Wiesner, Südkurier, befasst sich mit allen Fragen des Online-Geschäfts der VSZV-Mitgliedsunternehmen.

Der VSZV-Ausschuss Digitale Medien kam im Jahr 2012 am 29. Februar in Ludwigsburg, am 20. Juli in Konstanz und am 13. November in Pforzheim zusammen.

Unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden, Herrn Wiesner, wurden in der Sitzung am 29. Februar nach der Vorstellung des gastgebenden Verlages, der Ludwigsburger Kreiszeitung, und dessen Online-Aktivitäten durch Verleger Gerhard Ulmer, folgende Themen behandelt:

- Online-Sales-Strategien für regionale Zeitungshäuser: Das Produkt an den Kunden bringen (Referentin: Katja Riefler, RIsolutions, München)
- Mobile Strategie des Vorarlberger Medienhauses (Referent: Georg Burtscher, Geschäftsführer Marketing & Sales medienhaus.com GmbH, Schwarzach, Österreich)
- Google +: Zukunftsperspektiven für Verlage (Referent: Dirk von Gehlen, Redaktionell Verantwortlicher für jetzt.de, Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH, München)
- Die iPad-Lösung der Pforzheimer Zeitung (Referenten: Magnus Schlecht, Chefredakteur, Pforzheimer Zeitung; Werner Flachs, IT-Leiter, Pforzheimer Zeitung; Norbert Weckerle, Geschäftsführer Meyle+Müller+Co. KG, Pforzheim)

Am 20. Juli gestaltete sich die Tagesordnung wie folgt:

- Benchmarking Social Media (Referent: Thomas Löbel, Geschäftsführer, Schwäbische Zeitung Online Gesellschaft für Multimedia mbH & Co. KG)
- Benchmark Online-Medialeistung (Referent: Dirk Hellmann, Gesamtleitung Produktmanagement, OMS Online Marketing Service GmbH & Co. KG, Düsseldorf)
- Paid Content: Marktüberblick und Best Practice
  a. Marktüberblick (Referent: Alexander Jäger, Assistent der Geschäftsleitung, Südkurier Medienhaus)
  b. Best Practice: Axel Springer AG: Die Erfahrungen bei Hamburger Abendblatt/Berliner Morgenpost (Referent: Jochen Herrlich, General Manager Digital, Hamburger Abendblatt/Berliner Morgenpost)
- Automatische Content-Suche und -Aggregation (Referenten: Johannes Sommer, Leiter Marketing & Verkauf, Südwest Presse Online-Dienste GmbH; Alexander Siebert, Geschäftsführer, Retresco GmbH, Berlin)

In der letzten Sitzung des Berichtsjahres am 13. November in Pforzheim standen nach der Präsentation des gastgebenden Verlages, der Pforzheimer Zeitung, durch den Geschäftsführer Thomas Satinsky, folgende Themen auf der Tagesordnung:

- Best Practice der Verlage, Apps: Teil 1
  Vorstellung der Facebook-App „fb.pz-wohin.de“ der Pforzheimer Zeitung (Referenten: Prof. Dr. Christian Mosler, Hochschule für Technik, Stuttgart und Ralph Roßmanith, Geschäftsführer wohin GmbH)

Jahresbericht_2012.indd 48 13.05.13 09:18

- Best Practice der Verlage, Apps: Teil 2
  Vorstellung der App „Straußen 2012“ der Badischen Zeitung (Referent: Manfred Neufang, Badische Zeitung)
- Always „On“:
  Das Mediennutzungsverhalten junger Menschen und die Konsequenzen für digitale Verlagsangebote (Referent: Till Fischer, Geschäftsführer F&B Berlin)

Jahresbericht_2012.indd 49 13.05.13 09:18

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Mit insgesamt 60 Teilnehmern waren die acht in Stuttgart durchgeführten Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Vertrieb, Online, Personal und Recht, zufriedenstellend besucht. Bis auf ein Seminar konnten alle vom VSZV angebotenen Veranstaltungen dank der ausreichenden Anmeldezahlen auch abgehalten werden – teilweise mit hohem Zuspruch.

Insgesamt fanden im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) im Berichtsjahr erfreuliche 14 Seminare und Workshops in Stuttgart und München statt, an denen insgesamt 127 Personen teilnahmen, 68 davon aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 59 aus bayerischen Zeitungshäusern. Damit ist die baden-württembergische Seminarbeteiligung in diesem Berichtsjahr bedauerlicherweise deutlich gesunken (Vorjahr: 138 Personen).

Folgende Seminare wurden 2012 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Online-Basics für Medienverkäufer	3. Februar 2012	VBZV
Führungskommunikation Aufbaustufe	9. Februar 2012	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul I	2. + 3. März 2012	VBZV
Social Media - Praxischeck	9. März 2012	VBZV
Datenschutz im Unternehmen	4. April 2012	VSZV
Verkaufsorientierter Kunden- und Leserservice am Telefon	20. April 2012	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul II	27. + 28. April 2012	VBZV
Aktuelles Anzeigenrecht	9. Mai 2012	VSZV
Kompaktseminar erfolgreiche Onlinevermarktung	24. Mai 2012	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul III	22. + 23. Juni 2012	VBZV
Stärken des direkten und persönlichen Verkaufs	26. Oktober 2012	VSZV
Rechtsfragen Abo-Marketing	7. November 2012	VSZV
Aktuelles Anzeigenrecht	22. November 2012	VBZV
Lohnsteuerrecht aktuell 2013	28. November 2012	VSZV

Jahresbericht_2012.indd 50 13.05.13 09:18

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Teilnehmer VSZV	63	47	12	87	107	138	68
Teilnehmer VBZV	38	31	27	51	26	68	59
gesamt	101	78	39	138	133	206	127

2. Praxisseminar für junge Mediaplaner

Im Berichtsjahr wurde das vierzehnte baden-württembergische Praxisseminar „einfach Zeitung!“ für sich in der Ausbildung befindende Mediaplaner in Zusammenarbeit mit der Pforzheimer 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. Elf Mitarbeiterinnen und ein Mitarbeiter baden-württembergischer Mediaagenturen wurden am 13. und 14. September 2012 im PZ Forum der Pforzheimer Zeitung über die Werbequalitäten der Tageszeitung informiert und erhielten einen umfassenden Einblick in die aktuellste Planungstechnik. Zum Rahmenprogramm der Veranstaltung gehörte nicht nur ein Besuch der Schmuckwelten in Pforzheim, sondern auch ein vom Chefredakteur der Pforzheimer Zeitung, Herrn Magnus Schlecht, geführter Rundgang durch die Rotation der Pforzheimer Zeitung und ein exquisites Abendessen im Parkhotel Pforzheim.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote

Wie in den Vorjahren organisierte der VSZV zusammen mit dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband (SZV) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, Prüfungsvorbereitungsseminare für auszubildende Medienkaufleute Digital und Print. Im Jahr 2012 sanken die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare bedauerlicherweise um ein weiteres Mal. So haben an den Seminaren insgesamt 53 (2011: 65, TN 2010: 71, 2009: 70) Auszubildende mehrheitlich aus baden-württembergischen Verlagen teilgenommen, wovon 27 (im Vorjahr 34) aus Zeitungsverlagen, 14 (2011: 12) aus Zeitschriftenverlagen und 12 (2011: 19) aus Buchverlagen kamen. Für das Jahr 2013 zeichnet sich jedoch wieder eine positivere Tendenz ab: Schon für die ersten beiden Seminare erfolgten insgesamt 49 Anmeldungen, es ist davon auszugehen, dass sich diese positive Teilnehmerentwicklung das Jahr über noch fortsetzt.

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.

Neu: Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute

Ein Novum bildete im November 2012 das erstmalig angebotene Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute des zweiten und dritten Lehrjahres.

Jahresbericht_2012.indd 51 13.05.13 09:18

In dem zweitägigen Seminar wurde jungen Auszubildenden das verkäuferische Grundlagenwissen, die soziale Kompetenz in der Verkaufssituation sowie der erfolgreiche Umgang mit Kunden vermittelt. Das Angebot sollte eigene Schulungen der Verlage nicht ersetzen, sondern begleiten und ein Wissensgerüst schaffen, auf dem Auszubildende, die am Medienverkauf interessiert sind und dafür geeignet scheinen, aufbauen können. Das Seminar wurde gemeinsam mit dem bayerischen Schwesterverband VBZV den Mitgliedsverlagen angeboten und kam bei den 10 Teilnehmern hervorragend an.

Jahresbericht_2012.indd 52 13.05.13 09:18

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2012

Im Jahr 2012 wurden von der JBB 38 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr: 40). Dazu kamen sechs von der JBB organisierte Veranstaltungen für den vfm, den Verein für Medieninformation und -dokumentation (Vorjahr: fünf). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren, die vorwiegend in Stuttgart und Blaubeuren stattfanden, nahmen 446 Personen teil (Vorjahr: 453). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 44 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 598 Teilnehmern.

Ausgebucht waren im Jahr 2012 wieder die Grundlagen- und Aufbauseminare, wobei keine nennenswerte Warteliste entstand, die eine Aufstockung der Anzahl der Seminare notwendig machten. Ausgebucht waren ebenfalls wieder die Seminare „Kreatives Schreiben“, „Die Lust am Lesen wecken“ und „Interviewtechnik“, die sogar zwei Mal angeboten wurden. Ebenso die Seminare: „Redigieren“, „Praxis der Reportage“ und „Schreibcoaching“.

Abgesagt werden mussten die Seminare „Internetrecht für Medien“, „Mobile Videoproduktion für die Tageszeitung“, das Seminar „Schreiben für Kinder“, das Seminar „Aufnahme, Schnitt, Vertonung“ und das Seminar „Wie man für Twitter, Facebook und andere Social Media schreibt“. Ebenso das Seminar „Das Porträt“, obwohl man mit dem Schauspieler Walter Sittler einen sehr attraktiven und prominenten Partner zum porträtieren gefunden hatte.

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 2012 folgendes Bild: In 33 Verlagen, davon 31 Mitgliedsverlage und 2 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2011: 33 Verlage, 31 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage), wurden insgesamt 168 Volontäre ausgebildet (Vorjahr: 153 Volontäre), 96 Volontärinnen (57,1 %) und 72 Volontäre (42,9 %). Damit hat die Anzahl der Volontäre nochmals etwas zugenommen. Gleichzeitig gibt es wie in den Vorjahren wieder deutlich mehr Volontärinnen als Volontäre.

Die Anzahl der ausbildenden Verlage hat wieder zugenommen. Im Jahr 2009 waren es 40 Verlage in Baden-Württemberg (davon 38 Mitgliedsverlage), im Jahr 2010 genau 37 (davon 35 Mitgliedsverlage), die Volontäre ausbildeten. 2011 ist die Anzahl der ausbildenden Verlage auf 32 (davon 30 Mitgliedsverlage) zurückgegangen und hat nun wieder auf 33 (davon 31 Mitgliedsverlage) zugenommen.

Jahresbericht_2012.indd 53 13.05.13 09:18

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

	1983		1990		2001		2009		2011		2012	
VOLONTÄRE		%		%		%						%
insgesamt	**183**		**241**		**210**		**163**		**153**		**168**	
weiblich	**64**	35,0	**117**	48,6	**93**	44,3	**102**	62,6	**83**	54,2	**96**	57,1
männlich	**119**	65,0	**124**	51,5	**118**	56,2	**61**	37,4	**70**	45,8	**72**	42,9
VOLONTARIAT												
2-jährig	**151**	82,5	**198**	82,2	**176**	83,8	**156**	95,7	**149**	97,4	**162**	96,4
verkürzt	**32**	17,5	**43**	17,8	**24**	11,4	**7**	4,3	**4**	2,6	**6**	3,6
ABSCHLUSS												
Abitur	**94**	51,4	**73**	30,3	**56**	26,7	**15**	9,2	**13**	8,5	**12**	7,1
Fachhochschule	**8**	4,4	**10**	4,2	**11**	5,2	**6**	3,7	**5**	3,3	**6**	3,6
Universität *	**53**	29,0	**126**	52,3	**130**	61,9	**134**	82,2	**131**	85,6	**144**	85,7
Uni ohne Abschluss	**21**	11,5	**16**	6,6	**17**	8,1	**7**	4,3	**4**	2,6	**4**	2,4
Sonstige	**7**	3,8	**16**	6,6	**2**	1,0	**1**	0,6	**0**	0	**2**	1,2
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	**7**	3,8	**4**	1,7	**17**	8,1	**30**	18,4	**28**	18,3	**48**	28,6
REDAKTEURE					**1912**		**1849**		**1852**		**1913**	
Volontäre + Redakteure					**2122**		**2012**		**2005**		**2081**	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2012 genau 1.913 Redakteure beschäftigt wurden. Das sind im Vergleich zum Jahr 2011 (1.852) wieder 61 Redakteure mehr. Die Anzahl der Vollzeitstellen, auf die sich diese Redakteure verteilten, betrug 1.836 im Jahr 2012 gegenüber 1.766,3 im Jahr 2011.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss ist in etwa gleich geblieben. Der Anteil der Volontäre mit letztem Abschluss Abitur hat von 8,5 % auf 7,1 % abgenommen. Dem gegenüber hält sich der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 2,4 % auf gleichem Niveau wie in den Vorjahren. Signifikant zugenommen hat der Anteil der Volontäre mit Studienabschluss Kommunikationswissenschaften, nämlich von 28 (18,3 %) auf 48 (28,6 %).

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

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

Bei insgesamt 38 Seminaren und 98 Seminartagen (Vorjahr: 40 Seminare, 99 Seminartage) nahmen 446 Personen (Vorjahr: 453 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.527 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr: 1.444). Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 11,7 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 11,3).

Jahresbericht_2012.indd 54 13.05.13 09:18

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 13. September 2012 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt.

Bei der gemeinsamen Sitzung von Vorstand und Beirat wurden die Entwicklung der Volontärszahlen sowie der Ablauf der Seminararbeit erörtert und das Seminarprogramm 2013 besprochen.

Frau Dr. Bechtle-Kobarg rekapitulierte nochmals die traurigen Ereignisse des vergangenen Jahres. Den Tod von Werner Schwarzwälder am 8. Dezember 2011, der über lange Jahre als Vorstandssprecher und Referent der JBB in hohem Maße engagiert und auch an wichtigen Weichenstellungen der JBB beteiligt gewesen sei. Den Tod von Martin Hohnecker am 6. Mai 2012, der über 20 Jahre lang bei der JBB referierte und 15 Jahre lang im Beirat der JBB mitwirkte. Den Tod von Otto Wolfgang Bechtle am 25. Juli 2012, der als Vorsitzender des Verbands Südwestdeutscher Zeitungsverleger im Jahr 1976 zusammen mit Frank Distelbarth (der am 4. Oktober 2012 ebenfalls verstorben ist, Anmerkung der Redaktion) und Karl Geibel die AJB, die Vorgängerin der JBB, begründet hat.

Man erhob sich von den Plätzen und gedachte in Dankbarkeit und Anerkennung der Toten.

Frau Dr. Bechtle-Kobarg schlug vor, an Stelle von Herrn Dr. Loheide vom dpa-Büro Stuttgart seinen Nachfolger als dpa-Landesdienstleiter, Matthias Röder, in den Beirat zu berufen, der sich auch bereit erklärt hätte, dem Beirat beizutreten und bei den Grundlagenseminaren als Referent die Arbeit der Agenturen vorzustellen. Die Berufung erfolgte außerhalb des Berufungsturnus einstimmig, so dass Herr Röder schon zur nächsten JBB-Sitzung eingeladen werden kann. Bei der Benennung des Vorstands seitens des DJV hat sich der DJV für Hans-Dieter Weßbecher als Sprecher in der Nachfolge von Werner Schwarzwälder entschieden. Als weiteres nachfolgendes Mitglied für den DJV im Vorstand wurde Annika Wind vom Mannheimer Morgen benannt.

5. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

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

6. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

Hans-Dieter Weßbecher, Ludwigsburger Kreiszeitung (Sprecher)
Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten, Tauberbischofsheim
Kathrin Konyen, Südwest Presse, Ulm
Annika Wind, Mannheimer Morgen

7. JBB-Beirat

Jörg Bischoff, ehem. Südwest Presse, Ulm
Karl Geibel, ehem. Leonberger Kreiszeitung
Markus Langer, Badisches Tagblatt, Baden-Baden
Stefan Proetel, Mannheimer Morgen
Matthias Röder, dpa Stuttgart
Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
Klaus Siegmeier, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Susanne Stiefel, freie Journalistin
Hartmut Troebs, Reutlinger General-Anzeiger

Jahresbericht_2012.indd 55 13.05.13 09:18

8. Seminarprogramm 2013

Im Jahr 2013 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2012 genügend Interessenten gefunden haben. Hinzu kommt ein Seminar „Audio-Slideshow“, bei dem es um eine weitere Darstellungsform im Onlinejournalismus gehen wird, sowie ein Seminar zu den Bundestagswahlen im Herbst des Jahres 2013.

Das Seminarprogramm 2013 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt 43 Seminare sind geplant, außerdem acht Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

Jahresbericht_2012.indd 56 13.05.13 09:18

X. Journalistenpreise

European Newspaper Design Award

Die Ludwigsburger Kreiszeitung ist beim 14. European Newspaper Award mit drei Awards of Excellence prämiert worden.

Sie wurde in den Kategorien "Titelseite", "Illustration" und "Alternative Storytelling" ausgezeichnet.

Zwei der Awards erhielt sie für Seiten aus ihrer Europa-Sonderausgabe vom 22. September 2012.

Die Pforzheimer Zeitung wurde für ihre Sonderseite zum Valentinstag mit dem Titel „Liebe ist...“ prämiert. Zudem bekam sie eine Auszeichnung in der Kategorie „Typographie“. Hier werden Zeitungen prämiert, deren einheitliches Schriftbild und ganzheitliche Gestaltung beispielhaft sind.

Die Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung hat zum zweiten Mal in Folge einen European Newspaper Award of Excellence verliehen bekommen, und zwar in der Kategorie "Visualization". Ausgezeichnet wurde die grafische Umsetzung einer Geschichte der Sindelfinger Lokalausgabe über den Brettspiel-Klassiker Monopoly vom 15. Mai 2012.

Dreimal wurde der Südkurier für seine grafische Gestaltung gewürdigt. Mit zwei Preisen wurde eine Musikserie ausgezeichnet. Die Serie beleuchtete in acht aufwändig gestalteten Teilen die Welt der Instrumente, angereichert mit Geschichten aus der Region über Musiker, Instrumentenbauer und Musiklehrer. Hinzu kommt ein „Award of Excellence“ für eine Blickpunkt-Seite, die sich mit dem Phänomen beschäftigt, dass Kinder immer seltener schwimmen können.

Presse-Weltverband WAN-IFRA

Die Heilbronner Stimme erhielt vom Verband der Weltpresse WAN-IFRA im Rahmen des Internationalen Junge Leser Preises 2012 bereits zum zweiten Mal in Folge eine Auszeichnung. Damit würdigte der Verband die Kinderstimme-Aktion zur Auswahl ihres neuen Maskottchens.

Beim diesjährigen Wettbewerb des International Newspaper Color Quality Club (INCQC) konnte die Druckerei Konstanz die Mitgliedschaft im Druckerei-Qualitäts-Club für zwei Jahre gewinnen. Dazu wurden in den eingereichten Titeln Südkurier und Konstanzer Anzeiger über einen Zeitraum von drei Monaten Test-Elemente abgedruckt. Diese wurden nach strengen Kriterien und weltweit gültigen Normen von einer Fachjury ausgewertet. Insgesamt schafften 81 Verlags-und Druckunternehmen aus 29 Ländern den Einzug in den International Newspaper Color Quality Club von 2012 bis 2014. Ausgerichtet wird der Wettbewerb vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA).

Einen weiteren Qualitätsbeweis lieferte die Druckerei Konstanz im Jahr 2012 als einer der vier Finalisten des Wettbewerbs „Zeitungsdruckerei des Jahres“ bei den Druck&Medien-Awards sowie mit einem zweiten Platz beim Innovationspreis „Printstars 2012“.

Jahresbericht_2012.indd 57 13.05.13 09:18

XI. Aus den Verlagen

Badische Zeitung

Den Abonnenten des neuen Digital-Abos „BZ Digital Premium“ bietet die Badische Zeitung einen unbegrenzten Zugriff auf die vier wichtigsten redaktionellen Digitalprodukte der BZ:

Nunmehr ist die Badische Zeitung auch auf Apples iPad erhältlich. Die iPad-Ausgabe enthält sämtliche Inhalte der gedruckten BZ im Original-Layout. Die iPad-Ausgabe kann bereits am Vorabend ab 22 Uhr gelesen werden. Die Lektüre der iPad-Ausgabe ist auch ohne Internetverbindung möglich.

Die eZeitung hieß bisher E-Paper und bietet alle BZ-Inhalte im Original Layout der Tageszeitung. Im Gegensatz zur iPad-Ausgabe kann sie auf jedem PC, Notebook, Mac oder auf Tablets anderer Plattformen (zum Beispiel Android) gelesen werden - entweder als PDF oder webbasiert im Browser.

Das Mobilportal ist ein Nachrichtenportal der BZ, das speziell für moderne Smartphones wie das iPhone oder Android-Geräte optimiert worden ist. Es ist erreichbar über den Smartphone-Browser unter m.badische-zeitung.de. Im Vergleich zur klassischen BZ-Webseite (Desktop-Version) bietet das Mobilportal auf dem Smartphone eine schnelle Ladegeschwindigkeit und eine einfachere Navigation.

badische-zeitung.de, die Internetplattform der BZ, bietet Nachrichten aus Südbaden und der Welt, Fotos, Videos, Veranstaltungstermine, Tickets sowie einen großen Anzeigenmarkt (inklusive der Inhalte des Kleinanzeigenportals schnapp.de). Unbegrenzt genutzt werden kann diese sogenannte Desktop-Version von badische-zeitung.de ab Januar 2013 nur noch von zahlenden Abonnenten. Nicht-Abonennten können maximal 25 redaktionelle Artikel pro Monat kostenfrei lesen. Bei dem freien Kontingent redaktioneller Artikel wird nicht unterschieden, ob es sich um den Beitrag eines BZ-Redakteur handelt oder zum Beispiel einen Agenturartikel. Wie viele Artikel ein Nutzer bereits gelesen hat, wird über einen sogenannten Cookie gemessen. Weiterhin auch für alle Nutzer unbegrenzt verfügbar sind die Startseite von badische-zeitung.de sowie alle Übersichtsseiten, die Anzeigeninhalte (inklusive schnapp.de), der Veranstaltungskalender (mit Online-Ticketing), das Wetter, das Videoportal, die Fotogalerien und der Bereich Abo und Service.

„BZ Digital Premium“ ist das digitale Komplettpaket, mit dem Abonnenten die Badische Zeitung auf allen wichtigen Endgeräten nutzen können. Jederzeit und überall. Als Zugabe erhalten alle Abonnenten von „BZ Digital Premium“, die im Verbreitungsgebiet der Badischen Zeitung wohnen, auf Wunsch die gedruckte Samstagsausgabe der BZ ein Jahr lang kostenlos nach Hause geliefert. Wer die Badische Zeitung nicht im Layout der Zeitung lesen möchte, sondern nur online im Browser, kann das reduzierte Produktpaket „BZ Digital“ abonnieren, das unbegrenzten Zugang auf die klassische Webseite und das Mobilportal bietet. Abonnenten der gedruckten Zeitung erhalten „BZ Digital Premium“ und „BZ Digital“ zu jeweils stark vergünstigten Konditionen.

Eßlinger Zeitung

Am 8. Dezember erschien in der Eßlinger Zeitung eine Panorama-Sonderseite zum Thema Augmented Reality, auch kurz AR genannt. Die Eßlinger Zeitung demonstrierte die vielfältigen Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten von AR. Anzeigen und redaktionelle Bilder wurden mit AR-Inhalten hinterlegt, und waren über die kostenlose Augmented Reality App Junaio mit einem Smartphone oder Tablet-PC abrufbar.

Jahresbericht_2012.indd 58 13.05.13 09:18

Die Technik führt die Offline- und die Online-Welt auf einfache Art und Weise zusammen, eröffnet dadurch völlig neue Perspektiven und schafft für die Leser einen Mehrwert. Augmented Reality bietet damit neue Anstöße und Ideen im redaktionellen wie auch im werblichen Bereich. Weitere AR-Sonderseiten und Anwendungen in der Eßlinger Zeitung sind in Planung.

Fränkische Nachrichten

Das fnweb, die reichweitenstärkste Internetplattform der Region Odenwald-Tauber, ist nach einem umfangreichen Relaunch online gegangen. Der Internetauftritt des Zeitungstitels Fränkische Nachrichten wurde von einem Projektteam in fast zwölf Monaten umfangreich erneuert.

Haller Tagblatt

Ein Grundsatzstreit um das Recht der Presse, bei Polizeieinsätzen in Wort und Bild zu berichten, stand am 28. März in Leipzig zur Verhandlung beim Bundesverwaltungsgericht an. Hintergrund war ein Aufsehen erregender Einsatz eines Sondereinsatzkommandos der Landespolizei Baden-Württemberg in einer Fußgängerzone in Schwäbisch Hall, bei dem der SEK-Einsatzleiter einem Fotografen des Haller Tagblatts die Anfertigung von Bildern unter Androhung der Beschlagnahme der Kamera untersagt hatte.

Das vom Verlag des Haller Tagblatts verklagte Land Baden-Württemberg vertrat den Standpunkt, das Persönlichkeitsrecht der SEK-Beamten und deren Schutzanspruch stehe vor dem Anspruch der Presse, über Einsätze, die sich in der Öffentlichkeit abspielen, Fotos anzufertigen und zu veröffentlichen. Der Verlag sah darin eine Verletzung der Pressefreiheit.

Die grundsätzliche Bedeutung des Falles wird auch dadurch unterstrichen, dass der Bund dem Verfahren auf der Seite des Landes Baden-Württemberg beigetreten ist.

Der Fall war bereits durch zwei Instanzen gegangen. In der ersten gab das Verwaltungsgericht Stuttgart dem Land Recht. In der zweiten gab der Verwaltungsgerichtshof in Mannheim als oberste Instanz des Landes dem Recht der Presse gegenüber der Haltung des Landes den Vorrang; er erklärte: „Es wird festgestellt, dass die Untersagung von Bildaufnahmen rechtswidrig war.“ Das wollte das Land nicht hinnehmen und erhob Beschwerde beim Bundesverwaltungsgericht.

Polizisten dürfen Pressefotografen nicht an der Ausübung ihrer Arbeit hindern. Ein Fotografierverbot von Beamten eines Spezialeinsatzkommandos (SEK) ist rechtswidrig. Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat am 28. März 2012 mit diesem Urteil eine Revision des Landes Baden-Württemberg nach einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs (VGH) in Mannheim zurückgewiesen. Dem Spruch der höchsten deutschen Verwaltungsrichter wird grundsätzliche Bedeutung für die Arbeit der Medien beigemessen.

Dr. Marcus Haas (45) ist mit sofortiger Wirkung Chefredakteur Schwäbisch Hall des Haller Tagblatts, das im Zeitungsverlag Schwäbisch Hall GmbH erscheint und zur Partnergruppe der Südwest Presse gehört

Am 1. Oktober übernahm die Neue Presse Gesellschaft, der Verlag der Südwest Presse Ulm, den Zeitungsverlag Schwäbisch Hall, in dem das Haller Tagblatt (Auflage 17.000), das Wochenblatt KreisKurier (Auflage 68.000) und – in einer Tochtergesellschaft – das Monatsmagazin hohenlohe trends (Auflage 22.500) erscheinen. Der bisherige Verleger und Verlagseigentümer Claus Detjen bleibt dem Zeitungsverlag Schwäbisch Hall als Herausgeber des Haller Tagblatts und Mitglied des Redaktionsbeirats der Südwest Presse verbunden.

Jahresbericht_2012.indd 59 13.05.13 09:18

Die Fusion, die Detjen seit langem anstrebte, wurde durch ein Urteil des Bundesgerichtshofs möglich. Das Haller Tagblatt gehört seit mehr als 40 Jahren zur Partnergruppe der Südwest Presse.

Heidenheimer Zeitung, Heidenheimer Neue Presse

Der Verlag der Heidenheimer Zeitung hat eine Doppelspitze: Zum 1. Oktober hat Martin Wilhelm seine Tätigkeit als Geschäftsführer des Pressehauses aufgenommen. Der 34-jährige studierte BWLer und gelernte Redakteur arbeitete bisher unter anderem bei der „Badischen Zeitung“ in Freiburg und bei der „Süddeutschen Zeitung“ in München. Zuletzt war Wilhelm als Assistent der Geschäftsführung bei der „Mittelbayerischen Zeitung“ in Regensburg tätig.

Schon seit einigen Jahren hatte Martin Wilhelm Projekte des Pressehauses begleitet und geleitet. Nun wird er sich die Geschäftsführung für sechs Monate mit seinem Vater Hans-Jörg Wilhelm teilen, ehe sich dieser zum 1. April 2013 aus dem operativen Geschäft zurückziehen wird.

Heilbronner Stimme

Ab 2012 erscheint ein neues Trendmagazin für den Stadt- und Landkreis Heilbronn. Das Konzept von TRENDYone stammt aus Augsburg, wo sich das Magazin seit fünf Jahren erfolgreich am Markt behauptet, und richtet sich an junge und jung gebliebene Leser, die offen sind für Neues. Das monatlich erscheinende Magazin mit hochwertiger Aufmachung ist an über 500 ausgewählten Auslagestellen im Stadt- und Landkreis Heilbronn erhältlich.

Zum 60. Geburtstag Baden-Württembergs würdigten Heilbronner Stimme und Mannheimer Morgen das Land und die Menschen in einer 16-seitigen Sonderbeilage, die am Mittwoch, 25. April, erschienen ist.

Als eine von wenigen Tageszeitungen in Deutschland haben Verlag, Redaktion und Anzeigenabteilung am 2. Mai erstmals ein komplettes 3D-Druckprodukt hergestellt. Auf zwölf Seiten konnten die Leser redaktionelle Bilder und Anzeigen mit Hilfe einer 3D-Brille betrachten und ein besonderes optisches Erlebnis genießen.

Die Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme bieten einen neuen, crossmedialen Service. An ausgewählten Texten befindet sich künftig ein QR-Code. Mittels dieses Codes kann ein zum Text gehöriges Video direkt abgerufen werden. Was der Nutzer dazu benötigt: ein iPhone sowie die kostenfreie STIMME.tv-App.

Wer sich die STIMME.tv-App auf sein iPhone geladen hat, muss nur den integrierten QR-Codesscanner nutzen und die integrierte Kamera des iPhones nach Starten des Scanners in einem Abstand von fünf bis zehn Zentimetern auf den QR-Code ausrichten. Das Video startet automatisch. Bislang gibt es diesen Service für die Nutzung über ein iPhone. Das soll sich aber ändern. Geplant ist, dass dieser Service in Zukunft auch für andere Smartphones mit dem Android-Betriebssystem zur Verfügung steht.

Zum Abschluss des erfolgreichen Projekts Zeitung im Kindergarten (Ziki) hat das Medienunternehmen Heilbronner Stimme ein neues Eltern-Kind-Magazin auf den Markt gebracht. Zu haben ist es in allen Kindergärten im Verbreitungsgebiet der Tageszeitung. In der ersten, 20 Seiten starken Ausgabe, gibt es unter anderem einen Rückblick auf das Ziki-Projekt. Eltern finden in dem Heft außerdem eine Vorlesegeschichte, Rezept- und Reisetipps, ein Gewinnspiel und weitere interessante Themen. Für die Kinder enthält die Erstausgabe Bastel-, Mal- und Rätselseiten. In einer Auflage von 10.000 Exemplaren wird das Ziki-Magazin ab 2013 sechsmal im Jahr erscheinen.

Jahresbericht_2012.indd 60 13.05.13 09:18

Ludwigsburger Kreiszeitung

Die neue Webseite der Ludwigsburger Kreiszeitung ist seit dem 16. April 2012 nach umfangreichem Relaunch für die Nutzer abrufbar. Die Seite wurde in Bezug auf Gestaltung, Menüführung und Struktur komplett überarbeitet, aber auch bei den Inhalten hat sich viel getan: Übersichtlicher, nutzerfreundlicher und moderner werden Nachrichten und Lesenswertes präsentiert.

Die Ludwigsburger Kreiszeitung mit Regionalausgabe Neckar- und Enzbote, erscheint im neuen Layout. In Zusammenarbeit mit der Schweizer Zeitungsdesignerin Katja Hösli wurde die Zeitung inhaltlich und optisch überarbeitet. Damit schließt sich die Neugestaltung der Zeitung unmittelbar an den am 16. April 2012 frei geschalteten neuen Internet-Auftritt www.lkz.de an.

Anlässlich des 50. Jahrestags der Rede Charles de Gaulles an die deutsche Jugend in Ludwigsburg veröffentlichte die Ludwigsburger Kreiszeitung am 22. September eine aufwändig gestaltete und profund recherchierte Sonderausgabe. Unter dem Titel „Wir sind Europa" findet sich auf 48 Seiten jeweils ein Europa-Schwerpunkt: Wissenswertes zur EU, Einschätzungen von Bürgern und Prominenten, Auswirkungen des Staatenbundes auf den Alltag, politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Zusammenhänge, Analysen, Porträts und Erklärgrafiken.

Mannheimer Morgen

Das morgenweb, die mit 1 Mio. Visits und 7 Mio. Page Impressions reichweitenstärkste Internetplattform für die Metropolregion Rhein Neckar der Mediengruppe Dr. Haas in Mannheim, ist nach einem umfangreichen Relaunch am 6. März online gegangen.

Der Internetauftritt für die Zeitungstitel Mannheimer Morgen, Südhessen Morgen, Bergsträßer Anzeiger, Schwetzinger Zeitung und Hockenheimer Tageszeitung sowie Fränkische Nachrichten (fnweb) wurde von einem 25-köpfigen Projektteam in fast 12 Monaten umfangreich erneuert.

Pforzheimer Zeitung

Die Pforzheimer Zeitung hat ein neues Resthaushaltsprodukt „Pforzheimer Woche“ gestartet. Die „Pforzheimer Woche“ umfasst in erster Linie die Rubrikenmärkte Stellen, Immobilien oder Automobil. Hinzu kommen die Themen Geselligkeit, Freizeit oder etwa „zu verschenken“. Nahezu alle Haushalte im Verbreitungsgebiet der Pforzheimer Zeitung können so beim Schalten einer einzigen Anzeige erreicht werden – mit einer Gesamtauflage von 160.000 Zeitungen in der Kombination Pforzheimer Woche und Pforzheimer Zeitung ist so der größte Kleinanzeigenmarkt der Region Pforzheim und Enzkreis entstanden. Dazu kommt noch die Veröffentlichung der Kleinanzeigen im Anzeigenblatt PZ-Extra am darauf folgenden Mittwoch – mit noch einmal 122 000 Exemplaren.

Das Magazin „WirtschaftsKraft“ hat die Pforzheimer Zeitung bereits auf den Markt gebracht. Mit dem Produkt wird der Wirtschaftsstandort von Freudenstadt über Calw und Pforzheim bis Mühlacker in gedruckter und digitaler Form dargestellt. Partner bei dem Projekt war die IHK Nordschwarzwald. Das 100-seitige Produkt aus dem PZ-Medienhaus soll Einblick in die Leistungsfähigkeit der regionalen Wirtschaft geben. Das Magazin gibt es auch als PDF-Ausgabe zum Lesen am Computer.

Jahresbericht_2012.indd 61 13.05.13 09:18

Die Pforzheimer Zeitung hat ihre Aktivitäten im Digital-Bereich erheblich ausgebaut. Mit einer neuen App erweitert sie ihr Angebot und bedient damit nicht nur wie bisher iPhone und iPad, sondern auch alle androiden Smartphones und Tablets. Gleichzeitig wurde die mobile Internetseite mobil.pz-news.de runderneuert und mit noch mehr Funktionalitäten und Bedienkomfort ausgestattet.

Die sogenannte Universal-App, deren Download kostenlos ist, vereint die Internetplattform PZ-news und die mit Videos und Bildergalerien multimedial aufbereitete Printausgabe. Je nach Betriebssystem und mobilem Endgerät wird die App deviceoptimiert ausgespielt. Zusätzlich zu den redaktionellen Inhalten von PZ und PZ-news ist in der Applikation auch der vollständige Veranstaltungskalender der Pforzheimer Zeitung und ein Ticketing integriert.

Reutlinger General-Anzeiger

Der Vorsitzende des Verbands Südwestdeutscher Zeitungsverleger (VSZV), Valdo Lehari jr., ist am 28. April 2012 von Ministerpräsident Winfried Kretschmann mit dem Verdienstorden des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet worden. Bei dem feierlichen Festakt im traditionsreichen Ordenssaal in Schloss Ludwigsburg würdigte Kretschmann die Verdienste des Verlegers des Reutlinger General-Anzeiger für die Zeitungs- und Medienbranche im Land und darüber hinaus.

Auch mit seinem Verlagshaus habe Lehari neben seinem äußerst erfolgreichen publizistischen und unternehmerischen Wirken „ein vorbildhaftes Zeichen“ für soziales und gesellschaftliches Engagement gesetzt, sagte der Ministerpräsident in seiner Laudatio.

Mit seinem Engagement als langjähriger VSZV-Vorsitzender (seit 2001) sowie als derzeitiger Vizepräsident und früherer Präsident des Europäischen Verlegerverbandes ENPA und als Pionier des privaten Rundfunks im Südwesten habe sich Lehari weit über die Grenzen des Bundeslandes hinaus Verdienste erworben.

Lehari ist Vorsitzender des Verbandes Privater Rundfunkanbieter (VPRA), Mitglied im Erweiterten Präsidium des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Mitglied im Aufsichtsrat der Deutschen Presse-Agentur und schon seit vielen Jahren ehrenamtlich in diversen Ausschüssen auf Bundes-, Landes- und regionaler Ebene tätig.

Schwäbische Post und Gmünder Tagespost

Die Gmünder Tagespost gratulierte der Stadt Schwäbisch Gmünd zur 850-Jahr-Feier mit einer 48seitigen 3-D-Jubiläumsbeilage. Den rund 50.000 Exemplaren lag eine Brille bei, mit der es möglich ist, redaktionelle Fotographien und Anzeigen in dreidimensionaler Darstellung zu betrachten.

Schwäbisches Tagblatt

Seit 1. Juni 2012 ist die Position des Verlagsleiters mit Dr. Gerd Waldenmaier besetzt. Der promovierte Jurist ist gebürtiger Schwenninger und kam über die Stationen Deutsche Bank sowie einer Stuttgarter Wirtschaftskanzlei in die Verlagsbranche. Bevor er jetzt zum Verlag Schwäbisches Tagblatt wechselte, war er über 21 Jahre in der Verlagsgruppe Ippen in München tätig. Der 54-jährige Gerd Waldenmaier bildet mit Geschäftsführer Alexander Frate eine Doppelspitze in der Nachfolge von Jörg Röver.

Jahresbericht_2012.indd 62 13.05.13 09:18

Schwäbische Zeitung

Schwäbisch Media baute in Zusammenarbeit mit Aalen City Aktiv sein Südfinder-Angebot weiter aus und hat als jüngstes Produkt den Cityguide Aalen ins Rennen geschickt. Wer die Website www.cityguide-aalen.de auf seinem mobilen Endgerät öffnet, bekommt die Anwendung automatisch als App angezeigt und kann diese auch abspeichern. Der neue Cityguide zeigt den Bürgern der Stadt in den Kategorien Einkaufen, Gastronomie, Gesundheit, Freizeit, Service und Dienstleistungen das nächstgelegene Ziel mit Kontaktdaten an. Der Nutzer erfährt zudem via Google-Einbindung, wie er am schnellsten dort hingelangt oder kann direkt anrufen. Grüne, orange und rote Markierungen zeigen, ob das Geschäft geöffnet hat, gleich schließt oder zu hat.

Bei der bundesweit einzigartigen Kooperation „Kinder übernehmen die Schwäbische“ des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen Unicef und der Schwäbischen Zeitung haben mehre Schüler am 19. November die Mantelredaktion der Schwäbischen Zeitung geentert. Einen Tag lang gestalteten 14- bis 16-Jährige jede einzelne Seite im überregionalen Teil – von der Titelseite über die Seite drei, die Wirtschaft, die Kultur bis hin zum Sport. Sie waren für die Themenauswahl, die Recherche und die Aufbereitung der Inhalte zuständig, die Redaktion stand dabei mit Rat und Tat zur Seite.

Sindelfinger Zeitung

Die Redaktion der drehscheibe hat sich wieder angesehen, welche deutschen Tageszeitungen eine Facebook-Seite haben und wie viele Fans sie bereits versammeln konnten. Für das Ranking interessierten dann besonders das Verhältnis von Fans und Auflage. Und hier konnte die Sindelfinger/Böblinger Zeitung mit einem Wert von 25,6 % erneut den Sieg erringen. Sie steigerte sich sogar noch einmal um mehr als vier Prozent seit dem letzten Ranking im September 2011. Die Oldenburgische Volkszeitung und die taz konnten die Junge Welt und Bild von den Plätzen zwei und drei verdrängen.

Stuttgarter Zeitung / Zeitungsgruppe Stuttgart

Die Stuttgarter Wochenende GmbH hat ihr neues Anzeigenblatt Stuttgarter Wochenende gestartet. Wie auch das Stuttgarter Wochenblatt aus derselben Unternehmensgruppe, das bereits seit 57 Jahren Mitte der Woche erscheint, zeichnet sich das neue samstägliche Anzeigenblatt durch einen starken lokalen und regionalen Bezug aus. Mit einer modernen Optik und redaktionellen Beiträgen aus den Bereichen Lifestyle, Mode, Multimedia, Freizeit und Sport spricht das Stuttgarter Wochenende eine breite Zielgruppe an. Fünf Lokalausgaben – Entlang des Neckars, City-Ausgabe, Nordkurve, Südkurve und eine Filderausgabe – garantieren aktuelle, umfassende und auf den Leser und sein Umfeld zugeschnittene sublokale Information.

Das Stuttgarter Wochenende erscheint in einer Auflage von über 350.000 Exemplaren in Stuttgart, Gerlingen und den Fildergemeinden Leinfelden-Echterdingen, Filderstadt, Ostfildern und Neuhausen.

Südwest Presse

Nach dem Relaunch präsentiert sich www.swp.de im neuen Layout, mit noch mehr Informationen und jeder Menge Service. Die Südwest Presse Online-Dienste GmbH hat das Online-Nachrichtenportal der Südwest Presse umfassend überarbeitet und informiert damit jetzt noch besser über das Geschehen in den Regionen Ulm/Neu-Ulm, Ehingen, Göppingen/Geislingen, Münsingen, Metzingen, Hechingen, Reutlingen, Crailsheim, Gaildorf, Heidenheim und Bad Mergentheim.

Jahresbericht_2012.indd 63 13.05.13 09:18

Südkurier

Neun Monate nach dem Projektstart zum Relaunch des Online-Portals Südkurier Online präsentiert das Südkurier Medienhaus in Konstanz das neue Produkt. Im Fokus stehen deutliche Verbesserungen für die Leser und eine erhöhte Attraktivität für den lokalen Werbemarkt.

Erreicht wird dieser Anspruch durch neue „Live“-Formate, eine neue Navigationsstruktur, eine personalisierte Startseite, stark aufgewertete lokale und regionale Eingangsseiten sowie eine tiefe Integration von Social-Media-Elementen und Dialog-Formaten.

Jahresbericht_2012.indd 64 13.05.13 09:18

XII. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2012

VSZV

Vorstand

Valdo Lehari jr.	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 († 25.07.2012)	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 jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Otto Wolfgang Bechtle († 25.07.2012)	Eßlinger Zeitung	
Frank Distelbarth († 04.10.2012)	Heilbronner Stimme	
Eberhard Ebner	Südwest Presse	
Konrad A. Theiss	Aalen	

Jahresbericht_2012.indd 65 13.05.13 09:18

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
Peter Bender	Schwäbische Zeitung	
Sabine Brodbeck	Eßlinger 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
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	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	

Jahresbericht_2012.indd 66 13.05.13 09:18

Ausschuss Digitale Medien

Rainer Wiesner	Südkurier	Vorsitzender
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	
Jonas Bleeser	Schwäbisches Tagblatt	
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Peter Dieth	Südwest Presse	
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme	
Werner Flachs	Pforzheimer Zeitung	
Matthias Kiechle	Südkurier	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
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	
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	

Jahresbericht_2012.indd 67 13.05.13 09:18

Arbeitsgruppe Facebook-Benchmarking

Florian Budnik	Stuttgarter Zeitung
Tobias Dambacher	Schwäbische Post
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme
Petra Fecht	Ludwigsburger Kreiszeitung
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung
Martin Jungfer	Südkurier
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung
Thomas Kurtz	Pforzheimer Zeitung
Clara Mathes	Heilbronner Stimme
Anne-Kathrin Schneider	Zeitungsverlag Waiblingen
Timo Wöhrle	Südwest Presse
Steffen Wolf	Südwest Presse
Thomas Löbel	Schwäbische Zeitung
Ines Freitäger	VSZV

Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Wolfgang Altmann	Pforzheimer Zeitung
Marcus Baumann	Stuttgarter Zeitung
Kornelije Casni	Kreiszeitung Böblinger Bote
Thomas Frey	Ludwigsburger Kreiszeitung
Bettina Holzwarth	Geislinger Zeitung
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen
Bernd Köhle	Der Teckbote
Tobias Lehmann	Südwest Presse
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote
Dietmar Merz	Hohenzollerische Zeitung
Sandra Pfau	Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung
Aiste Philipp	Heilbronner Stimme
Carina Preiß	Heidenheimer Zeitung
Falko Pütz	Schwäbische Post
Nicole Riegg	Heidenheimer Zeitung
Alexander Rist	Reutlinger Genaral-Anzeiger
Wolfgang Schlösser	Weinheimer Nachrichten
Lisa Sporys	Ludwigsburger Kreiszeitung
Silke Thiele	Hohenloher Tagblatt
Adam Tillmann	Nürtinger Zeitung
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung
Stephan Bourauel	VSZV
Ines Freitäger	VSZV

Jahresbericht_2012.indd 68 13.05.13 09:18

BDZV

Präsidium

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

Erweitertes Präsidium

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Delegierte

Valdo Lehari jr.	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

Jahresbericht_2012.indd 69 13.05.13 09:18

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 jr.	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

Jahresbericht_2012.indd 70 13.05.13 09:18

Arbeitsgruppe Elektronisches Publizieren/Multimedia

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Manfred Neufang	Badische Zeitung
Matthias Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

Medienpolitischer Arbeitskreis

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

Arbeitsgruppe Recht

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

Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit

Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Joachim Dorfs	Stuttgarter Zeitung

Arbeitsgruppe Medienkaufmännische Aus- und Weiterbildung

Ralf Wetzel	VSZV

Arbeitsgruppe Steuern

Matthias Bikowski	Südwest Presse
Reinhard Cap	Südwest Presse
Harald Gärtner	Heilbronner Stimme

Jahresbericht_2012.indd 71 13.05.13 09:18

Arbeitsgruppe Papier

Johannes Degen	Stuttgarter Zeitung

Andere Gremien

ENPA - European Newspaper Publishers' Association

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vize-Präsident

WAN-IFRA - World Association of Newspapers and News Publishers

Vorstand

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger

Deutsche UNESCO-Kommission

Dr. Brigitte Weyl	Universitätsverlag Konstanz	Ehrenmitglied

dpa Deutsche Presse Agentur GmbH

Aufsichtsrat

Otto Wolfgang Bechtle († 25.07.2012)	Eßlinger Zeitung	Ehrenvorsitzender
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse	

Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V.

Vorstand und Aufsichtsrat

Dr. Wolfgang Röhm	Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung

Jahresbericht_2012.indd 72 13.05.13 09:18

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

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

Journalistenpreis der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis

Jury

Christoph Irion	Reutlinger General-Anzeiger

Jahresbericht_2012.indd 73 13.05.13 09:18

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)

Medienrat

Stephan Bourauel	für VSZV und SZV	Vorstandsmitglied

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

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer Zeitung

Technische Kommission Verbreitungsanalyse

Hans-Jörg Wilhelm	Heidenheimer 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“

Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „ZeitungKreativ“

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Ralph Strickler	Badische Zeitung

Projektgruppe „Online-Vermarktung“

Martin Küfner	Heilbronner Stimme

Jahresbericht_2012.indd 74 13.05.13 09:18

XIII. Wir betrauern

Otto Wolfgang Bechtle
ehemals Verleger der Eßlinger Zeitung und
Ehrenvorsitzender des VSZV
verstorben am 25. Juli 2012
im Alter von 94 Jahren

Frank Distelbarth
ehemals Verleger der Heilbronner Stimme und
Ehrenmitglied des VSZV
verstorben am 4. Oktober 2012
im Alter von 84 Jahren

Walter Klaiber
ehemals Verleger der Welzheimer Zeitung
verstorben am 12. Oktober 2012
im Alter von 88 Jahren

Karl Rudolf Schäfer
Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Journalistische
Berufsbildung
verstorben am 6. März 2012
im Alter von 88 Jahren

Dr. Erwin Stemmle
ehemals Verleger der Schwetzinger Zeitung und
langjähriges Vorstandsmitglied des VSZV
verstorben am 16. September 2012
im Alter von 82 Jahren

Jahresbericht_2012.indd 75 13.05.13 09:18

XIV. Wir gratulierten

Geburtstage

80 Jahre
Rainer Schöllkopf
Herausgeber des Gäuboten, Herrenberg
am 9. Februar 2012

75 Jahre
Heiner Weidle
Verleger des Zollern-Alb-Kurier, Albstadt
am 27. Mai 2012

70 Jahre
Albert Esslinger-Kiefer
Verleger der Pforzheimer Zeitung
am 3. September 2012

65 Jahre
Jürgen Dannenmann
ehemals Geschäftsführer der Stuttgarter Zeitung und
persönliches Mitglied im VSZV
am 1. September 2012

Jubiläen

175 Jahre
Schwäbische Post, Aalen

125 Jahre
Eberbacher Zeitung

50 Jahre
Heidenheimer Neue Presse

Jahresbericht_2012.indd 76 13.05.13 09:18

Auszeichnungen

Valdo Lehari jr.
Verleger des Reutlinger General-Anzeiger,
Vorsitzender des VSZV sowie Vize-Präsident der ENPA
zur Auszeichnung mit dem Verdienstorden des Landes
Baden-Württemberg
am 28. April 2012

Jahresbericht_2012.indd 77 13.05.13 09:18

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2012

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2012	IV/2011
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	171.627	(172.070)
Badische Zeitung	Freiburg	144.149	(145.563)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	136.541	(137.974)
Südkurier	Konstanz	128.553	(128.850)
Südwest Presse	Ulm/Donau	125.033	(126.504)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	96.747	(98.335)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	87.952	(89.156)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	87.442	(89.732)
Mannheimer Morgen	Mannheim	78.089	(81.065)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	60.728	(61.735)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	42.241	(42.780)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	41.519	(42.297)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	40.006	(40.282)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	38.158	(38.859)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	37.720	(37.736)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	34.141	(34.094)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	33.757	(34.256)
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	26.499	(27.079)
Schwäbische Post	Aalen	24.702	(24.957)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	22.089	(22.602)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	20.873	(21.253)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	19.747	(19.870)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	18.505	(19.008)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	17.228	(17.247)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.722	(16.756)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	16.248	(16.440)
Die Oberbadische	Lörrach	16.135	(16.568)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	15.076	(15.261)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	14.230	(14.640)
Geislinger Zeitung	Geislingen	12.302	(12.660)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	12.093	(12.313)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	11.974	(12.127)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	11.935	(12.233)
Gäubote	Herrenberg	11.551	(11.775)
Übertrag:		1.672.312	(1.694.077)

Jahresbericht_2012.indd 78 13.05.13 09:18

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2012	IV/2011
Übertrag:		1.672.312	(1.694.077)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	9.968	(10.020)
Lahrer Zeitung	Lahr	9.532	(9.871)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	9.348	(9.283)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	7.747	(7.782)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.674	(7.748)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	7.173	(7.302)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	6.281	(6.474)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	3.273	(3.346)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.452	(2.516)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.362	(2.420)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Auflagenhöhe Mitglieder:		**1.740.422**	**(1.763.139)**
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	130.825	(128.494)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	38.955	(39.841)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	12.487	(12.953)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		**182.267**	**(181.288)**
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		**1.922.689**	**(1.944.427)**

Jahresbericht_2012.indd 79 13.05.13 09:18

Mitgliederstand

	Mitgliedsverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2011	50 *	1.763.139
am 31.12.2012	50 *	1.740.422

* davon 5 Verlage über Südwest Presse

Ehrenvorsitzende: Otto Wolfgang Bechtle ✞25.7.2012, Konrad A. Theiss

Ehrenmitglied des VSZV: Frank Distelbarth ✞4.10.2012

Persönliche Mitglieder: Jürgen Dannenmann, Helmut Eckoldt, Dr. Erwin Stemmle ✞16.9.2012, Gregor Stemmle, Dr. Brigitte Weyl

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2012

(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 %
2012	1.922.689	./.	21.738	=	./.	1,11 %

Jahresbericht_2012.indd 80 13.05.13 09:18

Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2012 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage IV/2012	IV/2011
bis 5.000	4	(4)	10.387	(10.582)
5.001 bis 10.000	7	(6)	57.723	(48.460)
10.001 bis 25.000	17	(18)	273.897	(288.683)
25.001 bis 50.000	9	(9)	332.996	(337.224)
50.001 bis 125.000	5	(5)	410.958	(420.023)
über 125.000	6	(6)	836.728	(839.455)
	48	(48)	1.922.689	(1.944.427)

In der Gruppe "bis 5.000" erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2011

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2012

Publizistische Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

		verk. Auflage IVW IV/2012
1	Schwäbische Zeitung, Leutkirch	171.627
2	Badische Zeitung, Freiburg	144.149
3	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart	136.541
4	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe	130.825
5	Heilbronner Stimme, Heilbronn	87.952
6	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg	87.442
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen	40.006
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg	38.158
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim	37.720
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden	34.141

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	340.505
12	Südwest Presse, Ulm	+ 19	327.827
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4 *	141.527
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	128.553
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	124.714
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	51.442
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	43.105

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Jahresbericht_2012.indd 81 13.05.13 09:18

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Leutkirch Auflage IV/2012: 171.627

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/2012: 144.149

Ausgabe Bonndorf
Ausgabe Freiburg/Denzlingen
Ausgabe Freiburg/Gundelfingen
Ausgabe Breisgau/Kaiserstuhl
Ausgabe Freiburg/Dreisamtal
Ausgabe Freiburg/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/2012: 136.541

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

4. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe Auflage IV/2012: 130.825

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. Heilbronner Stimme, Heilbronn Auflage IV/2012: 87.952

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

6. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg Auflage IV/2012: 87.442

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

Jahresbericht_2012.indd 82 13.05.13 09:18

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen Auflage IV/2012: 40.006

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

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg Auflage IV/2012: 38.158

Ludwigsburger Kreiszeitung	Neckar- und Enzbote

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim Auflage IV/2012: 37.720

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden Auflage IV/2012: 34.141

Ausgabe Baden-Baden	Ausgabe Rastatt
Ausgabe Bühl	Ausgabe Murgtal

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11. Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart Gesamt-Auflage IV/2012: 218.091

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 122.414
340.505

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

Jahresbericht_2012.indd 83 13.05.13 09:18

12.	**Südwest Presse, Ulm/Donau**	Gesamt-Auflage IV/2012: 327.827

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/2012: 141.527

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

Jahresbericht_2012.indd 84 13.05.13 09:18

14.	**Südkurier, Konstanz**	Gesamt-Auflage IV/2012: 128.553
	Südkurier	Konstanz
	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/2012: 124.714
	Schwarzwälder Bote	Oberndorf/Neckar
	Ausgabe Landkreis Calw	
	Ausgabe Landkreis Freudenstadt/Tübingen	
	Ausgabe Landkreis Zollernalb	
	Ausgabe Landkreis Rottweil	
	Ausgabe Ortenaukreis	
	Ausgabe Landkreis Schwarzwald-Baar	
	Lahrer Zeitung	Lahr
	Die Oberbadische	Lörrach
	Schwarzwälder Post	Zell am Harmersbach (erscheint 3 x in der Woche)
16.	**Offenburger Tageblatt, Offenburg**	Gesamt-Auflage IV/2012: 51.442
	Offenburger Tageblatt	Offenburg
	OT - Schwarzwald-Zeitung/	
	Anzeiger vom Kinzigtal	
	Kehler Zeitung	
	Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch
17.	**Eßlinger Zeitung, Esslingen**	Gesamt-Auflage IV/2012: 43.105
	Eßlinger Zeitung	Esslingen
	Cannstatter Zeitung	Stgt.-Bad Cannstatt
	Untertürkheimer Zeitung	

Jahresbericht_2012.indd 85 13.05.13 09:18

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2012)

1. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (446.172)

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 (298.325)

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 (231.421)

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 (160.284)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

Jahresbericht_2012.indd 86 13.05.13 09:18

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (122.414)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (51.442)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (43.105)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Anzeigenverbund Schwarzwald-Baar (34.003)

Südkurier
SWP/Die Neckarquelle

9. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (26.028)

Brenztal-Bote
Heidenheimer Neue Presse
Heidenheimer Zeitung

Jahresbericht_2012.indd 87 13.05.13 09:18

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